

**DR. DARAJAT WIBAWA
ENCEP DULWAHAB**



Marketing YOURSELF

Melejitkan Potensi, Karir & Bisnis

Praktis, efektif, dan cocok untuk siapa pun yang ingin lebih maju dan berhasil dari yang lain.

Prof. Dr. H. Asep Saeful Muhtadi, M.A.,
Pakar Komunikasi Politik

LeKKaS

Semua orang dalam hidupnya akan menjadi penjual, dan agar lebih berhasil dalam aktiuitasnya, buku ini bisa dijadikan bacaan alternatifnya.

---Dwi Handayani, S.Sos., M.Si., praktisi penjualan dan dosen Humas

Buku ini membantu kita mencari dan menggali potensi diri sehingga layak untuk dijadikan modal dalam meraih mimpi-mimpi.

---Drs. Enjang Muhaemin, M.Ag., dosen Jurnalistik dan Pemimpin Redaksi Bandung OKE

Marketing adalah mudah, tetapi yang paling sulit adalah menjaga gairah marketing itu yang sulit. Buku ini memiliki solusi akan hal itu.

---Dono Darsono. M.Ag., Jurnalis dan dosen jurusan Ilmu Jurnalistik.

Tidak cukup menguasai IT dan mahir dengan perkembangan teknologi komunikasi, tetapi juga harus pandai dan cerdas marketing seperti yang diangkat buku ini.

---Moch. Fakhruroji, M.Ag., pemenang hadiah pembuatan logo dan desain tingkat internasional.

Langsung klik dengan dunia sukses. Itulah gambaran setelah membaca buku ini.

---Dadan Sutisna, peraih penghargaan IT tingkat provinsi, praktisi IT, programmer, dan Pemred Cupumanik.

**DR. DARAJAT WIBAWA
ENCEP DULWAHAB**

Marketing YOURSELF

Menjelitkan Potensi, Karir & Bisnis

LeKkaS

Marketing YOURSELF

Menjelitkan Potensi, Karir & Bisnis

Penulis : Dr. Darajat Wibawa
Encep Dulwahab
Editor : Kelik Nursetiyo Widiyanto
Layouter : @shofianra
Desain Cover : Tim Lekkas

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Diterbitkan pertama kali oleh: ARSAD PRESS
Cetakan Ke-2 diterbitkan oleh: LEKKAS

ISBN: 978-623-7164-53-1

Sanksi Pelanggaran Pasal 72
Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002
tentang HAK CIPTA

1. Barangsiapa dengan sengaja melanggar dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 Ayat (1) atau Pasal 49 Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00,-(satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barangsiapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau hak terkait sebagaimana dimaksud dalam Ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000,00,-(lima juta rupiah).

Cetakan 1: Oktober 2012
Cetakan 2: April 2020

Dilarang mengutip, memperbanyak, dan menerjemahkan sebagian atau keseluruhan isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit, kecuali kutipan kecil dengan menyebutkan sumbernya yang layak.

Persembahan

Untuk keluarga tercinta dan teman...

Semoga bertambah sukses...

Ucapan Terima Kasih

BANYAK pihak yang terlibat dalam penggarapan buku ini. Mulai dari awal sampai akhir. Oleh karenanya kami sangat berterima kasih atas dukungan, diskusi-diskusi, masukan dan lain sebagainya. Pertama dan utama kami ucapkan terima kasih kepada Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW. Kemudian kepada istri dan anak, orang tua, dan guru-guru kami yang telah mengajarkan banyak ilmu kepada kami, serta kepada teman-teman yang sekiranya terlalu banyak kalau disebutkan satu persatu. Sekali lagi kami ucapkan terima kasih untuk semuanya. Begitu banyak kontribusio dan jasa yang tidak ternilai harganya. Semoga itu semua tergantikan dengan sesuatu yang lebih dari yang telah dikeluarkan. Amin.

Pengantar Penulis Sang Penjual

NILAI IPK *cumlaude*, memiliki keahlian banyak seperti menguasai tiga bahasa. Yaitu bahasa Inggris, mandarin dan Arab, akrab dengan dunia teknologi informasi, dan sewaktu mahasiswa aktif di berbagai organisasi. Itulah sederet syarat untuk mengantarkan seseorang bisa meraih sukses setelah lulus dari mahasiswa dan menyanggah gelar sarjana.

Tapi nyatanya deretan angka hebat, segudang prestasi telah diukir dengan piala dan penghargaan berjejer di lemari atau tembok, itu semua tetap tidak bisa menembus benteng HRD sebuah perusahaan. Kecerdasan akademis dan dikenal sebagai aktivis kampus tidak serta merta memuluskan jalan terjal menuju kursi orang hebat dengan karya dan kreativitas dalam kerjanya.

Ya, dunia kerja adalah dunia nyata. Dunia yang tidak hanya bertumpu pada bagaimana memahami dan menguasai teori-teori di bangku kuliah. Dunia kerja adalah dunia asli yang seharusnya kita memaksimalkan dan mengerahkan seluruh pengalaman dan wawasan yang selama kita kuliah.

Tidak sedikit di antara mereka yang *shock* bahkan *post power syndrome* setelah kuliah. Ketika kuliah dia tidak memikirkan materi dan hari-harinya banyak disibukkan dengan melahap buku, menghabiskan hari untuk beraktivitas seorang mahasiswa. Tapi selepas dari bangku kuliah dia harus memikirkkan bagaimana mencari penghasilan dan menghidupi diri dan keluarga nanti kalau sudah mendapat pasangan hidup. Berarti konsentrasi tuntutan ekonomi dan persaingan hidup yang terus 'menggila'.

Tidak sedikit pula di antara mereka yang sering mendapatkan beasiswa setelah beres kuliah menganggur. Senaliknya tidak sedikit pula mereka yang kuliahnya mendapatkan nilai pas-pasan tetapi meruap untung lebih. Salah satu kunci yang senantiasa dipraktikkan mereka adalah dengan mencoba untuk menjadi penjual.

Kenapa penjual? Kalau dilihat pada beberapa contoh kasus dalam kehidupan kita sehari-hari di sekitar kita. Semua orang pada prinsipnya adalah seorang penjual. Baik itu penjual jasa atau barang. Tetapi dibalik itu semua, kita bekerja dari pagi sampai sore itu tiada lain sedang melakukan aktivitas penjualan .

Mari kita buktikan seorang supir angkot dia menjual jasa kebaikan keramahtamahan pelayanan supirnya kepada penumpang sehingga penumpang itu menjadi aman, nyaman dan besok lusa akan mencari lagi supir angkot seperti dia. Seorang guru dia menjual ilmu kepada anak didiknya dengan tanpa memungut atau penuh keikhlasan memberikan apa yang dikuasainya kepada anak didiknya. Seorang pegawai bank dia menjual keramahtamahnya ketika melayani customer sehingga mereka menjadi tertarik dan puas. Seorang penulis dia menjual ide atau gagasannya pada penerbit atau media massa agar dipublikasikan ide-ide kreatif nan segarnya.

Semua aktivitas bisa dikatakan senantiasa tersisipkan pola-pola *marketing*. Termasuk pula pada contoh kasus di atas, yaitu seorang mahasiswa yang sudah dipastikan bisa meraih kesuksesan dengan mudah tetapi malah bablas lewat begitu saja. Ini bisa jadi dia tidak mempraktikkan *marketing* untuk potensi dan kemampuan dirinya sendiri.

Karena kita akan diketahui cerdas kalau kita memperlihatkannya dengan cara yang baik dan objektif. Misalnya ikut lomba, memperlihatkan prestasi kepada perusahaan atau

calon pimpinan ketika melamar sebuah pekerjaan. Atau lembaga atau pimpinan tidak akan tahu kita memiliki ide cemerlang untuk sebuah bisnis kalau kita hanya berdiam diri tidak berani mengungkapkannya.

Itulah kesalahan *elementer* namun berakibat fatal, karena kita sendiri yang rugi. Dan berkaitan dengan itu, buku ini hadir untuk membantu agar bisa mengeluarkan dan memperkenalkan segala potensi dan kompetensi demi kebaikan dan kemajuan bersama. Semoga saja buku ini bermanfaat untuk siapa pun.

Bandung, Akhir September

Tim Penulis

Isi Buku

Marketing Yourself

Pengantar Penulis --- ix

Isi Buku --- xiii

1

Saatnya *Marketing Yourself* --- 1

Mengapa *Marketing Yourself* --- 1

Dunia (pasar) Saat ini --- 4

Paradigma yang Diubah --- 7

2

Apa yang Dipasarkan? --- 19

Pahami Potensi Diri --- 20

Mempercepat Perubahan Diri --- 29

Memotivasi dan Yakin Diri --- 35

3

Cara Memasarkan --- 41

Menjadi Pendengarn Setia --- 42

Lebih Dekat Lebih Hebat --- 49

Cakap Berkomunikasi --- 52

Biarkan Tubuh Bicara --- 60

Penampilan yang Mengesankan --- 63

Jadilah Percaya Diri --- 67

Mengalahkan Rasa Takut --- 73

Jadilah Penjual Sejati --- 78

4

Menjaga Gairah Sukses --- 85

Tampil Lebih Beda --- 86

Spirit of Creativity --- 91

Kerja Keras Rahasia Kesuksesan --- 99

Mencintai Tantangan --- 105

Dorongan Untuk Menjadi Lebih --- 112

Memelihara Hubungan --- 114

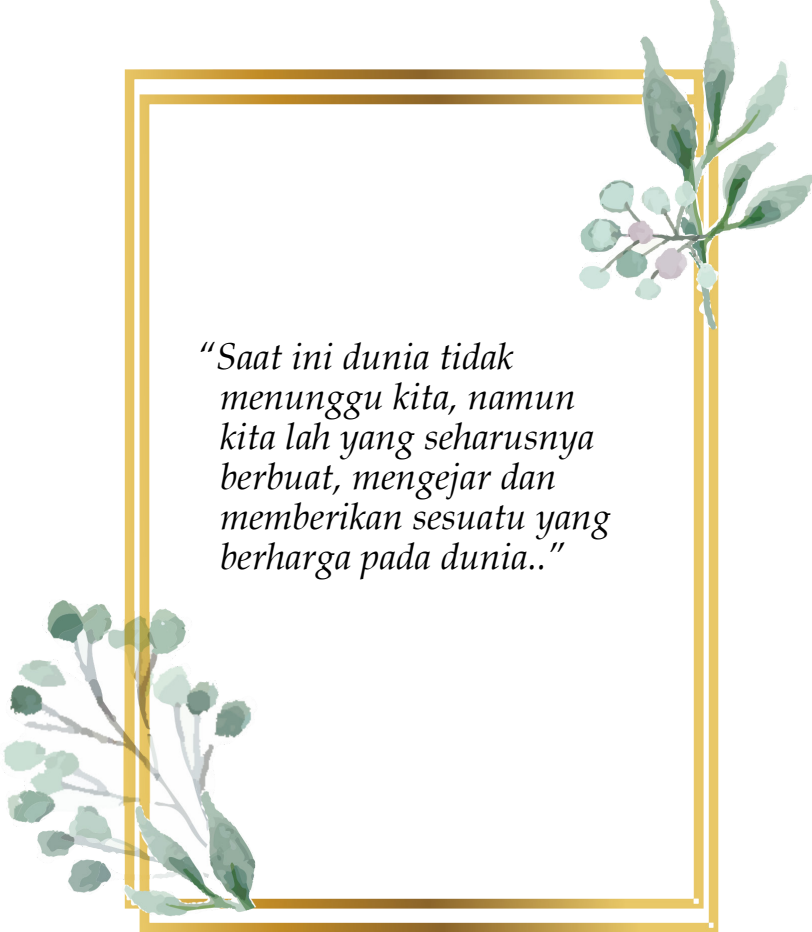
Melipatgandakan Kegagalan --- 116

5

Jangan Dulu Puas! --- 123

Sumber Inspirasi --- 129

Profil Penulis --- 131



“Saat ini dunia tidak menunggu kita, namun kita lah yang seharusnya berbuat, mengejar dan memberikan sesuatu yang berharga pada dunia..”

1

Saatnya *Marketing Yourself*

*Tidak ada istilah mengulang kembali dalam hidup.
Kita hanya bisa bergerak maju dari tempat kita berada sekarang;
Meski kecil, tiap langkah yang kita ambil
akan membawa kita langsung menuju masa depan”*
--Barry J. Farber, Pekerja Televisi dan Radio

Mengapa Marketing Yourself?

BUMI diprediksi beberapa tahun kedepan tidak bisa menampung manusia yang setiap harinya terus bertambah. Pertambahan dengan jumlah kelahiran ini tidak berimbang dengan jumlah kematian, sementara kapasitas bumi sangat terbatas. tidak hanya tempat untuk menjadi tempat tinggal, air, udara, lingkungan yang merupakan penyangga dan penyokong kehidupan manusia pun terancam punah karena dimanfaatkan tanpa dijaga secara maksimal oleh manusia.

Manusia yang merasa bumi yang sudah sesak, beberapa tahun mulai berpikir untuk meninggalkan bumi dan pindah ke planet lain. Manusia berimajinasi untuk menciptakan kehidupan baru di planet yang dianggap bisa menampung manusia. Kunjungan ke planet lain pun tidak surut dilakukan guna melihat prospek kehidupan di sana.

Kesesakan di bumi itu tidak hanya untuk tempat tinggal, tapi juga berujung pada keberlangsungan hidup manusia. Manusia sangat bertumpu pada seberapa besar dan mempunyai dia mendapatkan penghasilan guna membiayai seluruh hidup dirinya dan keluarganya. Jika penghasilannya sedikit, maka peluang dalam melangsungkan kehidupannya di bumi terancam. Namun beruntunglah jika dia sudah mapan masa depan hidupnya lebih terjamin.



Saking pentingnya sebuah penghasilan, Keller (2007) menyatakan kalau penghasilan itu merupakan amunisi mutlak manusia dalam melangsungkan kehidupannya. Sampai sekarang, orang bodoh sampai orang terdidik atau teladan dalam karir, menyebutkan Segala sesuatu akan bermuara pada cara mendapatkan penghasilan yang lebih sebagai penyambung hidup. Anggapan ini tidak akan pernah pudar dalam kehidupan manusia.

Kita bisa melihat bagaimana manusia berjibaku dengan waktu. Bagaimana caranya waktu yang 24 jam itu, terbagi rata dan maksimal dalam memenuhi segala aktivitas kesibukannya dalam mendapatkan penghasilan yang lebih. Orang-orang ini biasa berangkat pagi-pagi sebelum matahari menampakkan sosoknya, dan pulang bertemu keluarga Setelah matahari menutupkan matanya.

Manusia begitu sibuknya memikirkan penghasilan untuk menopang siklus kehidupannya. Tidak kenal lelah, tidak kenal panas, tidak kenal dingin, dan tidak kenal persaingan yang bisa saja membunuh karirnya sewaktu-waktu. Tua dan muda, miskin apalagi orang kaya, terdidik maupun mereka yang tidak mengenal dunia pendidikan kalangan atas semua memimpin penghasilan yang melimpah ruah.

Ironisnya, semakin berubah banyak orang yang mendapatkan jatah sesuap nasi, sementara lapangan yang tersedia sangat terbatas. Rupanya tidak berimbang antara ketersediaan tempat yang bisa memenuhi rasa haus dari para pencari posisi yang mulia itu. Ini tidak hanya terjadi di negara Indonesia, di seluruh negara di dunia pun merasakan sengitnya persaingan untuk meraih jatah.

Dibutuhkan strategi jitu yang bisa memuluskan langkah kita dalam mendapatkan tempat yang merupakan impian semua orang. Adalah *Marketing Your Self* bisa membantu semua orang dalam



mendapatkan masa depan yang lebih terang dan menjanjikan. Sekarang ini tidak hanya menunggu dan menunggu datangnya rezeki. Rezeki pasti kebahagiaan namun seberapa besar orang dalam berusaha untuk susah payah mendapatkan rezeki tersebut.

Marketing Your Self atau disingkat menjadi MYS adalah salah satu cara dalam meraih rezeki yang tidak ternilai harganya. Namun apa yang harus dipasarkan oleh kita? Jawabannya ada dalam diri kita sendiri, yaitu apa yang kita miliki dalam diri. Artinya kita memiliki potensi yang luar biasa banyak dan besarnya kalau dimaksimalkan. Tidak hanya itu, banyak diantara kita yang tidak tahu potensi yang dimilikinya sehingga sangat susah dalam menjualnya.

Ada sepuluh jenis produk berbeda atau hal-hal yang bisa kita pasarkan. Di antaranya barang, yaitu barang barang fisik; jasa Yaitu mencakup hasil kerja perusahaan perusahaan penerbangan, hotel, sewa mobil, tukang cukur, ahli kecantikan, pengacara; acara khusus atau bikin event (EO) yaitu pemasaran yang mempromosikan acara-acara khusus seperti pameran dagang yang besar, pementasan seni; Orang, yaitu pemasaran selebriti telah menjadi bisnis penting; Tempat, yaitu kota, negara, wilayah dan bangsa bangsa keseluruhan bersaing aktif Untuk menarik para turis; properti, yang yaitu hak kepemilikan tidak terwujud baik itu berupa bentuk nyata atau finansial; kemudian kita juga bisa menjual organisasi, informasi, dan gagasan (Keller 2007 29).

Tidak hanya barang atau produk yang kita pasarkan. Begitu banyak hal-hal yang kita pasarkan dan menjadikan penghasilan. *Marketing Your Self* ini akan mengajak kita untuk membuka wawasan yang selama ini terkukung oleh paradigma lama bahwa yang bisa dijual adalah produk atau benda. *Marketing Your Self* ini tidak berarti menjual diri secara negatif, seperti yang akrab di benak rakyat Indonesia. Banyak hal yang terdapat dalam diri kita yang



bisa dijadikan potensi positif kalau kita bisa memaksimalkannya. Dan inilah cara yang baik dan efektif dalam memasarkan Segala potensi dalam diri kita.

Dunia (pasar) saat ini

Tidak hanya tahu apa kelebihan, potensi dan hal-hal lain yang ada dalam diri kita tawarkan kepada orang lain. Baik itu lembaga sekolah, kemarin pemerintah instansi atau perusahaan yang membutuhkan kemampuan atau jasa kita. Kita harus tahu kondisi dunia saat ini. Beberapa kota besar, roda kehidupannya sangat terasa bergulirnya. Dari pagi sampai pagi lagi rasanya kota tidak pernah berhenti dari hingar-bingar aktivitas manusia.

Di kota semua orang dengan latar belakang beragam ada. Hal inilah yang menyebabkan Persaingan di kota lebih besar ketimbang di kampung atau pedesaan. Profesional tinggi. Setiap perusahaan mempressure para karyawannya untuk mendapatkan keuntungan yang tidak pernah ada Ujung puasnya. Itulah sifat dunia saat ini, yang orang bilang semakin kentara kapitalisme di mana-mana.

Kapitalisme modern yang didefinisikan Ian Marshall dan Danah Zohar memiliki 2 asumsi dasar tentang manusia. Pertama, kapitalisme modern mengasumsikan bahwa umat manusia pada dasarnya adalah makhluk ekonomi, dengan sifat yang disebut oleh Adam Smith sebuah kecenderungan alamiah untuk melakukan pertukaran (barang dan jasa). Kedua, kapitalisme mengasumsikan bahwa manusia akan selalu bertindak Demi mengejar kepentingan rasionalnya sendiri, atau setidaknya yang menguntungkannya. Dalam bisnis, prinsip-prinsip ini tercerminkan pada pencarian keuntungan demi keuntungan itu sendiri (*the pursuit of profit for its own sake*) (2005:34-35).

Zohar dan Marshall beranggapan bahwa kaum kapitalisme meyakini kalau bumi itu menyediakan bagi kita sumber daya



yang melimpah dan tak terbatas. Oleh karenanya, jangan heran kalau terjadi eksploitasi besar-besaran terhadap sumber-sumber oleh mereka yang mencari keuntungan besar, demi bekal di masa-masa yang akan datang. Kemudian yang terjadi adalah efek ketidak seimbangan antara kebutuhan dan sumber yang ada. Kebutuhan semakin meningkat dan sumber terbatas karena tidak dicari Penanganan dan pemanfaatan yang tepat.

Hukum gerak kapitalisme sendiri, yang mencakup hukum kompetisi, hukum maksimalisasi laba, hukum akumulasi kapital, telah menjebak bisnis pada umumnya dalam sebuah perburuan keuntungan kompetitif yang kejam. Sebuah dunia yang sumber dayanya terus-menerus dikuras sampai habis .Pada akhirnya, takdir bagi bisnis adalah mengonsumsi yang mula-mula sumber daya kemudian dirinya sendiri.

Dalam kapitalisme dan bisnis pada umumnya, manusia diukur lewat dahaganya akan keuntungan dan kapasitas konsumsinya. Manusia pada dasarnya egoistis sehingga selalu bertindak untuk menjadi nomor satu, menjadi pemenang dalam sebuah kontes persaingan, menjadi penguasa dari yang lain. Kondisi ini terlihat jelas dalam kehidupan kita sehari-hari. Tidak hanya di dunia bisnis, di setiap sektor kehidupan muncul fenomena saling bersaing bahkan saling menjatuhkan dimanapun dan kapanpun.

Itulah kondisi pasar saat ini yang tentunya tidak bisa kita nafikan begitu saja. Kondisi ini akan mempengaruhi kita dalam meraih mimpi-mimpi kita. Secara tidak langsung kondisi seperti ini akan membentuk karakter dan mental kita. Bagaimana ketatnya persaingan dalam memburu keuntungan yang sebesar-besarnya dalam sistem kapitalisme, akan membuat kita terbawa untuk bergerak cepat dan dinamis. Kalau saja lengah tidak sigap terhadap perkembangan pasar, tentu saja akan tergeser atau ketinggalan.



Kita bisa berkaca pada konteks karyawan atau para eksekutif yang telah bekerja di perusahaan-perusahaan. Ternyata mereka punya impian lain, ya itu apalagi kalau bukan untuk berganti pekerjaan yang lebih menjanjikan dan memberikan lebih bagi diri dan keluarga. Walaupun kebanyakan eksekutif secara merasa puas dengan memperoleh kesempatan untuk promosi naik jabatan dengan tanpa melewati masa-masa persaingan dengan rekan, mereka juga ternyata lebih aktif menjajaki bursa kerja di tempat lain. Sebagian besar eksekutif juga menghabiskan beberapa jam setiap minggu untuk mencari posisi-posisi baru dan menghubungi perusahaan lain mengenai kemungkinan peluang kerja yang lebih bergengsi dan menjanjikan (voros, 2006:53).

Tiga perempat eksekutif dalam riset Cornell, diyakini memiliki kemungkinan mencoba pekerjaan lain. Para eksekutif yang disurvei mengatakan bahwa mereka mempraktikkan manajemen karir defensif. Para eksekutif pun menjadi lebih agresif dalam mengelola karir mereka sendiri. Mereka lebih berusaha untuk tetap waspada terhadap prospek pekerjaan alternatif, sekalipun mereka tidak bermaksud berganti posisi. Hampir 80% melakukan hal itu sebagai bagian dari strategi manajemen karir mereka. Hasil survei menguatkan bahwa manajemen karir individu kini telah menyebar secara luas dan sistematis, dan bahwa para eksekutif menghabiskan porsi waktu yang signifikan untuk mengarahkan jenjang karir mereka sendiri. Dan sebagian besar eksekutif bukan lagi pemimpi pasif yang menunggu seorang datang menghubunginya bahkan riset Kornel menunjukkan bahwa sebagian besar eksekutif menjajaki bursa kerja secara aktif.

Dengan karakter dan prinsip kerja seperti para eksekutif atau karyawan di atas tadi, tergambar jelas bahwa akan terus berkembangnya persaingan dan membuat manusia lebih dinamis.

Dan tentu saja mereka akan lebih Survive dan mempersiapkan diri dalam menjemput perkembangan zaman yang terus berubah.

Namun bagaimana dengan mereka yang belum mencicipi kursi empuk sebagai manajer, atau karyawan yang setiap bulannya santai menunggu gaji perbulannya, yaitu mereka yang masih mencari kerja. Atau mungkin kita pernah mendengar, membaca, atau saudara kita sendiri yang terkena perampingan (rasionalisasi) perusahaan, yang menyebabkan kelimpungan mencari alternatif pekerjaan lain agar bisa tetap Survive. Atau suatu saat nanti kita sendiri yang terkena dampak dari kemunduran penghasilan perusahaan sehingga tidak bisa mencukupi biaya operasional yang terus melambung. Sudah siapkah kita hidup di tengah arus kapitalisme yang terus menggerus? Tentunya kita sendiri yang tahu seberapa siap masuk dalam arus deras kapitalisme. Dan untuk bisa siap terjun bebas dalam menyongsong era persaingan yang ketat itu, kita harus mengubah paradigma seperti yang akan kita bahas berikutnya.

Paradigma yang diubah

Saat ini dunia tidak menunggu kita, namun kita lah yang seharusnya berbuat, mengejar dan memberikan sesuatu yang berharga pada dunia. Kalau kita sudah berbuat baik pada dunia, rasakanlah imbalan tidak ternilai harganya dari dunia. Banyak hal yang bisa kita lakukan pada dunia, sesuatu perbuatan sedikit atau kecil selama itu bermanfaat untuk dunia, dijamin pengaruhnya akan sangat besar pada perjalanan dunia. Namun meskipun sedikit yang bisa kita keluarkan kontribusinya, tetap saja orang sungkan atau tidak mau untuk melakukannya. Maka, Bagaimanakan tahu kalau kita baik dan peduli sama dunia, kalau kita sendiri tidak mencoba menunjukkan kebaikan padanya.

Dunia yang sudah yang sesak ini banyak didominasi oleh mereka yang tidak pernah berbuat baik pada dunia, semuanya



meminta dunia dan menginginkan dunia berbuat segalanya demi dirinya. Inilah prinsip kebanyakan manusia saat ini, tidak mau mencoba apa lagi berjuang keras untuk mendapatkannya, sementara hasilnya Mereka menginginkan lebih. Inilah orang-orang yang tergolong pada proses penanaman yang instan. Segala sesuatunya ingin didapatkan dengan mudah dan cepat tidak mau bersusah payah menanam, memberi pupuk, menyirami.

Selanjutnya kita bisa dengan mudah membedakan diantara kedua orang ini, yaitu cara orang yang gemar dengan budaya instan seperti yang sekarang ramai dibicarakan di berbagai bidang atau keahlian, dan satu lagi orang yang mencintai proses dalam meraih segala sesuatunya. Dan inilah orang yang mencintai proses, dia telah memakai konsep *marketing your self*.

Marketing your self akan menyadarkan kita bahwa pada prinsipnya orang tidak akan tahu siapa kita kalau kita tidak sendiri yang memasarkan Apa kemampuan dan potensi kita. Oleh karena itu, ubahlah kebiasaan lama dengan memakai paradigma baru, yaitu memasarkan diri kita pada orang lain atau marketing yourself. Dengan demikian kalau kita tidak segera memasarkan ya, kita akan ketinggalan dan peluang kita tidak akan kita dapatkan

Adanya orang yang memakai prinsip pada proses dan sangat cinta budaya instan, karena mereka senantiasa memakai paradigma lama dan tidak mencoba untuk *welcome* terhadap hal-hal baru, sehingga paradigmanya tidak terbuka. Jangan heran kalau orang masih “keukeuh” dengan pola kerja atau mindset yang lama. Maka rugi lah iya jika tidak segera mengubah paradigmanya, karena ia tidak akan bisa berkembang dan maju dalam karir dan hidupnya.

Paradigma merupakan cetak biru yang dibaca pikiran bahwa sadar supaya ia bisa memilih informasi informasi aktual yang masuk dalam memori. Karena setiap kali kita secara tidak sadar

berusaha untuk memilih, dan pikiran bahwa sadar kita secara otomatis bertindak dominan di dalam diri kita. Paradigma setiap orang yang berbeda ini ibarat pilot otomatis yang dijadikan acuan pikiran bawah sadar untuk menuntun mengarungi samudra kehidupan (Mayne, 2005: 46).

Kadang-kadang paradigma membuat kita membelokkan atau menghapus informasi dari indera. Dan ketika terjadi pergeseran paradigma dalam diri, berarti kita telah melihat dan menyadari diri kita sesungguhnya, melihat keberadaan diri kita, perilaku, motivasi, atau perasaan perasaan sesungguhnya. Kalau sudah seperti ini berarti kita akan tahu proses untuk meningkatkan kesadaran diri kita.

Orang-orang yang secara sadar melakukan perubahan paradigma ini akan membuat istilah atau momen-momen penting dalam hidupnya. Begitu banyak sebutan yang digunakan orang untuk menamai momen adanya perubahan paradigma. Itulah ketika segala sesuatu berada pada tempatnya, ketika segala sesuatu berjalan lancar, secara alamiah, seakan-akan memang ditakdirkan seperti itu.

Banyak orang pernah mengalami momentum khusus, ketika mereka merasa berada di tempat yang tepat pada saat yang tepat, ketika mereka tahu persis apa yang harus diucapkan atau dilakukan. Kadang-kadang pengalaman itu terjadi dalam sekejap, tetapi pada saat itu semuanya mengalir secara luar biasa. Bahkan kita kerap menyebutnya sebagai yang menakjubkan ini tidak akan bisa kita rasakan kalau kita tidak berubah, terutama perubahan paradigma yang terkadang paradigma yang kita memiliki terlalu konservatif.

Termasuk di dalamnya adalah dalam mengubah nasib titik di antara kita sudah memimpikanmu memiliki nasib yang senantiasa Mujur dan sukses setiap saat. Titik namun tidak kita sadari, banyak

diantaranya yang terjebak pada mimpi sesaat, ya itu tidak disertai dengan perjuangan atau usaha keras dalam mengubah nasibnya.

Bisa jadi saat membiarkan diri menerima nasib buruk seperti itu terdapat berbagai alasan. Kita barangkali merasa bahwa kita tidak dapat atau tidak mau bertindak. Atau memiliki kekuatan yang tidak jelas. Atau juga cenderung mempersalahkan masyarakat atau orang lain atas hal-hal yang salah dalam nasibnya (Herriet La Barre, dalam Russell, 2003: 195).

Gara-gara masa kecil kita yang tidak terpantau atau terbina dengan baik akhirnya nasib di waktu dewasa tidak jelas. Atau juga karena orang tua yang tidak memiliki harta berlimpah sehingga tidak bisa melanjutkan ke jenjang pendidikan yang lebih bagus, akhirnya nasib buruk menimpa kita dan masih banyak lagi yang semuanya menyalahkan atas perbuatan orang lain pada kita sehingga kita menjadi sial di kemudian hari.

Tanpa memedulikan Siapa yang harus disalahkan itu akan membuang waktu percuma. Disamping itu, kita akan dengan mudah mencari kambing hitam atas ketidak mampuan kita dalam mengubah hidup. Dari pada waktu kita habiskan untuk mencari Siapa yang telah berbuat zalim dan nista pada kita, baiknya kita kendalikan saja hidup kita oleh kita sendiri. Dan Mulailah dari sekarang untuk menangani nasib diri karena orang lain tidak akan sanggup mengubah nasib kita

Dr. Shainess bilang bahwa saat kita menyadari peran kita dalam menciptakan situasi-situasi yang kurang sempurna, kita mampu membuat berbagai perubahan. Tepatnya yaitu Saat Segala sesuatu menjadi lebih baik. Tentang takdir, nasib dan keberuntungan, kita semua telah dianugerahi potensi, dan kemampuan sekaligus ketak mampuan tertentu. Apa yang kita perbuat terhadap apa yang telah kita peroleh membantu kita menentukan keberuntungan kita di masa yang akan datang.

Semakin banyak kita bertindak untuk mengubah nasib kita, Semakin banyak kita mengendalikan nasib kita, maka kita akan semakin tenang dan nyaman. Seperti dijelaskan Dr. Shainess, sebentar saja seseorang melakukan hal yang positif, ia merasa nyaman; ia merasa tenang, sebab penguasaan dan aktivitas merupakan kondisi-kondisi hidup yang sehat. Dan melakukan perubahan-perubahan kecil membuat kita lebih menyukai diri sendiri. Dan ketika kita menyukai diri kita dengan lebih baik, kita mulai melakukan hal-hal yang lebih baik. Dan untuk memancing perubahan yang lebih baik adalah mengubah paradigma hidup kita. Mulailah mengubah paradigma hal-hal kecil yang dapat mengarahkan kita menuju perubahan paradigma yang lebih besar. Karena kita lah yang menyadari dan ingin meraih kemajuan di masa depan.

Pentingnya Marketing Your Self

Di salah satu perguruan tinggi, ada dua guru besar yang tersohor akan kepintaran dan ide-ide berliannya. Guru besar yang satu usianya lebih tua dan ini merupakan guru dari guru besar muda. Namun dalam perjalanannya, nya hanya guru besar yang usianya lebih muda yang mendapatkan popularitas dikalangan akademisi.

Ternyata rahasia sukses guru besar muda ini adalah dia senantiasa memasarkan ide-idenya yang terbungkus dalam sebuah karya tulis ilmiah, buku, artikel, seminar dan beberapa kegiatan keilmiah yang senantiasa dilakukannya. Sementara guru besar yang tua, dia miskin dalam memasarkan ide di berbagai media publikasi sehingga orang sedikit yang tahu akan kapasitas keilmuannya.

Guru besar muda semakin maju dan sukses, karena semakin banyak karya atau ide-ide yang ditelurkan kemudian dipublikasikan. Semakin banyak orang yang ingin tahu dan ingin



belajar kepadanya. Ide-idenya semakin dikenal luas dan dipakai oleh semua kalangan yang ada kaitannya dengan ilmu dan kapasitas guru sebesar muda tersebut.

Itulah contoh real di antara kedua guru besar yang sama-sama memiliki keilmuan mempuni. Ini menandakan bahwa pemasaran atau mempromosikan diri, dalam hal ini ide atau gagasan atas sebuah persoalan kepada orang lain itu merupakan hal yang penting dalam menggiring kesuksesan seseorang. Semakin sering kita memasarkan ide atau karya kita, maka semakin terbuka pintu kesuksesan titik karena dengan memasarkan ide, produk, atau karya-karya lain kita telah membuat kita sendiri untuk meniti tangga juara di masa datang. Namun ini di kesampingkan oleh sebagian orang, banyak mereka menunggu datangnya pintu kesuksesan tersebut. Walhasil meskipun dia sukses, namun kalah cepat dengan mereka yang senantiasa membuka kesuksesan dengan rajin untuk memasarkan segala hal yang dimiliki, seperti skill, produk, atau karya-karya diri lainnya.

Tidak hanya dalam keilmuan, keahlian lain yang kita miliki atau produk yang telah kita produksi kalau tidak dipromosikan dan dicoba dipasarkan secara intensif, maka produk tersebut tidak akan terjual. Meskipun ada orang datang dan mencari produk-produk tertentu yang terkenal itu karena di awal begitu gencar promosi dan pemasarannya aktif. Apalagi produk yang memiliki kualitas tinggi akan percaya dan akhirnya berlangganan menjadi konsumen Setia.

Betapa pentingnya sebuah pemasaran terhadap sebuah produk dan ternyata kontribusi pemasaran ini tidak hanya berpengaruh pada produk yang kita hasilkan, namun juga pada skill, ide, atau karya kita lainnya yang dipasarkan dengan cara ke media atau lembaga-lembaga tertentu yang proporsional. Dengan ide atau karya yang kita miliki. Seperti yang dilakukan Profesor

muda ketika mendagangkan ide-ide hebatnya ke lembaga-lembaga titik dan tidak hanya keuntungan secara finansial yang didapatkan, namun kita menjadi dikenal memiliki kreativitas dan ahli di bidang tersebut.

Pemasaran adalah corong terdepan sebuah perusahaan dan sudah menjadi sumber pengaruh kesuksesan bagi banyak perusahaan terkemuka titik Pebisnis dengan label perusahaan besar dan terkenal akan membuat tim pemasaran yang mantap. Karena pada bagian pemasaran inilah yang nantinya akan senantiasa berkompromi dengan pelanggan lama maupun baru yang diberdayakan. Tidak hanya itu, pemasaran akan tahu posisi atau aktivitas aktivitas para pesaing lama dan baru. Berangkat dari masukan-masukan pemasaran yang tahu betul di lapangan kepada tim produksi, perusahaan harus memikirkan kembali model bisnis, jenis produk dan hal-hal lain yang menyangkut strategi perusahaan ke depan.

Namun mengambil keputusan yang tepat tidak selalu mudah dalam pemasaran. Di perusahaan-perusahaan, para manajer pemasaran harus mengambil keputusan-keputusan dengan menerima konsekuensi yang besar misalnya produknya tidak diterima dengan baik oleh konsumen dan lain sebagainya keputusan-keputusan tersebut seperti ciri apa yang harus dirancang untuk sebuah produk baru, harga yang harus ditawarkan kepada konsumen; dimana produk itu harus dijual dan Berapa biaya yang harus dikeluarkan untuk iklan. Pemasaran juta harus mengambil keputusan dalam merinci kata-kata atau warna yang tepat untuk kemasan baru. Jadi pemasaran yang terampil adalah tujuan yang tidak pernah berhenti untuk dikejar. Dan senantiasa memiliki target penjualan yang terus meningkat dari tiap waktunya.

Target yang tidak pernah berhenti untuk naik, Sehingga semakin meningkatnya pemasaran, maka semakin besarlah



untung atau kesuksesan yang akan kita raih. Oleh karenanya pemasangan orientasi utamanya orang atau organisasi untuk menciptakan, mengomunikasikan dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan perusahaan atau diri kita sendiri harus memiliki kiat, strategi, dan komunikasi yang apikBerjalan dengan efektif. Karena Inti dari pemasaran adalah pada proses pertukaran, dan itu harus ada sejumlah besar pekerjaan dan keterampilan dalam proses pertukaran yang saling menguntungkan.

Sekarang ini prinsip pemasaran sudah berubah seperti yang dijelaskan kotler dan Keller (2007: 15-16) karena ada beberapa faktor yang mempengaruhinya:

1. **Teknologi yang berubah.** Adanya perkembangan teknologi, terutama dalam teknologi komunikasi yang menyebabkan lahirnya revolusi digital yang telah menciptakan satu zaman informasi dan industri tinggi. Zaman industri yang dicirikan oleh produksi massal dan konsumsi masa di mana setiap toko penuh dengan persediaan, iklan berjajar di mana-mana, dan adanya pemotongan harga yang menjadi-jadi untuk produk tertentu. Dari era teknologi komunikasi yang menghasilkan percepatan informasi ini pun telah membantu dalam menghasilkan produksi yang lebih akurat, komunikasi yang lebih terarah, dan promosi yang lebih relevan. Banyak pemeran dewasa ini dilakukan melalui jaringan elektronik, yaitu internet.
2. **Globalisasi.** Kemajuan teknologi dalam transformasi, pengiriman, dan komunikasi lebih memudahkan perusahaan untuk melakukan aktivitas pemasaran di negara lain. Begitupun dengan Konsumen akan efektif ketika hendak membeli produk dan jasa dari negara lain.

3. **Deregulasi.** Banyak negara telah menderegulasikan industri untuk menciptakan persaingan dan peluang pertumbuhan yang lebih besar. Amerika Serikat, perusahaan telepon jarak jauh dapat bersaing di pasar lokal dan perusahaan telepon lokal dapat menawarkan telepon jarak jauh sama halnya sekarang pemanfaatan listrik bisa memasuki pasar lokal yang lain.
4. **Privatisasi.** Banyak negara telah mengalihkan perusahaan publik ke manajemen dan kepemilikan swasta guna meningkatkan efisiensi dan produktivitas.
5. **Pemberdayaan pelanggan.** Pelanggan semakin mengharapakan layanan dan mutu lebih tinggi dan adanya penyesuaian pesanan (customization). Mereka semakin lama semakin menuntut waktu dan menginginkan lebih banyak kenyamanan titik mereka tidak terlalu memahami perbedaan-perbedaan produk nyata dan tampaknya kurang setiap ada merek.
6. **Kustomisasi** perusahaan mampu memproduksi barang-barang yang terdiferensiasi secara individual titik entah dipesan secara pribadi melalui telepon atau online.
7. **Persaingan semakin tajam.** Beberapa tahun terakhir, banyak perusahaan baru berdiri mencukupi pelanggannya titik namun kelahiran dari perusahaan ini telah membuat perusahaan lama kehilangan pelanggannya dan akhirnya mengalami kebangkrutan. Atau pengusaha pabrik merek menghadapi persaingan yang Intens dari merek merek domestik dan asing, yang mengakibatkan meningkatnya biaya promosi dan menyusutnya margin laba. Lebih lanjut mereka berkumpul oleh pengecer pengecer yang kuat yang menguasai ruang rapat yang terbatas dan menempatkan merek-merek toko mereka sendiri Dalam persaingan dengan merek-merek nasional.



8. **Konvergensi industri.** Perbatasan industri menjadi kabur pada satu tingkat yang tidak dapat dipercaya ketika perusahaan mengakui bahwa peluang-peluang baru terletak pada persilangan dari dua atau lebih industri.
9. **Transformasi eceran.** Para pengecer kecil takluk pada kekuatan yang sedang tumbuh dari pengecer raksasa dan pembunuh kategori.
10. **Disintermediasi.** Kesuksesan yang mengagumkan dari dot com online awal, seperti amazon, Yahoo, dan puluhan lainnya yang menciptakan jantung dari banyak pengusaha pabrik dan pengecer yang sudah mapan.

Adanya perubahan-perubahan seperti yang disebutkan di atas, konsep pemasaran muncul pada pertengahan 90-an, sebagai ganti filosofi membuat dan menjual yang berpusat pada produk, bergeser ke filosofi pahami dan tanggap. Filosofi itu bukan untuk menemukan pelanggan yang tepat, melainkan menemukan produk yang tepat bagi pelanggan sehingga pelanggan menjadi puas titik konsep pemasaran menegaskan bahwa kunci untuk mencapai kesuksesan perusahaan adalah harus lebih efektif dibandingkan para pesaing dalam menciptakan, menyerahkan, dan mengkomunikasikan nilai produk kepada pasar sasaran yang terpilih (Kotler dan Keller, 2007: 19).

Kita selaku pemasar harus berupaya memahami kebutuhan, keinginan, dan karena yang namanya permintaan adalah Keinginan akan produk produk spesifik, yang didukung kemampuannya dalam membayar. Banyak orang menginginkan produk yang harganya mahal, tapi hanya sedikit yang mampu dan mau membelinya. Dan kita yang berposisi sebagai pemasar dan pembuat produk, tidak hanya menghitung berapa banyak orang yang menginginkan produk, juga berapa banyak yang benar-benar mau dan mampu membelinya.

Pada kenyataannya, pemasar para para pemain menciptakan kebutuhan atau membuat orang membeli barang yang tidak mereka inginkan. Para pemasar pun tidak menciptakan kebutuhan sehingga mereka gagal dalam menjual produknya. Dengan produk yang kita tawarkan atau pasarkan harus bisa mempengaruhi keinginan konsumen. Mungkin kita mempromosikan gagasan bahwa sebuah produk yang mahal akan memuaskan kebutuhan konsumen dalam meningkatkan atau menjaga status sosialnya

Memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan tidaklah mudah, ada pelanggan yang memiliki kebutuhan yang sama sekali tidak mereka sadari, atau mereka tidak dapat mengartikulasikan kebutuhan-kebutuhannya. Namun demikian, pemasar tetap harus bisa menggali informasi sebanyak-banyaknya mengenai kebutuhan para konsumen atau calon pelanggan.

Kita dapat membedakan antara lima jenis kebutuhan (kotler, 2007: 29) yang biasa dirasakan oleh pelanggan, seperti (1) Kebutuhan yang dinyatakan; (2) kebutuhan real; (3) kebutuhan yang tidak dinyatakan; (4) kebutuhan yang disenangi; dan an (5) kebutuhan rahasia.

Kelima jenis kebutuhan orang atau konsumen yang senantiasa akan kita hadapi ini, bisa kita tentukan artinya yang bisa membantu kita dalam melakukan pemasaran. Identifikasi dan bedakanlah kelompok-kelompok pembeli yang mungkin lebih menyukai atau memerlukan produk. Segmentasi pembeli ini pun kita dapat mengidentifikasikan nya dengan memeriksa perbedaan demografi, psikografi, dan Lifestyle para pembeli. Selanjutnya kita tentukan segmen mana yang berpeluang paling besar untuk dijangkau.

Untuk mencapai sasaran, gunakanlah saluran pemasaran yang tepat sehingga efektif. Misalnya saja saluran komunikasi digunakan untuk menyerahkan dan menerima pesan dari pembeli.



Saluran komunikasi ini meliputi surat kabar, majalah, internet, dan media-media yang akrab di target pembeli. Sebaiknya ketika kita survei pembeli, pastikan pula kebiasaan mereka ketika berbelanja sampai detail. Karena semakin banyak menambah saluran dialog ke pelanggan, seperti email dan nomor nomor bebas pulsa, akan membuka daya tarik pelanggan untuk menanyakan secara langsung dan bebas kepada kita. Ada keuntungan dari situ, kita menjadi lebih dekat dengan pelanggan.

Dalam praktik pemasaran, ada proses yang harus kita jalani, yaitu melakukan perencanaan yang rapi dan teruji. Proses perencanaan pemasaran yang biasa dilakukan para profesional di bidang pemasaran seperti menganalisis peluang, menyala menyeleksi, merancang strategi, mengembangkan program, dan mengelolanya. Setiap tahapan ini tidak mutlak harus dipertahankan, namun yang harus menjadi perhatian adalah kita harus cepat tanggap atau proaktif terhadap perkembangan pasar yang sangat cepat perubahannya.

Jadi tidak bisa dinafikan lagi peran dan pemasaran dalam keberhasilan seseorang. Pemasar atau penjual pada prinsipnya dimiliki setiap orang. Sadar atau tidak sadar dalam sehari-hari kita telah mempraktekkan prinsip kerja pemasaran. Tinggal sekarang bagaimana cara meningkatkan dan membuat langkah-langkahnya lebih gitu sehingga potensi-potensi yang kita miliki betul-betul tersalurkan pada pembeli yang tepat. Baik itu lembaga pemerintah, perusahaan swasta, atau individu-individu yang tadinya tidak tahu menjadi tahu siapa kita. Apalagi kalau bukan dengan pemasaran yang kita lakukan. []

Apa yang Dipasarkan?

Saya lebih suka berprestasi buruk ketika mengerjakan sesuatu yang saya sukai daripada menjadi ahli dalam mengerjakan sesuatu yang saya benci.

---George Burns

DUNIA yang sudah sesak dan padat dengan berbagai aktivitas manusia ini, telah memaksa kita untuk berusaha ekstra keras meraih posisi yang diinginkan. Di dunia bisnis atau aktivitas lain sebagai profesi yang bisa mendatangkan penghasilan pun harus toh-tohan mendapatkannya. Sedikit saja atau santai maka peluang untuk sukses akan diambil oleh orang lain. Terlebih lagi kalau mereka yang tidak memiliki penghasilan atau posisi yang pasti, akan lebih terasa dan kuatnya tekanan persaingan untuk mendapatkan penghasilan yang lebih.

Akan lebih susah lagi kalau mereka tidak tahu Apa potensi yang harus dimiliki, atau ditawarkan kepada orang, lembaga, atau perusahaan yang membutuhkan jasa kita. Inilah salah satu kendala yang paling kronis dihadapi negara yang pada titik dengan jumlah penampung tenaga kerja yang terbatas, ditambah Lagi dengan sistem karyawan yang memakai kontrak, telah menutup peluang peluang untuk meraih pintu menuju peningkatan taraf hidup atau sekedar bisa melangsungkan kehidupannya.

Tidak ada yang terlambat untuk siapapun yang belum mengenal atau mengerti akan potensi diri, yang akhirnya tidak bisa mendapatkan pekerjaan yang layak. Segeralah Kenali diri akan potensi apa saja yang dimiliki sehingga bisa dimaksimalkan untuk mendapatkan manfaat di kemudian hari. Bisa jadi masalah pengangguran yang menjadi pekerjaan rumah bersama ini adalah



tidak adanya kesadaran dari para warga untuk mengenali apa kelebihan atau potensi yang dimiliki sehingga bisa mendengar praktis ketika menawarkan kemampuannya pada orang lain.

Semua orang dilahirkan dengan potensi yang unik, dan antara lainnya. Keunikan dan keragaman potensi yang sudah diciptakan-Nya inilah akan menjadi kekuatan dan peluang besar untuk sukses. Karena keberbedaan inilah satu sama lain saling membutuhkan dan memberi titik keunikan dan keberbedaan dengan orang lain lah yang seharusnya bisa dijadikan bahan atau sebagai produk yang bisa kita jual. Sebaliknya untuk mereka yang merasa sudah memiliki kelebihan dan keunikan tersendiri tidak akan dilirik atau laku kalau tidak dilakukan pemasaran secara intensif.

Pahami Potensi Diri

Jika tidak ada yang mau dijual dan bingung apa yang harus diperlihatkan kepada orang, segeralah untuk membuka diri dalam dalam titik tenggelamkan lah diri kita pada potensi apa yang kita kuasai dan sekiranya akan menjadi acuan dasar untuk bangkit dan sukses kedepannya. Dan sebaiknya ketika mengembangkan diri ini, fokuslah pada satu bidang saja yang sangat kita cintai itu.

Kalau kita memaksakan diri untuk mengembangkan berbagai kemampuan dan memaksakan diri untuk menjadi ahli di berbagai bidang maka bukan kemahiran yang akan didapat, melainkan kita akan kehabisan tenaga. Di tengah jalan kita akan game over, akhirnya satu keahlian pun tidak akan kita raih dengan sempurna. Bukan apa-apa, karena kapasitas dan ke fisik ini terbatas untuk menampung berbagai kegiatan, atau materi pelatihan yang padat dan dipaksakan untuk bisa dalam satu waktu. Namun alangkah lebih bagusnya, kita belajar atau berlatih secara gerilya dengan sistem dicicil. Jika suatu keahlian sudah kita kuasa, baru kita berangkat ke pada keahlian lain yang diminati, begitu seterusnya.

Dengan seperti ini kita akan fokus dan mendalam ketika belajar satu bidang.

Selain itu Jangan memaksakan diri untuk menguasai keahlian atau profesi yang tidak dicintai. Kalau dipaksakan tidak akan enjoy dan penuh keikhlasan ketika menjalani rutinitasnya. Kita bercermin pada kisah berikut (dalam Grunder jr. 2006: 34-35):

Dr. Nate Booth kedokteran di universitas pada 1971. Dia membuka praktik swasta selama lebih dari delapan tahun. Dan dia membenci pekerjaan itu. Menyadari bahwa bidang kedokteran gigi bukanlah sesuatu yang dia cintai, Dr. Booth kembali ke bangku sekolah dan mendapatkan gelar sarjana di bidang konseling pada 1983. Kemudian, dia memulai karir sebagai pembicara, dan setelah lebih dari tujuh belas tahun, kini Dr. Booth setelah berhasil memotivasi ribuan orang agar mereka bisa meraih yang terbaik bagi diri mereka.

Dr. Booth meninggalkan bidang kedokteran gigi karena dia menyadari itu bukan bidang mencintai. Uang bukanlah masalah karena pemasukan seorang dokter gigi cukup baik. Kebahagiaan lah yang penting setik dia Layak mendapat penghargaan karena kegigihannya mengejar minatnya dalam membantu orang lain, serta karena memiliki keberanian untuk melakukan hal ini pada usianya yang 35 tahun dengan sebuah keluarga unik untuk dibiayai.

*Minatnya itu kini telah menjadi sebuah bisnis yang sangat menguntungkan. Iya telah menulis dua judul buku, *Thriving on Change: The Art of Using Change to Your Advantage* *The Diamond Touch: How to Get What You Want by giving people what day Uniquely Desire*, dan dia juga menerbitkan sebuah newsletter.*

Untuk seorang pembicara yang sangat dihormati, minat dan rasa cinta Dr. Booth pada pekerjaannya itu jelas terlihat dalam setiap dan semua ceramahnya. Dari sudut pandang bisnis, Nate Booth memiliki bisnis bernilai jutaan dolar dengan duapegawai. Dia juga seorang pribadi yang menyenangkan.



Sangat jelas, agar kita bisa sukses dalam pemasaran, kita juga harus bisa memilih sesuatu yang menjadi minat kita. Jika George Burn pada usia lebih dari sembilan puluh tahun baru menyadari kemampuannya, kita pun pada usia kita sekarang ini, pasti bisa melakukannya. Minatnya adalah bekerja di sebuah perusahaan biro jasa dalam desain interior dan desain rumah karena ketika membuat desain seperti mendapatkan kepuasan dan sekaligus setelah mendapatkan kesenangan.

Alangkah lebih baiknya Jangan mudah digerakkan oleh uang dalam melakukan sesuatu, melainkan harus digerakkan untuk melakukannya karena minat Semata. Dan kalau dalam proses melakukan minat itu mendatangkan uang itu sebuah efek saja. Memang sudah seharusnya begitu ketika bekerja atau berusaha harus dengan penuh kenikmatan, seolah-olah kita sedang bersenang-senang. Dengan kata lain, agar kita bisa menjadi yang terbaik dalam sebuah minat atau ketika mengerjakan sebuah tugas tertentu, berjuang meraih cita-cita dan menjadi orang yang sukses, kita harus mencintai dan penuh keikhlasan melakukannya. Rasa cinta dan minat yang kita dan minat yang kita miliki tersebut, akan membuat pekerjaan kita menjadi terasa lebih mudah. Seberat apapun pekerjaan dan tugasnya akan terasa ringan dan Mudah dikerjakan (Grunder Jr., 2006: 32).

Cinta bisa mengubah segalanya titik dengan rasa cinta yang tadinya cemas menjadi tenang, yang tadinya tidak bisa menjadi bisa seperti yang dikatakan Jimmy Carter, Presiden Amerika Serikat ke-39, yang dikatakannya ketika sedang diwawancarai oleh *investors Bussines Daily*. Dia berkata, "Jika kita harus melakukan sebuah tugas dan kita benar-benar tertarik untuk melakukannya, merasa bersemangat dan tertantang olehnya, kita akan mencurahkan energi kita dengan maksimum. Dalam

semangat itulah semua susah akan tak terasa dan kegembiraan yang muncul ketika membayangkan kita harapkan akan tercapai.”

Selain memilah apa kegemaran atau kecintaan kita pada satu hal saja, yang akan memudahkan kita dalam memasarkannya karena lebih fokus, Kita juga harus menanamkan prinsip bahwa uang bukanlah segala-galanya. Uang hanyalah motivasi semu, yang Kalaupun kita mendapatkannya itu karena efek dari keringat dan energi yang kita keluarkan dalam beraktivitas atau berkarya.

Benar kata pepatah kuno, uang tidak bisa membeli kebahagiaan. Jika kita hanya terdorong oleh berapa banyak uang yang bisa kita dapatkan, kita tidak akan pernah merasa bahagia. Karena uang tidak akan pernah berakhir dan kita tidak akan berusaha untuk mensyukuri apa yang sudah didapat. Lebih dari itu semua, kita harus mencintai pekerjaan, yaitu pekerjaan yang benar-benar kita minati.

Sebaliknya kalau kita berorientasi atau fokus ketika melakukan sebuah pekerjaan karena uang maka uang tidak akan bermanfaat. Sebagaimana yang diakui oleh seorang ahli baja terkemuka, Charles Schwab, dia bilang, bank “Barang siapa Yang tidak bekerja karena cinta pada pekerjaannya, tetapi hanya demi uang yang dia terima, maka pekerjaan itu tidak akan menghasilkan uang ataupun kebahagiaan dalam hidupnya.”

Inilah uniknya jika kita memilih bidang yang yang kita cintai. Akan terasa sangat membahagiakan jika kita berhasil menemukan sesuatu yang benar-benar ingin kita lakukan selama sisa hidup kita. Kita akan memandang dekat pada cita-cita kita meskipun terletak jauh di ujung belahan bumi. Kita pun tidak akan melihat semua halangan yang ada di sekitarnya karena adanya tenaga yang ditimbulkan oleh rasa cinta.

Cinta otomatis akan memunculkan hasrat dan antusiasme yang tinggi. Jika kita mengejar minat kita dengan antusiasme,



maka kita pasti akan menjadi seorang yang sukses Meraih Mimpi. Bayangkan, betapa bahagianya diri kita ini yang melakukan sesuatu yang kita cintai sembari menghasilkan banyak manfaat dan keuntungan.

Jadi, jelaslah bahwa langkah pertama menuju sukses dalam *Marketing Your Self* adalah memilih bidang yang yang kita cintai. Tidak mungkin kita bisa melakukan yang terbaik kalau bukan karena kita mengejanya dengan penuh rasa cinta. Jika tidak melakukannya atas dasar cinta itu hanya akan menjadi sebuah pekerjaan yang membosankan, serasa lama menunggu waktu sehari. Bekerja pun tidak betah berlama-lama di kantor dan tidak sabar menanti waktu pulang kerja.

Kita menjadi begitu Bosan dengan rutinitas pekerjaan sehingga kita tidak bisa memaksimalkan energi yang kita keluarkan untuk jadi sesuatu yang hebat melainkan menjadi biasa-biasa saja. Tidak ada karya yang tercipta begitu fenomenal tidak ada spirit untuk membuat sesuatu produk yang unik dan berbeda. Hidup akan terasa sangat membosankan dan tidak memuaskan, serta bulan-bulan dan tahun-tahun akan berlalu dengan percuma. Dan cara mencari bidang yang cocok untuk diperdalam dan layak untuk kita cintai adalah dengan merekamnya dalam daftar catatan tentang apapun. Segeralah tuliskan ketika kita mendapatkan ide yang menurut kita bagus dan cocok untuk kita. Adapun sumber idenya bisa kita dapatkan dari televisi, koran, radio iklan, atau teman.

Jangan mengandalkan ingatan ketika mendapatkan sesuatu informasi yang bisa dijadikan ide yang bagus. Kekuatan itu sangat terbatas, dan itu bukan hal yang biasa dilakukan oleh orang-orang sukses. Tinta atau goresan pensil di atas kertas bisa kita andalkan kapan saja dan di mana saja dengan kualitas yang jauh lebih kuat. Sementara ingatan sangat terbatas kekuatannya, karena seringkali

tertumpuk oleh ingatan-ingatan lain yang menyebabkan menumpuknya informasi di memori yang kapasitasnya terbatas.

Manfaat menuliskan sebuah informasi agar bisa lebih kuat ingatan ini ini juga pernah dikatakan Konfucius, katanya, “Pensil pendek lebih baik daripada ingatan yang panjang. Mencatat teknik dasar yang dapat memperbaiki daya ingat serta kemampuan memanggil kembali informasi sebanyak enam kali.”

Namun, cara mencatat yang pada umumnya orang lakukan adalah dengan menulis kalimat atau gagasan tertentu dari apa yang kita dengar, baca, atau lihat. Hal ini sebenarnya lebih merupakan pengulangan (repetisi) bukan keterlibatan. Kita mengulang dengan bentuk tertulis dari yang kita dengar atau lihat. Menurut Wycoff (2002: 167) cara mencatat seperti ini kurang efektif karena:

- Rata-rata kita bisa menulis sekitar 40 kata per menit, walaupun kita dapat mendengar sampai 800 kata per menit. Mencatat secara menirukan dan mengulangi itu akan mengakibatkan banyak bahan yang luput dari pencatatan kita.
- Proses mengingat suatu bahan dan menuliskannya sambil mendengar bahan baru tidak akan akurat dan ini mengganggu proses berpikir;
- Salah satu tujuan pencatatan adalah agar mampu mendalami bahan pelajaran sehingga bisa meningkatkan memori. Namun cara menulis seperti ini pada umumnya lebih banyak terdiri dari kalimat dan kata-kata yang tidak penting. Hal ini membuat proses pendalaman menjadi lama dan terhambat. Pola mencatat ini menyulitkan kita menambahkan asosiasi dan penataan sendiri. Catatan seperti ini tidak banyak berkaitan dengan simpanan informasi kita terkini dan karenanya cepat hilang atau lupa.



Agar lebih efektif ketika mencatat ide-ide atau rencana rencana dalam memahami potensi diri untuk bisa dikembangkan menjadi profesional, kita bisa memperhatikan beberapa cara mencatat yang efektif dari Wycoff berikut ini:

- **Kata Kunci.** Untuk mencatat hanya gunakan kata-kata kunci saja. Kata kunci biasanya kata kerja atau kata benda konkret. Menurut penelitian, semakin tinggi persentase kata kunci dalam catatan, akan semakin mudah untuk diingat
- **Asosiasi.** Menambahkan asosiasi dan kaitan saat mencatat sehingga menjadi lebih bermakna dan terpatris dalam ingatan kita.
- **Gambar.** Menambahkan gambar dan simbol dalam catatan, ini akan mengaktifkan otak kanan kita serta meningkatkan ingatan dan retensi. Cara mencatat seperti ini juga baik untuk belajar yang efektif.

Dengan cara membantu kita dalam memperkuat ingatan kita akan selalu siap untuk mengambil tindakan dari munculnya sebuah pemikiran baru yang datang kapan saja. Dan sebaiknya kita jangan membatasi suatu bidang yang dicatat namun mereka malah sebanyak-banyaknya. Karena bisa jadi untuk saat ini tidak bisa dikembangkan, namun ide pengembangan potensi itu bisa dilakukan pada beberapa periode yang akan datang.

Setelah dianggap ide-ide dari potensi yang kita miliki, barulah kita memikirkan hal yang paling suka kita lakukan, dan mulailah mempertimbangkan peluang kegemaran kita apa itu untuk dijadikan potensi yang bisa ditawarkan ke orang lain atau lembaga yang kita minati. Dari daftar ide-ide dalam pengembangan potensi diri itu jangan yang standar, namun buatlah daftar yang berisi semua hal yang terpikirkan oleh kita,

bahkan yang tergilir sekalipun. Jangan memikirkan saluran atau peluang ke depan Dari potensi yang akan kita kembangkan. Kalau kita berpikir seperti ini, justru akan membunuh potensi besar yang bisa berkembang lebih hebat.

Bahasa ekstrimnya, keahlian apapun yang kita kuasai dan menjadi modal dasar untuk dijual, akan mendapatkan imbalan yang pantas. Terutama mendapatkan peluang yang setimpal dengan kemampuan atau kualitas kompetensi kita. Dan uang yang menjadi tujuan lain, dengan sendirinya akan mengalir pada kas kita. Dan sebagai rujukan dasar ketika dalam menentukan keahliannya, haruslah sesuatu yang benar-benar kita cintai. Tidak pura-pura karena sesuatu, apalagi terpaksa karena ada intervensi dari luar. Sama seperti kita tidak bisa berpura-pura jatuh cinta pada pasangan kita, kita akan berusaha menolak atau mengomunikasikan kalau kita tidak siap menerimanya. Melakukan sesuatu yang kita cintai berbeda dengan saat kita melakukan sesuatu yang tidak kita cintai.

Namun setelah mendata dan memastikan potensi-potensi yang dirasakan berkembang dan bermanfaat kedepannya, kita menjadi bingung untuk menentukan pilihan yang dua-duanya sama menarik. Kondisi seperti ini pasti akan dirasakan setiap orang. Dan ini lebih bagus ketimbang bingung merasa tidak memiliki potensi yang akan meledak jika dikembangkan. Dengan adanya kebingungan menentukan pilihan yang banyak, berarti kita Yakin pada diri sendiri yang ternyata memiliki kompetensi yang banyak. Ini sebagai modal dasar, yaitu modal awal untuk maju dan meraih sukses di masa yang akan datang.

Cara dalam menentukan pilihannya, kitalah yang paling tahu dibanding orang lain. Ingatlah bahwa saran dari para ahli ketika kita konsultasi pada pembimbing karir itu belum tentu benar. Kita yang paling mengetahui dan mengenal diri dan potensi kita.



Terutama pada impian kita dibandingkan orang lain. Jangan biarkan mereka mengarahkan potensi kita dengan saran-saran sumbu yang bernada sok tahu. Misalnya saja anggota keluarga, teman, guru atau siapapun yang akhirnya memutuskan potensi kita yang sesungguhnya.

Dengarkan saja apa yang ingin mereka katakan, lalu simpan dalam hati, tetapi Ingatlah hanya kita yang bisa melihat hutan belantara dari hamparan pepohonan yang terbentang dihadapan kita. Dan mereka hanya melihatnya dari luar dan tidak merasakan langsung bagaimana dingin dan gelapnya hutan. Semuanya kita lah yang merasakan kemampuan akan kualitas diri dalam mengejar impian atau minat kita. Kita bisa mengukur waktu yang dialokasikan dalam meraih suatu mimpi, yang mungkin punya sesuatu yang dapat membuatnya menjadi berhasil. Saran dari mereka bisa kita jadikan sebagai penyeimbang antara kritik yang kita dengar dan apa yang dikatakan oleh hati nurani kita.

Atau jika kita tetap di dalam memutuskannya, saran dari Grunder Jr. dalam mengecek keabsahan dari ide ide pengembangan potensi yang sudah kita seleksi itu, diantaranya:

1. Tanyakanlah kepada beberapa pakar yang sesuai dengan minat dan bakat kita. Mintailah pendapat dan saran-sarannya tentang minat kita mengenai peluang dan langkah-langkah yang harus kita kembangkan;
2. Kunjungi atau carilah informasi dari para praktisi dan pengusaha-pengusaha sukses di bidang yang kita pilih;
3. Periksa kenapa mereka gagal atau mengalami kebangkrutan sehingga kita menjadi lebih tahu dan siap dari awal sebelum terjun ke lapangan;
4. Bila perlu, tanyakan dan mintailah pendapat dari orang-orang yang tidak kita kenal tentang minat kita ini;

5. Hadiri seminar, pelatihan, dan pameran perdagangan di bidang yang kita pilih;
6. Survei orang-orang sukses di bidangnya. Ini bertujuan untuk menentukan kebijakan-kebijakan setelah kita Mahir di bidang yang telah ditentukan dari sekarang.

Akhirnya, Kita akan tahu sendiri kapan harus memulai dan mengakhiri penggalan potensi ini, mulailah membayangkan setiap hari ketika kita melakukan sesuatu yang kita cintai, tidak melewatkan akan Apa manfaat berlimpah yang tidak dapatkan. Bukankah itu akan sangat menyenangkan?

Mempercepat Perubahan Diri

Kita hidup di sebuah dunia yang berubah dengan cepat, begitu kata Brian Mayne dan Sangeeta Mayne dalam bukunya *Life Mapping* (2005), dan perubahan yang terjadi saat ini lebih cepat dibandingkan dengan ukuran manapun yang pernah tercatat dalam sejarah. Setiap aspek dan wilayah kehidupan kita sudah berubah, mulai dari cara kita bekerja, cara kita bergaul dan berinteraksi, cara kita berbelanja dan makan. Sungguh, bagi sebagian besar orang, semua aspek dalam kehidupan sehari-hari sedang mengalami perubahan.

Padahal beberapa tahun yang lalu, kebanyakan orang menghabiskan hidupnya di tempat mereka dilahirkan. Mulai bersekolah, melakukan magang sampai mendapatkan pekerjaan dan menghabiskan masa produktif bekerja di daerah yang sama pula. Sampai mereka menikah dengan seseorang yang berasal dari daerah yang sama. Menikmati masa-masa pensiun atau menikmati masa tua setelah sekian tahun bekerja keras. Dan akhirnya meninggal dunia di tempat yang sama pula (Mayne, 2005:24)

Sekarang, suasana itu sudah tidak ada lagi. Sulit untuk menemukan sebuah daerah yang penduduknya tidak pernah



melakukan perpindahan baik itu dari kota ke kampung atau sebaliknya yang paling semarak, orang-orang kampung mencari mimpi dan berharap bisa mewujudkan mimpinya di kota metropolitan. Orang-orang sekarang merindukan perubahan dalam hidupnya, dan mereka terus berjuang demi mengubah masa depannya menjadi sesuatu yang membahagiakan.

Orang-orang sudah mulai sadar, mereka merasa perlu dan penting melakukan perpindahan dari tempat asal ke tempat baru. Dengan seperti itu akan terasa perjuangan dan kerja keras untuk mendapatkan sesuatu yang menjadi incaran setiap orang. Perubahan ini bukan prinsip yang hanya dimiliki oleh mereka yang belum bernasib baik, tetapi juga mereka yang sudah mapan dengan penghasilan yang cukup pun akan terus berubah. Mereka akan terus berganti pekerjaan dalam rentang masa kerja 20 hingga 25 tahun, dan fenomena ini sudah menjadi hal yang lumrah di kota-kota besar. Ataupun di beberapa negara maju perpindahan dan perubahan pekerjaan tidak bisa dihindari.

Perubahan demi perbaikan ini, tidak hanya terjadi di dalam negeri dari kota ke kota atau dari kampung ke kota. Mereka seringkali pindah atau mencari kerja ke negara lain. Dan bukan hal yang aneh jika seseorang menikah beberapa kali, dan memiliki lebih dari satu keluarga. Jangan heran sebuah komunitas tidak hanya dihuni oleh satu pendatang atau non penduduk aslinya, melainkan banyak sekali terjadi akulturasi dan interaksi lainnya.

Meskipun perubahan sudah menjadi tren, namun pada umumnya orang takut pada perubahan. Padahal tanpa kita sadari yang namanya perubahan itu pasti terjadi, dan orang yang tidak siap dia akan terkena oleh ancaman diubah oleh luar dari dirinya. Dan ketidaksiapan ini bisa jadi dikarenakan mereka tidak bisa mengendalikan perubahan itu sendiri. Sebuah kondisi yang ironi, begitu banyak orang yang berharap agar berbagai hal dalam

hidup mereka terus membaik, tetapi pada saat yang sama ingin menghindari segala perubahan yang tidak pasti.

Tidak bisa kita pungkiri, ini sudah menjadi hukum alam dan pasti adanya kalau satu-satunya tentang masa depan yang bisa sepenuhnya kita yakini adalah adanya perubahan yang berkesinambungan. Adakalanya perubahan itu tidak berarti, dan terkadang perubahan itu sangat penting dalam hidup kita, dan kita tidak bisa mengelak dari beberapa tingkatan perubahan. Siapa pun kita tidak akan bisa memperlambat, menunda atau menghentikannya sekalipun. Namun yang bisa kita lakukan dengan pengetahuan dan keterampilan yang kita miliki adalah upaya belajar mengarahkannya menjadi sesuatu yang lebih baik dan bermanfaat pada diri kita.

Perubahan adalah unsur yang viral dalam setiap bentuk evolusi, bagi individu, komunitas, masyarakat, negara atau dunia. Tanpa perubahan, tidak akan ada pertumbuhan, sebagaimana alam yang terus-menerus mengalami perubahan, begitu pula manusia. Alam semesta ini tanpa disadari mendorong untuk terus bergerak ke depan dan ke atas, dan dorongan alamiah yang serupa dijumpai pula dalam diri setiap manusia.

Perubahan yang terus-menerus ini perlu bagi perkembangan dan kesejahteraan kita secara umum. Kalau tidak ada perubahan maka hidup ini akan menonton yang menimbulkan stagnasi. Kebosanan, kejenuhan, dan ketinggalan dari orang lain kalau tidak segera untuk melakukan perubahan.

Ibarat angin, perubahan akan berhembus ke segala arah. Hembusan angin ini bukan sesuatu yang baik atau buruk, karena sifatnya kadang besar yang bisa merusakkan benda-benda yang diterpanya atau sepoi-sepoi membuat orang kantuk kena tipuannya. Angin hanyalah angin dan akan selalu menjadi angin. Sangat naif jika berharap angin tidak lagi berhembus. Sebaliknya,



kita harus belajar untuk memanfaatkan angin dengan memasang layar kehidupan yang lebih baik.

Mereka yang paham mengendalikan kapalnya, akan memasang layar yang lebih baik untuuk mengalir mengikuti arus dengan memanfaatkan tiupan angin. Mereka memanfaatkan dan mengendalikan angin, sambil menunggu munculnya benih-benih kesempatan yang lebih baik. Amat sedikit orang yang telah menemukan peluang yang penting ini serta belajar memanfaatkan angin perubahan yang datang silih berganti. Ketika kita sukses mengendalikan Angin perubahan itulah bentuk sukses yang hebat di dalam setiap bidang kehidupan akan dapat diraih.

Harus disadari, angin perubahan dari waktu ke waktu terus berhembus lebih kencang dari pada yang terjadi sebelumnya. Dan kalau orang yang cerdas, ketika melihat angin tersebut akan terlihat bahkan menciptakan lebih banyak peluang bagi orang untuk menjalani hidup sesuai dengan pilihannya.

Kita hidup pada sebuah masa yang istimewa, sebab orang yang saat ini bisa menikmati kebebasan hidup dengan cara yang kita inginkan. Begitu banyak orang secara sadar memilih resensi yang dimilikinya untuk memperbaiki diri mereka sendiri. Dan dengan melakukan itu ada diantara mereka yang berjuang untuk meningkatkan kualitas hidup orang lain disekitarnya. Kondisi ini tidak terjadi pada beberapa abad sebelumnya. Negara-negara dunia sekarang ini membebaskan warganya untuk memilih potensi yang dimilikinya untuk menjadi seorang ahli bidangnya. Sebuah kondisi yang kondusif terhadap kita ketika hendak melakukan perubahan diri.

Tidak ada waktu yang lebih baik atau lebih penting dari pada waktu sekarang, bagi orang-orang yang berniat untuk mengendalikan perubahan, dan pada gilirannya menciptakan sebuah dunia yang lebih baik. Belajar mengendalikan diri sendiri

sesuai dengan arah yang kita pilih akan membuahkan kemenangan dan menjadikan kita majikan bagi diri sendiri (Mayne, 2005: 27).

Tiba saatnya bagi sebagian besar umat manusia untuk mampu mengendalikan dan memaksimalkan perubahan. Sebagai individu, kita mungkin tidak ingin hidup di dunia yang terus berubah dengan cepat, tetapi dorongan kolektif kearah yang lebih baik telah menggerakkan alur perubahan yang sejatinya sudah ada dalam diri untuk tidak terperangkap dalam arus perubahan dari luar yang akhirnya memaksa kita untuk berubah dan hasilnya perubahan yang terjadi tidak sesuai dengan potensi yang kita miliki.

Belajar mengendalikan perubahan memungkinkan kita memetik manfaat dari sejumlah perubahan. Kita bisa pula belajar dari orang lain yang telah berhasil mengendalikan dan memanfaatkan perubahan yang terjadi. Dengan cara ini, kita akan dituntut masuk ke dalam air yang lebih tenang, yang mengalir dengan kecepatan yang kita inginkan, sehingga kita tidak terponsang panting karena arusnya begitu mengalir deras.

Perjalanan untuk bisa dengan perubahan bisa dimulai dengan belajar mengendalikan diri kita sendiri, dengan membimbing pikiran, perasaan, sikap, tindakan, dan sejumlah kebiasaan sesuai dengan pilihan kita. Kemenangan yang muncul dari dalam diri ini atau menjadi majikan bagi diri sendiri, memuat kita mampu mewujudkan berbagai keinginan, cita-cita, dan impian kita. Dengan demikian dapat mempengaruhi dunia di luar diri kita.

Begitu kita mampu mengendalikan perubahan di dalam diri, kehidupan di luar diri kita secara otomatis akan mengikuti. Dampak dari tindakan kita merupakan buah dari pikiran-pikiran kita. Meskipun situasi-situasi dan kondisi-kondisi kita bisa sangat berubah dan kadang-kadang berada di luar kendali.



Ingatlah kata-kata dari Mayne ini, keterampilan terpenting pada abad ke-21 adalah kemampuan untuk belajar mengendalikan perubahan-perubahan hidup yang alamiah menuju hal-hal yang kita inginkan (2005: 25).

Coba renungkan puisi dari Imam Syafi'i dalam kata mutiaranya yang diajarkan kepada siswa tahun keempat di Pondok Modern Gontor. Puisi ini muncul pula dalam novel *bestseller Negeri Lima Menara*.

*Orang berilmu dan beradab tidak akan diam di kampung halaman
Tinggalkan negerimu dan merantauilah ke negeri orang
Merantauilah, kau akan dapat pengganti dari kerabat dan kawan
Berlelah-lelahlah, manisnya hidup terasa Setelah lelah berjuang
Aku melihat air menjadi rusak karena diam tertahan
Jika mengalir menjadi jernih, jika tidak, kan keruh menggenang
Singa jika tak tinggalkan sarang tak akan dapat merusak
Anak panah jika tidak tinggalkan busur tidak akan kena sasaran
Jika matahari di orbitnya tidak bergerak dan terus diam
Tentu manusia bosan padanya dan enggan memandangi...*

Pesan yang dapat kita praktikkan dalam kehidupan sehari-hari dalam puisi tadi Adalah Kita sebagai manusia harus terus bergerak. Bergerak berarti berubah dari sesuatu ke hal lain. Tanpa melakukan pergerakan atau perubahan kita tidak akan mendapatkan sesuatu yang menjadi impian dan tujuan hidup kita dalam *Marketing Your Self* kita disarankan untuk mengubah apa yang menjadi potensi dan keahlian yang telah kita Identifikasi dan tentukan sebelumnya, menjadi emas yang membuat orang tertarik untuk membelinya.

Seperti anjuran dari Rhenald Kasali dalam buku terkenalnya *Change!* kitapun harus membulatkan niat dan menguatkan tekad untuk mengubah diri kita dari potensi atau kemampuan yang telah kita miliki. Ubahlah terus potensi diri ini agar menjadi

handal dibidangnya, sehingga kita bisa dengan mudah ketika menawarkan ke orang lain atau lembaga yang kita tuju.

Jangan menunggu orang lain mengubah kita, atau terjadinya perubahan secara massif. Ketika diri ini diubah oleh orang lain akan beda kualitas dan rasanya, ketika diri kita ingin melakukan perubahan dari dalam diri tidak menunggu lama dan lakukan secepat mungkin. Agar kita tidak tergerus perubahan zaman yang sangat cepat. *Singa jika tak tinggalkan sarang tak akan dapat mangsa ... Anak panah jika tidak tinggalkan busur tidak akan kena sasaran ...* tinggalkan dan tanggalkan kekurangan atau kelemahan dalam diri kita, segeralah keluar dari kebodohan yang menyiksa diri untuk mendapatkan mangsa dan sasaran yang membahagiakan.

Memotivasi dan Yakin Diri

Dalam melakukan perubahan ada saatnya kita mengalami kebuntuan, kejenuhan, kemandekkan, karena gagal sehingga perubahan yang sudah kita rancang secanggih mungkin tidak terlaksana sesuai dengan *schedule time*. Perubahan adalah keharusan, namun kalau dalam diri tidak ada *power* yang bisa menggerakkan diri ini untuk berubah, mana mungkin bisa kita berubah. Di butuhkan sebuah dorongan dari dalam yang kuat, sehingga mampu menggerakkan jiwa raga dengan kata hati yang terus menopangnya. Kata hati ini tersalurkan pada bentuk motivasi.

Sekuat apapun fisik yang kita miliki kalau tidak memiliki kekuatan hati tidak akan berguna. Tangan yang kekar, kaki yang kokoh, dan badan yang tegap hanya menjadi aksesoris tubuh kita kalau tidak didorong dengan keteguhan hati dalam mengubah mimpi menjadi kenyataan. Kekuatan hati yang lebih akrab dengan mental inilah yang bisa menggerakkan body kita yang secara fisik lebih kecil.

Mental inilah pusat dalam memotivasi seluruh anggota tubuh untuk melangkah mengembangkan potensi yang ada dalam diri. Banyak orang yang secara fisik lebih kecil dan tidak diperhitungkan, namun seringkali mereka lah yang mendapatkan sukses yang lebih ketimbang yang secara fisik oke. Carilah prinsip atau petuah-petuah hebat yang bisa menjaga *spirit of our motivation* inilah peran dan kontribusi motivasi dalam mengembangkan potensi diri, sehingga kita bisa dengan mudah memasarkan potensi ini. Motivasi ini pun tidak hanya berlaku dalam pengembangan diri, dengan mengubah arah untuk terus menjadi baik melainkan juga dalam urusan-urusan lainnya.

Tanpa disadari, kita lahir ke dunia ini sudah dibekali motivasi diri, terutama motivasi untuk menjauhkan dari kesedihan dan motivasi yang terfokus pada upaya mendekatkan diri pada kesenangan (Mayne 2005: 180) kedua tujuan utama itulah yang senantiasa memompa spirit kita dengan membuat motivasi yang ampuh.

Karena kita sudah memiliki motivasi sejak lahir, maka motivator yang sejati hanya dapat dibangkitkan dari dalam diri kita sendiri. Kita bisa membangkitkan motivasi diri dengan melekatkan pada hal-hal yang sedang kita lakukan, yang mendorong diri kita untuk bertindak dengan sedikit menyisipkan emosi untuk menyuntikkan motivasi lebih dalam. Mungkin sedikit bisa memperkuat hasrat kita dalam melakukan sesuatu. Karena menurut Mayne, hakikat dari motivasi adalah keinginan yang sungguh-sungguh untuk melakukan sesuatu (Mayne, 2005:182).

Motivasi yang diperuntukkan bagi kita agar bisa berbuat dan bertindak adalah yang sesuai dengan keinginan kita. Namun terkadang kondisi tetap down atau tidak bisa berubah, masih tetap saja dirasakan. Ada cara mudah dan praktis dalam memotivasi diri ini yaitu dengan menghadirkan seseorang sebagai idola atau

teladan untuk kita, yang oleh karenanya dia bisa menginspirasi kita.

Apabila kita melihat seseorang yang terilhami atau terinspirasi, dapat dibedakan kalau mereka seakan-akan memiliki pegas dalam langkahnya dan memiliki kilau, keberadaan diri, dan energi. Orang-orang yang memiliki kekuatan pancaran Kharisma ini akan memukul dan menarik orang lain, dan kita akan termotivasi secara alamiah. Dan untuk setiap individu yang benar-benar terinspirasi, ada banyak orang yang tertarik kepada orang tersebut dan berharap mereka akan ikut terinspirasi. Berbagai jenis manusia telah menginspirasi manusia lain dalam setiap generasi dan dalam aspek-aspek dan wilayah kehidupan.

Saat kita terinspirasi orang lain, kita seperti menerima cahaya terang yang memancarkan kilaunya yang luar biasa, tetapi agar cahaya itu tetap terjaga sinarnya. Kita sendirilah yang harus menjaganya, tanyakanlah kepada orang-orang yang terinspirasi dalam hal apa saja. Dan mereka akan mengatakan dengan jelas kepada kita mengapa mereka terinspirasi. Mereka memiliki komitmen dan minat terhadap apa saja yang mereka yakini dan siap untuk menghadapi setiap tantangan.

Motivasi yang berposisi sebagai api penyulut *spirit* dalam diri, lagi pula mengubah keyakinan diri terhadap potensi yang dimiliki, misalnya ketika belajar sesuatu secara sadar kita tidak bisa melakukannya, namun karena habis itu mulut yang terus bisa membakar diri akhirnya bisa melakukannya. Dalam beberapa ciri orang yang sukses menyulutnya tidak pernah padam ketika diri terasa lemah maka dia bakar pagi untuk tetap *on fire*.

Ada banyak cara untuk mengubah sebuah keyakinan aku tidak bisa menjadi aku bisa. Kita semua memiliki kemampuan alamiah untuk menumbangkan keyakinan-keyakinan yang membatasi bahkan merusak potensi. Mungkin kita masih ingat

ketika mata anak-anak selalu mendengar dan membayangkan cerita-cerita orang tua atau dari film tentang sebuah kejadian dari para jagoan yang memiliki kekuatan hebat. Hanya para jagoan yang memiliki ilmu kesaktian tinggi ini tidak pernah terkalahkan oleh musuh-musuhnya. Dan keyakinan akan cerita ini melekat sampai kita mendapatkan informasi baru, membantu keyakinan baru, sampai memperbarui paradigma kita yang pada akhirnya membawa peta mental makna kita ke satu tingkatan yang baru.

Sampai sekarang keyakinan yang dibentuk pada masa anak-anak terus tersimpan, dan bahkan beberapa diantaranya tidak sadar akan hal itu. Kita tahu, masa anak-anak akan selalu mengukur keyakinan-keyakinan dari orangtua dan orang-orang berpengaruh lainnya di sekitar kita. Terlepas keyakinan-keyakinan yang dipungut itu baik, atau kurang begitu baik. Kalau keyakinan baik yang banyak tersimpan di memori itu akan bagus pula dalam perjalanan hidup kita. Sebaliknya jika keyakinan tidak baik itu akan merusak mental karakter dan sikap yang harus dengan segera kita hilangkan dan ular dengan keyakinan yang baik.

Meskipun terus memperbarui keyakinan kita setiap hari diperlukan, namun sebagai orang dewasa kita umumnya enggan membuang keyakinan yang sudah lama kita anut. Itu hal yang wajar dan lumrah terjadi diantara kita. Kita membentuk semacam rasa aman dan keyakinan tersebut. Dan itu hal yang baik, sebab keyakinan kita memang ditujukan untuk melindungi kita, memberi kita identitas, akan tetapi keyakinan hanya bermanfaat bagi kita jika terfokus secara positif.

Seorang teman yang punya bakat musik di atas rata-rata dengan sesuainya, dikondisikan untuk percaya bahwa ia tidak mungkin menjadi seorang pemain band yang baik, karena tidak memiliki modal dan Jaringan yang kuat. Perlu waktu yang lama untuk nya menyadari bahwa keyakinan kalau dia tidak bisa

menjadi pemain band tidak didasarkan pada fakta, tetapi pada pendapat orang lain atas dirinya.

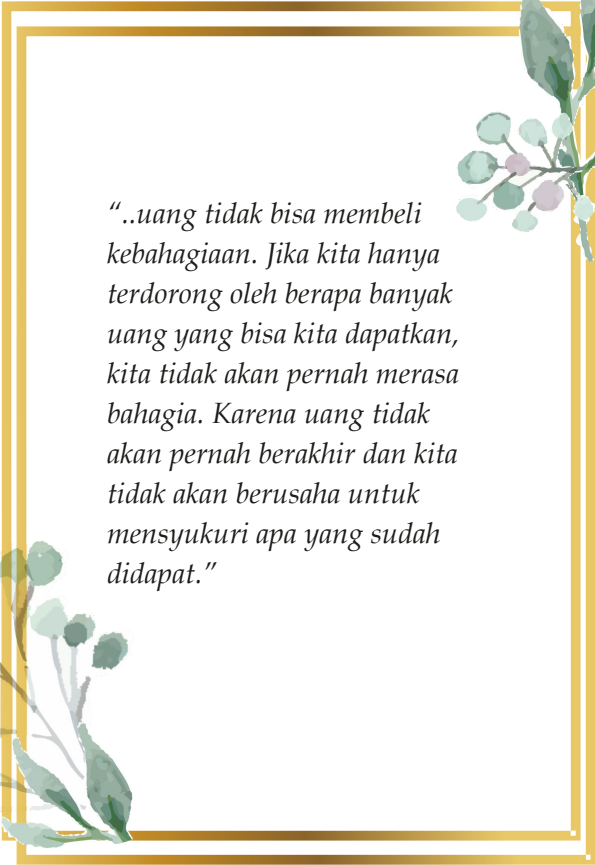
Dia pun tidak terus berhenti memotivasi diri bahwa dia memiliki kemampuan yang lebih dan terus memasarkan kemampuannya ke setiap orang yang layak untuk mengetahui keahliannya bandnya. Seiring waktu semakin terlatihlah skill yang dimiliki bandnya, dan keyakinannya bertambah kuat kalau suatu saat nanti dia akan sukses di bidang musik ini. Dan selang beberapa tahun tangga menuju kesuksesan telah dia dapatkan, secara perlahan karirnya terus menanjak dan mencapai titik keemasannya.

Cara lain untuk melihat seberapa besar keyakinan yang ada dalam diri kita adalah dengan membayangkan kita bisa meraih apa yang kita inginkan. Tentunya harus segera diiringi dengan perubahan atau bergerak untuk terus mengujinya. Semakin banyak pengujian akan kualitas diri, baik itu ikut lomba, ikut seleksi, atau apapun, maka akan semakin teruji mental kita. Dari situ kita menguji pula keyakinan diri kita seberapa besar kekuatannya.

Cara kita bicara, berteman, bertindak, melakukan hal-hal yang kita sukai, ataupun tidak disukai sama sekali, pekerjaan yang kita lakukan, serta orang-orang yang kita ajak untuk melakukan aktivitas bersama-sama, semua di bentuk oleh keyakinan kita. Jika kita merasa yakin semua yang akan kita lakukan berhasil maka kesuksesan bukanlah yang didapat, sebaliknya jika kita tidak yakin berhasil dalam melakukan pekerjaan, maka sebelum selesai pekerjaan tersebut akan terlihat hasilnya.

Seperti kata Henry Ford, apakah kita percaya bahwa kita bisa atau kita tidak bisa, kitalah yang tahu benar. Itu semua bisa kita raih karena semuanya ada pada diri kita sendiri. Orang yang menjadi majikan bagi dirinya sendiri dapat mengakhiri Sebuah penderitaan semula ia menciptakan kebahagiaan, begitu kata Oscar Wilde.





"..uang tidak bisa membeli kebahagiaan. Jika kita hanya terdorong oleh berapa banyak uang yang bisa kita dapatkan, kita tidak akan pernah merasa bahagia. Karena uang tidak akan pernah berakhir dan kita tidak akan berusaha untuk mensyukuri apa yang sudah didapat."

3 Cara Memasarkan

Tidak ada istilah mengulang kembali dalam hidup. Kita hanya bisa bergerak maju dari tempat kita berada sekarang; meski kecil, tiap langkah yang kita ambil akan membawa kita langsung menuju masa depan

-Barry J. Farber, Pekerja Televisi dan Radio

TIDAK usah menunggu lama lagi setelah kita selesai mengembangkan kemampuan kita untuk terus memaarkannya. Karena kalau menunggu terlalu lama, bisa-bisa peluang yang tadinya terbuka lebar menjadi tertutup oleh orang lain. Ingat dunia sudah berubah dan persaingan terjadi di mana-mana. Kalau kita tidak cepat bergerak maka orang lain akan berhasil dan mendahului kita.

Begitu kita menerima ijazah dan merasa diri mampu terhadap salah satu bidang, cobalah untuk memasarkannya. Misalnya saja dengan menyebarkan lamaran kerja atau member ide-ide segera dalam pengembangan sekolah perusahaan, instansi atau kegiatan lainnya sehingga orang lain percaya dan yakin atau kompetensi yang kita milik. Sehebat dan sepintarapa pun kita kalau tidak segera dipasarkan kepada orang lain tidak akan terlihat kehebatannya. Orang lain pun tidak akan tahu kalau diri kita ini hebat dan layak dipertimbangkan. Dan siapa tahu hoki kita di peluang ini, jangnalah untuk membungkam kemampuan diri dengan tidak mencoba untuk menjadi marketer untuk diri sendiri.

Untuk lebih meyakinkan dalam proses marketingnya, ada beberapa hal yang harus kita perhatikan. Bukan tidak mungkin sesuatu yang terjadi pada orang-orang sukses dan berhasil meraih keamanan dalam hidupnya, adalah mereka yang berhasil menata



diri secantik mungkin. Walhasil orang melihatnya begitu *smart* dan yakin untuk memberikan kepercayaan padanya. Meskipun itu hanya kemasan atau *casing* semata yang Nampak dari luar bagus namun dalam kurang meyakinkan.

Menjadi Pendengar Setia

Jauh sebelum kita bicara mengenai cara memasarkan dnegan memakai komunikasi sebagai kunci utamanya, kita harus menjadi seorang pendengar setia. Siapa pun akan susah menjado pendengar ketimbang menjadi pembicara. Kebanyakan orang tidak mau mendengarkan dengan tertib dan fokus ketika orang lain bicara. Pada prinsipnya semua orang adalah pembicara handal, dan buruk ketika menjadi pendengar. Padahal ini masalah utama dan syarat pertama dalam berkomunikasi. Orang-orang seringkali melanggar ketika berkomunikasi maunya memotong atau nyerocos pembicaraan orang lain.

Mendengar yang lebih penting ketimbang bicara ini seringkali tidak menjadi perhatian orang. Padahal kalau kita sedikit bersabar dan mau menahan nafsu untuk bicara , kita akan mendapatkan informasi yang banyak dari mendengar ini. Akhirnya kita menyampaikan pesan yang tepat dan mereka pun menjadi puas. Berbeda ketika kita tidak dengan ikhlas mendengarkan apa yang menjadi keluhan atau keinginannya, kita akan merabara dan salah pesan yang kita sampaikan. Sebagaimana Goethe bilang, “Tidak ada orang yang akan banyak bicara jika mereka tahu seberapa sering mereka salah memahami orang lain.”

Repot pula kalau semua orang menjadi pembicara dan tidak ada yang bersedia menjadi pendengar setianya. Secara kodrati dan fasilitas fisik yang telah kita miliki condong untuk lebih besar peluang menjadi pendengar ketimbang pembicara. Seperti yang dikatakan Epictetus, “Tuhan telah memberikan satu lidah

bagi manusia dan dua telinga sehingga kita dapat mendengarkan orang lain dua kali lebih banyak dari pada kita berbicara.”

Ini menjadi sebuah bukti bahwa mendengarkan harus lebih lama ketimbang bicara. Namun kenyataannya orang belum siap, sebagai bukti, hasil riset menunjukkan bahwa kira-kira orang menghabiskan waktunya antara 45% sampai 53% untuk mendengarkan orang lain (Barker, dkk. 1981). Artinya pemahaman orang masih setengah mengenai urgensi mendengarkan dalam proses komunikasi.

Setelah melihat, mendengarkan adalah kemampuan komunikasi yang kita pelajari sewaktu bayi. Namun sayang, kemampuan komunikasi yang sama sekali tidak diajarkana kepada kita ini kalah populer dengan system pendidikan kita yang lebih menekankan pada membaca dan menulis. Walaupun kedua pembelajaran ini relative kecil kita gunakan untuk berkomunikasi.

Kita cenderung menganggap bahwa mendengarkan adalah hal biasa, dengan asumsi bahwa mendengarkan dengan pasif (*hearing*) itu sama dengan mendengarkan aktif (*listening*). Mendengar pasif adalah fungsi telinga tetapi mendengarkan merupakan aktif melibatkan pikiran kita. Mendengarkan merupakan proses yang aktif, bukannya hanya penerimaan bunyi secara pasif. Jarang ada yang mendengarkan dengan benar, khususnya dalam bisnis (Wycoff, 2002: 165).

Mendengarkan akan terjadi jika gelombang suara menyentuh gendang telinga. Dan prosesnya melibatkan banyak pertimbangan dari pada hanya sekedar mendengar. Karena dalam mendengarkan, seseorang berusaha memahami pesan melalui pendengarannya. Sebagaimana dinyatakan Julia T. Wood (1997: 95) bahwa, “*Listening has physycological dimensions that aren't part of physically receiving messages. Listening is a complex process that involves being mindfull, physical receiving messages, selecting and*

organizing information, interpreting communication, responding, and remembering."

Karena dasar pemahamannya kurang terhadap prinsip pendengaran, bahkan cenderung mengabaikan pendengaran, banyak di antara kita yang akhirnya salah memahami atau menafsirkan suatu informasi yang diterima. Adapun mendengarkan mungkin bisa jadi karena ada intervensi atau terpaksa. Yang akhirnya mendengarnya itu tidak efektif. Mendengarkan efektif menjadi mahal karena susah dipraktikannya.

Ketika kita tidak mendengarkan secara cermat mengenai suatu pekerjaan, kita sering kehilangan informasi penting yang memengaruhi pekerjaan dan kemajuan karir kita. Dalam pergaulan kita, terlebih dalam *Marketing Your Self* mendengarkan secara efektif akan memperlancar proses komunikasi tahap berikutnya. Menurut Enjang A.S. (2009), ada enam elemen dalam mendengarkan efektif.

Pertama, pentingkanlah. Langkah yang pertama dalam mendengarkan adalah menetapkan keputusan yang disadari. Anggap penting dalam hidup kita ketika melakukan komunikasi dengan orang lain. Dan agar kita merasa penting ketika berkomunikasi cobalah untuk mengosongkan segala yang ada dalam benak, sehingga menjadi terbuka untuk mendengarkan orang lain; konsentrasi pada orang yang sedang bicara dengan kita. Tekankan pada diri sendiri bahwa "*I want to focus on this person and what she or he is saying and feeling.*"; Jika perasaan kita gelisah jangan menyalahkan diri. Sebagai solusinya, hanya kembali memfokuskan perhatian kita pada orang yang sedang bicara pada kita; Jangan bingung jika muncul pikiran-pikiran yang membingungkan, atau jika kita sendiri yang merespons dari perkataan orang yang bicara dengan kita. Ini adalah alami. Hanya tinggal mengalihkan dan menekan pikiran-pikiran yang

menyimpang, kemudian kembali fokus pada orang yang bicara dengan kita.

Kedua, penerimaan pesan secara fisik. Kita mungkin menerimanya dengan mendengarkan suara atau dengan membaca bibir sebagai salah satu gerakan bahasa isyarat. Kadangkala kita pertama kali menerima pesan secara fisik, dan hal tersebut menyebabkan kita memperhatikannya.

Ketiga, memilih dan menyusun materi. Elemen ketiga pendengaran adalah pemilihan dan penyusunan bahan. Kita cenderung memilih sebagian pesan dan mengabaikan pesan yang lainnya. Pemilihan ini biasanya tergantung pada faktor minat, kognitif, dan ekspektasi. Kita dapat memonitor kecenderungan memilih ini mengingat yang paling memungkinkan bagi kita untuk memperhatikan stimuli yang kuat dan tidak lazim.

Keempat, menafsirkan komunikasi. Proses yang keempat dalam pendengaran adalah penafsiran (*interpreting*) komunikasi orang lain. Ketika kita menafsirkan, kita menyimpan semua yang telah kita pilih dan susun. Prinsip yang paling penting dalam proses ini adalah menafsirkan orang lain dalam bahasa kita sendiri. Menafsirkan seseorang dengan memperhatikan perspektifnya adalah salah satu yang memberikan paling penting, yang dapat kita berikan pada orang lain.

Kelima, *responding*. Mendengarkan yang efektif juga melibatkan *responding*, yang mengomunikasikan perhatian dan minat, maupun mengenai pandangan kita. Malahan dalam proses transaksional kita secara simultan mendengarkan dan berbicara. Menjadi pendengar yang cermat memberikan tanda yang kelihatan dari luar, yang mengiringi dan terlibat dalam interaksi meskipun mereka tidak berbicara.

Keenam, *remembering* atau penghafalan. *Remembering* merupakan bagian terakhir dalam proses pendengaran. Di mana



proses penyimpanan apa-apa yang telah kita dengar. Secara selektif kita mengingatkan apa yang telah kita dengar. Secara selektif kita mengingatkan apa yang telah kita dengar, misalnya dengan meningkatkan kompetensi pendengaran.

Dari keenam elemen mendengarkan ini, kita akan semakin tahu dan sadar akan kontribusi mendengarkan dalam keberhasilan dalam komunikasi yang kita bangun. Dan proses mendengarkan yang kita lakukan akan menjadi tidak sia-sia, kita pun bisa mencapai dan tujuan dari aktivitas mendengarkan ini. Tidak mungkin mendengar ini dikatakan sebagai salah satu unsur komunikasi yang penting, kalau tidak memiliki tujuan utamanya. Oleh karenanya, marilah kita simak mengenai tujuan dari mendengarkan ini.

Pertama, mendengar sebagai cara menambah informasi. Ketika kita mendengarkan, kita akan menerima pesan-pesan yang tidak dapat kita mengerti dan harus mempertanyakannya agar mendapatkan penjelasan. Pertanyaan tersebut selain untuk mengklarifikasi juga bisa jadi mengelaborasi pesan-pesan dari lawan bicara kita, yang memungkinkan kita memahami informasi dan dapat meningkatkan wawasan terhadap isi pembahasan secara menyeluruh.

Kedua, mendengar sebagai bentuk dukungan. Kenapa mendengarkan dikatakan sebagai bentuk dukungan? Padahal mendengarkan adalah sebuah aktivitas diam saja tidak bertindak atau melakukan apapun. Justru diam inilah dikatakan mendukung dari apa yang dikatakan lawan bicara kita. Artinya kita mendukung kepada pembicara untuk meneruskan pembicaraan dan kita diam memperhatikannya. Berbeda sama sekali dengan mengacuhkannya yang sama juga kita tidak mendukung dia.

Ketiga, memberikan penilaian. Ketika kita mendengarkan berarti kita akan mendapatkan informasi. Setelah informasi

di dapat, maka dengan otomatis kita pun akan mengeluarkan penilaian secara kritis. Terlepas penilaiannya ini dikeluarkan yang termuat dalam pertanyaan-pertanyaan kita kepada pembicara atau lawan bicara. Atau cukup kita saja yang tahu.

Keempat, mendengarkan untuk bersenang-senang yang tidak perlu memusatkan perhatian dan mengingat sebanyak informasi yang kita dengarkan. Misalnya mendengarkan lagu, mendengarkan kicauan burung, dan suara-suara lainnya yang membuat kita senang. Atau mendengarkan obrolan-obrolan santai di warung kopi, canda tawa dengan keluarga.

Dalam proses mendengarkan, ada cara agar ketika kita mendengarkan menjadi dapat diingat. Cara ini disebut dengan menyimak. Ya, memang kalau hanya mendengarkan saja mudah kita lakukan, tapi belum tentu bisa menangkap inti dari pembicaraan. Dan menyimak merupakan usaha lain dalam menangkap inti dari pembicaraan.

Istilah menyimak ini sangat populer di semua kalangan, yang intinya adalah memfokuskan segenap perhatian kita pada konteks pembicaraan. Ada usaha keras dari kita selaku pendengar untuk mengerahkan fisik, memori, konsentrasi pada pembicaraan. Kalau kita merujuk pada definisi yang dikemukakan oleh Charles Petrie, menyimak itu merupakan proses gabungan komunikasi oral, melalui beberapa sumber yang dipersepsi secara kritis, diinterpretasi dalam pengalaman masa lalu dan pengharapan di masa depan.

Ada beberapa jenis kegiatan menyimak ini, di antaranya *pertama*, *discriminator listening* yaitu proses menyimak yang mengutamakan pada mengidentifikasi stimulus. *Kedua*, *appreciative listening*, yaitu mencoba memahami makna pembicara seakurat mungkin.



Selain dari tipe menyimak tadi, ada satu hal yang paling berhubungan untuk mengembangkan hubungan kita dengan orang lain agar lebih akrab dan harmonis. Terutama hubungan yang kita bangun adalah bentuknya interpersonal. Dalam komunikasi interpersonal dikenal dengan istilah empati. Atau kalau dalam menyimak adalah terapi menyimak. Ketika menyimak sangat cocok saat emosi dilibatkan. Empati adalah melibatkan empati pada narasumber atau orang yang kita ajak bicara.

Untuk mengembangkan menyimak dengan empati, kita harus menghargai titik berdiri orang lain, yakinkan kita paham apa yang dikatakan pembicara atau narasumber sebelum kita meresponnya, pahami kerangka pikiran orang lain. Ini merupakan cara memahami proses kognisi orang lain, dengan mengetahui proses kognisi orang lain kita akan dengan mudah melakukan komunikasi yang lebih hidup.

Agar kemampuan mendengar kita lebih baik, selain dari beberapa cara di atas, juga cobalah cara yang diberikan Wycoff. Ada beberapa kunci untuk mendengarkan lebih baik, yang dapat menuntun kita lebih cakap dalam memasarkan ide-ide dan lain sebagainya (2002: 166-167):

- Pilihlah kata kunci – soroti informasi dengan stabil;
- Carilah fokus si pembicara – apa yang ingin disampaikan?
- Pikirkan setuju dan tidak setujunya kita dengan fokus si pembicara, atau putuskan informasi apa yang dibutuhkan untuk melanjutkan proses pengambilan keputusan;
- Ajukan beberapa pertanyaan saat mendengarkan – adakah keberpihakan si pembicara?;
- Tentukan berbagai kesimpulan si pembicara – adakah cabang-cabangnya?;
- Carilah dasar pembicaraan – apakah faktual?;

- Lakukan paraphrasing bahan pembicaraan itu dan tambahkan hasil kesimpulan pribadi;
- Telitilah kalau-kalau ada celah atau hal-hal yang tidak dikatakan. Adakah bidang-bidang tertentu yang dihindari?

Itulah mendengarkan dengan segala kelebihan dan keharusan untuk kita agar komunikasi yang akan kita bangun berhasil. Tentunya apa yang menjadi cita-cita kita dalam *Marketing Your Self* betul-betul tepat sasaran. Sehingga energi yang kita keluarkan tidak sia-sia atau tidak mubajir.

Lebih Dekat Lebih Hebat

Sebelum kita bicara atau menjawab pertanyaan, baik ketika kita presentasi atau wawancara, kita akan mendengar apa yang mereka katakana. Tepatnya mendengar di sini kita menampung informasi sebanyak-banyaknya tentang dia. Dan untuk dapat mengenal pendengar lebih dekat, kita harus menempatkan diri kita dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang komposisi, sifat, dan suasana hati mereka. Apakah mereka hadir atas kemauan sendiri? Bagaimana budaya mereka? Bagaimana perasaan pendengar kita? Apakah mereka penuh energi, antusias, santai, lelah, kesal, atau mengambil sikap berbeda? (Gelb, 2005: 49).

Jika kita memperhatikan dari setiap jawaban atas pertanyaan-pertanyaan di atas, kita bisa merancang presentasi kita, membuka pembicaraan yang sempurna, melancarkan pengiriman pesan-pesan yang terukur dan akurat, dan peluang kita untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan lawan bicara kita menjadi lebih segar dan komunikatif. Untuk melengkapi informasi seputar klien atau orang yang akan kita ajak untuk bicara perihal ide, produk atau karya yang kita tawarkan padanya, luangkan waktu untuk memperoleh informasi tentang mereka. Bertanyalah kepada orang

yang kita anggap representatif. Kemudian bicaralah dengan siapa saja yang mengenal mereka dengan baik. Akan sangat bermanfaat jika kita bicara dengan orang-orang yang pernah berbicara dengan calon lawan bicara atau pendengar kita.

Jangan pula kita lewatkan untuk membaca apa saja yang bisa menambah informasi yang bermanfaat terhadap diri, perusahaan, atau lembaga yang akan kita datangi. Carilah sumber bacaan yang bisa di andalkan fakta dan datanya, seperti bulletin, majalah, dan surat kabar.

Teknik lain untuk menambah akrab dan dekat dengan mereka adalah dengan datang lebih awal dan mengobrol santai dengan beberapa karyawan, staf bahkan orang yang kita tuju sebelum acara inti dimulai. Dengan mengambil inisiatif untuk melakukan obrolan santai sering memperoleh banyak informasi tentang suasana hati dan pengharapan mereka. Dengan cara ini, kita bisa mengetahui hal-hal yang berpotensi menimbulkan masalah, dan merujuk pada permasalahan terakhir yang dihadapi orang-orang yang kita temui (Gelb, 2005: 51).

Cara-cara yang tadi disebutkan adalah sebagai langkah awal agar kita sukses dalam *Marketing Your Self*. Karena setiap kali kita bertemu dengan seseorang yang baru dalam hidup kita, sejak saat itulah kita harus mengenalnya. Masalahnya tidak setiap orang bisa langsung akrab, mereka senantiasa susah untuk mengawali. Sebenarnya kunci utama dari itu semua ialah ada pada diri kita sendiri, yaitu bagaimana memahami orang lain.

Begitu pentingnya memahami orang lain dalam *Marketing Your Self* sehingga tidak ada alasan lagi untuk tidak berjuang memahami akan eksistensi orang lain. Dan agar proses memahami orang lain efektif, perlu kiranya kita mencoba melakukan beberapa panduan yang bisa mengantarkan kita ke jalan yang cepat dan tepat. *Pertama*, tentukanlah klasifikasi orang yang akan kita temui.

Apakah kita mengkategorikannya sebagai teman, guru, birokrat? Apakah dia memiliki sesuatu yang potensial atau tidak? Apakah dia orang yang sangat berpengaruh dalam perusahaan, lingkungan bekerja? Dan masih banyak peluang-peluang klasifikasi yang bisa kita tentukan.

Kemudian yang *kedua*, gunakanlah pikiran kita untuk menilainya. Untuk penilaiannya, apakah kita memusatkan perhatian pada bentuk fisik, kualitas mental, permasalahan, psikologis, atau tentang interpersonal? Terakhir, *ketiga*, identifikasi diri kita. Kita bisa berinteraksi dengan mengenali dan mengembangkan karakteristik-karakteristik yang ada dalam diri kita. Dengan mengetahui kompetensi yang ada pada diri kita, kita bisa menjadikannya sebagai potensi dan modal awal ketika hendak mengenal orang. Dengan demikian kita akan dengan mudah membaca situasi, dan menempatkan posisi di bagian mana kita dalam suasana interaksi tersebut.

Banyak mendengar, menyimak, dan berusaha memahami orang lain, kita akan mendapatkan banyak informasi mengenai orang yang akan kita tawarkan ide, produk dan lain sebagainya. Menurut Kazuo Murakami, selain perubahan lingkungan, informasi adalah factor lain yang dapat mengubah hidup kita. Cobalah mendapatkan informasi yang langsung dari sumber utama (2007: 94).

Setelah mempertimbangkan dengan cermat karakteristik klien kita, segera putuskan apa yang ingin kita capai dari komunikasi ini. Tetapkanlah sasaran kita secara cermat dan jelas. Kemudian tuliskan semua sasaran kita dalam kalimat lengkap sehingga kita dapat lebih mengasah sasaran-sasaran kita. Sebagai contoh, jika kita sedang mempersiapkan bahan pembicaraan tentang ide, produk, atau ketika hendak di wawancara, kita mungkin menuliskan, "Di akhir pembicaraan, saya akan mendengar dan mengetahui alasan



penting, mengapa ide, karya, atau produk saya lebih unggul, dan mereka akan membeli atau menerima saya sebagai karyawannya.”

Cakap Berkomunikasi

Salah satu keahlian dalam *marketing* yang harus kita kuasai adalah komunikasi. Dalam sehari dan hampir di setiap aktivitas, kita akan berinteraksi (berkomunikasi) dengan orang lain. Jadi sebenarnya interaksi akan tidak hanya dibutuhkan oleh mereka yang membutuhkannya demi keperluan *marketing* saja, tapi juga untuk bidang lain. Dengan *skill communication* yang mumpuni dijamin kita bisa mengatasi persoalan interaksi yang terkadang menjadi sesuatu yang menakutkan ketika melakukannya.

Apa alat yang paling penting dan utama dalam mencapai kesuksesan ketika berkomunikasi? Jawabannya adalah mulut kita. Tidak hanya berkomunikasi sehari-hari, berkomunikasi dalam *marketing* pun mulut merupakan vital dalam memasarkan ide, produk, karya atau apa pun yang kita pasarkan kepada orang lain. Karena dari apa yang kita katakan akan menentukan sejauh mana kita akan sukses. Seberapa besar orang lain mengerti apa yang kita katakan, dan bagaimana respon yang orang lain berikan dari perkataan atau materi yang kita jelaskan? Itulah mengapa indra ucap atau mulut ini bisa begitu signifikan dalam *Marketing Your Self* dibangun di atas hubungan, hubungan dibangun di atas komunikasi, dan komunikasi sebagian besar terjadi melalui kata-kata lisan.

Jadi seperti pepatah mulutmu adalah harimaumu, yang bisa jadi petaka buat kita yang memiliki mulut kalau tidak dijaga. Mulut dan lidah yang tidak bertulang ini begitu mudah dan lancer ketika berucap, bahkan perkataan-perkataan kurang sopan dan pedas seklaipun seringkali keluar tanpa batas dari mulut ini. Banyak pertikaian dan percekocokan terjadi karena mulut yang tidak terjaga ini.

Kalau kita sadar dan tahu kalau mulut ini indra vital dalam mengantarkan kita sukses ketika melakukan *Marketing Your Self*, itu berarti kita harus membimbingnya agar berbicara secara positif. Atau seperti kata orator Indian, Rolling Thunder, “Berbicara dengan tujuan yang baik berarti berkomunikasi secara langsung, jelas, jujur, dan dengan maksud yang baik. Untuk itu, kita harus memilih kata-kata dengan hati-hati dan mengambil tanggung jawab atas pilihan itu (DePorter, 2007: 126).

Ketika dalam benak kita sudah tertanam demikian, maka ketika kita hendak berbicara, dengan otomatis akan ada editor dalam memori kita untuk menyusun dan memfilter materi atau bahasa-bahasa yang akan dikeluarkan sebelum kita membuka mulut. Dalam benak akan bertanya-tanya dulu, “Apakah ungkapan ini pas kalau dikatakan di sini?” “Kira-kira bagaimana responnya kalau saya menyatakan demikian?” dan lain sebagainya. Sebelum berkata kita akan yakin bahwa apa yang akan kita katakan akan bermanfaat bagi diri kita dan orang yang sedang kita ajak ngobrol. Karena kita memilih kata-kata kita secara khusus untuk memenuhi tujuan kita dalam *Marketing Your Self*.

Kata itu-kata itu perkasa dan besar pengaruhnya pada diri kita yang mengatakannya terlebih pula pada mereka yang menerima ucapan kita. Kata-kata bisa membangun bahkan sebaliknya menghancurkan siapa pun. Misalnya saat kita marah atau dalam kondisi canda gurau dengan orang lain, kemudian kita mengeluarkan perkataan yang menyakitkannya, itu bisa melukai perasaannya seumur hidup. Meskipun tidak sakit secara fisik, namun komentar kita itu bisa terus melekat dalam dirinya dalam waktu yang lama, bahkan sampai ia meninggal pun akan terus diingatnya. Begitu pula dengan perkataan baik yang bisa membangun *spirit* positif. Kita pasti punya pengalaman baik yang tidak terlupakan ketika kata-kata baik memberi semangat pada kita.



Jadi seperti yang dikatakan DePorter bahwa komunikasi adalah jembatan antar orang, ia adalah perekat yang menyatukan hubungan. Komunikasilah yang membentuk ikatan antara suami dan istri, antara orangtua dan anak, antara guru dan murid, antar teman, saudara kandung, mitra dan kolega. Hubungan kita akan berkembang atau menjadi layu bergantung pada mutu komunikasinya (2007: 127).

Mutu komunikasi bisa ditentukan pada pola-pola bicaranya, berbicara dengan jelas dan langsung berarti kita menyatakan terus terang apa yang kita maksudkan; kita tidak berbicara memutar mutar, menyembunyikannya dalam perumpamaan, atau melunakkan kekuatannya. Kita tidak mengatakan kita hanya sedikit marah kalau sebetulnya kita marah besar.

Begitu pun ketika kita berbicara dengan jujur, yaitu bicara tanpa dibungkus dengan sarkasme, merendahkan diri sendiri atau menghina orang lain. Bicara jujur mengharuskan kita apa adanya, walaupun tidak menyenangkan, bahkan jika kata-kata itu bukanlah apa yang ingin didengar orang lain.

Namun yang paling penting dalam meningkatkan mutu komunikasi adalah kita memiliki tujuan yang baik. Seperti yang disinggung sebelumnya, ketika kita memiliki tujuan yang baik dalam berkomunikasi, sebelum mulut ini melafalkan dengan lincahnya kata-kata akan terjadi penyuntingan kata. Dan tujuan baik dalam berkomunikasi akan menjadi tantangan bagi kita. Karena dengan berkomunikasi memiliki tujuan baik, ia membutuhkan keberanian, upaya, dan latihan. Inilah cara berkomunikasi yang akan membentuk komunikasi yang positif dan efektif. Apalagi kita sangat membutuhkan respon baik dari orang lain yang menjadi klien kita ketika kita menawarkan jasa, produk, karya atau gagasan sekalipun.

Dalam konteks apa pun, dengan memakai komunikasi positif akan menciptakan suasana yang penuh keakraban, keharmonisan, terlebih dalam lingkungan kerja atau aktivitas sehari-hari terutama dalam berinteraksi yang sehat. Berbeda halnya dengan komunikasi yang dibangun secara serampangan dan maksud buruk, maka akan tercipta hubungan yang beracun. Ini sama saja dengan menyiapkan bom waktu pada diri kita yang bisa meledak kapan saja. Atau kita telah membuatkan racun dalam diri yang bisa membunuh kita secara perlahan.

Ketika kita membuat hubungan tidak kuat, apatis, dan ketidakpercayaan dari orang lain, maka kita tidak akan mendapatkan tempat untuk berkembang. Baik itu besok, lusa dan masa-masa yang akan datang. Bagaimana kita mencapai kesuksesan dalam karir, produktif bekerja kalau kita berada dalam lingkungan seperti itu? Hal ini akan jauh berbeda dari spectrum itu, yaitu ketika mengutamakan hubungan yang disadari dengan atmosfer penuh kesenangan atau komunikasi yang menyenangkan, dibangun dengan penuh kepercayaan, dan rasa aman, maka orang-orang akan lebih bergairah dan respek pada kita. Tentunya mereka akan lebih responsif, lya, dan menerima dari pesan atau ide yang kita tawarkan. Kondisi ini akan cocok dalam sebuah perusahaan atau organisasi, teman-teman, atasan ataupun bawahan kita, akan lebih siap untuk melakukan apapun agar pekerjaan itu selesai.

Nah, selanjutnya adalah bagaimana meyakinkan pada orang bahwa kita berbicara dengan tujuan baik? Satu kesalahan mendasar yang seringkali dilakukan berulang-ulang oleh kebanyakan orang adalah cenderung menganggap pikirannya berada diluar kendali. Mereka menganggap bahwa pikirannya muncul secara spontan, dan tidak bisa diarahkan untuk sesuatu perkataan yang lahir dari hasil pengendalian secara sempurna.



Sebenarnya kita dapat melatih pikiran kita seperti melatih kemauan kita. Memang sulit untuk menutupi perasaan-perasaan negatif tanpa tergelincir ke dalam pola-pola komunikasi negatif, seperti menyalahkan, mencela, menuduh, sampai menghina. Namun untuk menghindarinya, pahamiilah bahwa sikap-sikap ini hanya bisa merusak, membingungkan, melukai perasaan, dan menginspirasi orang lain untuk memberi respons yang sama.

Mau tidak mau kalau kita ingin berhasil dalam proses *Marketing Your Self*, kita harus berusaha terus memantau pikiran kita sebelum berbuah menjadi pertanyaan. Tidak hanya melatih pikiran, kita pun harus membiasakan untuk mengenali kekuatan pikiran orang lain, dalam artian menebak-nebak respon atau reaksi mereka dari pertanyaan yang kita keluarkan. Berikanlah mereka beberapa pujian dan dorongan.

Namun kita juga tidak perlu menghindar dari ungkapan pikiran-pikiran, perasaan negatif sebagai efek dari pesan yang disampaikan oleh orang yang sedang kita ajak berkomunikasi. Ini hal wajar dan memang pasti terjadi ketika kita mempraktikkan *Marketing Your Self*. Namanya juga orang sedang jualan, pasti ada yang respond an juga tidak sedikit dari mereka yang apatis dan lain sebagainya. Tetapi kita coba untuk belajar mengenali mereka sebelum kita mengatakannya.

Perlakukan pikiran negatif kita seolah-olah kita sedang berada di atas ombak besar, yang kalau melawannya kita akan tergerus oleh kekuatannya. Namun kita mengikuti arus ombak tersebut kemudian secara perlahan mencari jalan keluar yang aman. Kita jangan beraksi berlebihan atas respon yang diberikannya, terlebih kalau kita mencurahkan terlalu banyak energi untuknya.

Kalau pikiran itu sekedar pikiran tidak menyenangkan, misalnya kita merasa dicuekan ketika kita presentasi atau ketika diwawancarai oleh HRD perusahaan bersangkutan. Akuilah

pikiran itu, lalu lepaskanlah begitu saja. Janganlah kita terjebak pada kondisi seperti itu apalagi sampai memberinya kekuatan kata-kata lisan. Namun, jika ia adalah pikiran yang membutuhkan pemecahan, kita mungkin perlu mengungkapkannya. Misalnya, dengan menanyakan secara langsung pada orang yang sedang kita ajak berkomunikasi, bagaimana komentarnya, apa responnya, dan lain sebagainya.

Tanganilah masa-masa ini dengan hati-hati. Pikirkanlah maksud kata-kata kita ketika melihat klien atau orang lain mengacuhkan kita, karena bisa jadi itu karakter dia atau dia dengan sengaja menguji mental kita. Dan hati-hati pula kalau ada pembicaraan yang sekilas tampak bermanfaat, tetapi sesungguhnya kita jalankan. Seperti, “Bapak tidak perlu mengurangi jumlah karyawan, perusahaan Bapak Nampak sehat-sehat saja.” “Nah, kalau saya jadi Bapak ...”

Mungkin kita bermaksud baik ketika mengatakan kalimat-kalimat di atas, tetapi sebenarnya kita telah mengganggu komunikasi yang produktif, karena kita telah mengingkari perasaan dia. Kita menjadi sok tahu dan sok bisa memberikan solusi atas masalah yang sedang orang lain jalani. Sebaiknya kita jangan memberikan respon atau saran yang berlebihan, terkecuali kita diminta olehnya. Karena penenteraman hati, saran, dan penyamaan sesungguhnya menutup aliran komunikasi.

Jika kita ingin berbicara dengan tujuan yang baik, jadikanlah komunikasi kita jelas. Jika maksud jelas, orang tidak akan merasa seolah-olah mereka diakali atau ditipu. Mereka merasa aman dan dihormati. Dan mereka akan merasa nyaman untuk menjawab dengan baik. Mereka akan memberi komunikasi langsung kita jawaban yang langsung. Dan yang penting dari komunikasi dengan tujuan yang baik adalah menumbuhkan hubungan yang lebih kuat.

Keterampilan berkomunikasi merupakan satu-satunya senjata yang harus digunakan untuk menarik perhatian. Bagaimana kita berkomunikasi sama pentingnya dengan apa yang kita katakan. Banyak eksekutif, trainer, atau praktisi belajar *public speaking* secara khusus agar bisa melewati pengalaman pahit bahwa isi pesan akan segera lenyap di belakang kesalahan tata bahasa, jargon dan ketidakmampuan untuk langsung ke inti pembicaraan. Namun itu semua bukan berarti orang yang sedikit berbicara atau memiliki tata bahasa yang buruk tidak bisa berhasil. Semua hal tersebut bukan hambatan untuk sukses menjadi lebih besar.

Memang pada umumnya, orang tidak suka dengan perbincangan yang tidak jelas, alur yang loncat-loncat, dan banyak omongh kosong tidak ada bukti nyata, atau ketika bicara seperti anak-anak yang manja dan lain sebagainya. Sebaiknya ketika kita sedang audisi, presentasi atau ngobrol seputar produk yang kita tawarkan, sebaiknya langsung saja ke inti atau pokok persoalan dengan kata-kata yang sederhana dan jelas. Dan pastikan memberi jawaban atas pertanyaan klien atau orang secara langsung, tetapi jangan terburu-buru serta tiba-tiba.

Untuk orang yang pintar dalam berkomunikasi, ia tidak akan memberikan jawaban seadanya, misalnya hanya jawaban ya atau tidak. Orang cermat berkomunikasi akan berjuang agar klien atau orang yang diajak bicara terkesan. Jawaban atau obrolan senantiasa terkerangka, memperlihatkan kemampuan berpikir strategis dan kapasitas dalam melakukan generalisasi.

Dalam berkomunikasi orang akan mengukur tingkat intelektual dan kapasitas kita. Oleh karenanya berusaha untuk selalu mengaitkan materi pembicaraan, dengan strategi dan bukti-bukti yang kuat dan mendukung terhadap gagasan kita. Kalau memakai metafora, gunakanlah yang mudah dipahami mereka.

Sederhanakan isu-isu atau istilah-istilah yang rumit dan pelik dengan bahasa yang ringan.

Adancara untuk mewakili dan membuat komunikasi kita lancer ketika melakukan *Marketing Your Self*. Cara ini dipraktikan oleh Bobbi DePorter (2007: 136-137). Dia namai dengan singkatan OTFD, yang intinya mengomunikasikan keeping-keeping informasi penting, yaitu: *Pertama*, observasi (*observation*), yaitu amati dan pahami karakter, posisi, sampai ke hobi dari orang yang akan kita ajak bicara. *Kedua*, pikiran (*thought*), seperti yang disarankan, sebelum mengutarakan pesan-pesan yang menjadi senjata ampuh kita ketika berkomunikasi, pikirkan terlebih dahulu materinya. *Ketiga*, perasaan (*feeling*), rasakanlah bagaimana perasaan mereka ketika menerima pesan yang kita sampaikan. Ini berkaitan dengan kondisi psikologi lawan bicara. Dan terakhir, *keempat*, hasrat (*desire*) apa yang ingin kita capai dalam komunikasi ini dan cobalah untuk memprediksi dari awal kira-kira bagaiman respon yang akan diberikan oleh mereka yang kita ajak bicara.

Mengikuti keempat langkah ini, kita menyampaikan dengan tepat kepada orang lain apa yang perlu mereka ketahui untuk memahami tujuan kita ketika melakukan komunikasi. Dan ketika kita berkomunikasi dengan cara ini, terutama ketika kita sedang melakukan *Marketing Your Self*, orang yang kita ajak bicara kemungkinan besar akan setuju.

Selain itu, ketika kita sedang mempresentasikan suatu ide atau produk kita kepada calon pembeli, bos, atau, produser, cobalah untuk mempraktikkan lima tips agar orang yang sedang kita ajak bicara selalu ingat. *Pertama*, awali dengan kuat. Tekankan hal-hal penting dan inti dalam presentasi atau pembucaraan kita. *Kedua*, lakukanlah pengulangan materi untuk mereview atau memastikan mereka mengerti dari apa yang kita utarakan. *Ketiga*, lakukan penekanan dnegan cara-cara yang luar biasa, atau tidak



biasa. *Keempat*, libatkanlah mereka. Ciptakan sebanyak mungkin peluang untuk melibatkan mereka dalam presentasi kita. *Kelima*, akhiri percakapan dengan penuh makna. Tekankan point-point penting pada akhir pembicaraan (Gelb, 2005: 59).

Selain dari kelima tips tadi, ada juga hal yang harus kita perhatikan ketika kita memasarkan ide, misalnya mulailah tepat waktu, beri jeda secara memadai, dan akhiri tepat waktu pula (Gelb, 2005: 67). Semua ini tampaknya mudah dimengerti, tetapi pengalaman menunjukkan bahwa ketiganya kerap kali dilanggar.

Biarkan Tubuh Bicara

Dalam strategi *marketing* lainnya kita harus memperhatikan gerak tubuh kita. Bodi sebagai tempat berdiamnya ruh ini memiliki bahasa tersendiri, yang dalam istilah komunikasi adalah *gesture* atau komunikasi non verbal. Kita bisa melihat sebuah kenyataan ketika kita sedang berbicara kepada seseorang. Kita akan merasakan atau mengetahui orang yang kita ajak bicara itu mengerti, memahami dan akhirnya mau melaksanakan dari apa yang kita harapkan itu dari bentuk fisiknya atau gerak geriknya. Meskipun secara verbal dia menyatakan mengerti, tapi kita tidak bisa dibohongi oleh gerak tubuhnya.

Dapat dikatakan, ketika kita berkomunikasi, kita tidak bisa mengabaikan tubuh kita untuk diam. Dan senantiasa mengedepankan lisan yang bisa kita perintahkan untuk berbohong dan lain sebagainya. Sementara bodi kita tidak bisa dibohongi. Ada pepatah dari Shakespeare dalam *Hamlet*, "Biar kearifan Anda menjadi guru Anda: selaraskan perbuatan sengan kata-kata, dan kata-kata dengan perbuatan." Jadi kita lontarkan kepada orang lain.

Hasil riset menunjukkan bahwa 55% dampak komunikasi kita sangat dipengaruhi oleh postur, gerakan, dan kontak mata; 38% ditentukan oleh nada dan intonasi suara kita, dan hanya

7% dipengaruhi oleh materi yang sedang dibicarakan (Argyle, 1970: 222-231). Namun kebiasaan, rasa takut, atau hal lainnya yang tidak bisa dihindari, telah mendorong banyak orang untuk menyembunyikan tubuh mereka. Jika kita ingin berkomunikasi, dan belajarlah bagaimana memanfaatkan Bahasa tubuh secara maksimal.

Kalau kita tidak mencoba melatih keharmonisan antara Bahasa verbal dan non verbal, bisa dipastikan komunikasi yang kita jalin akan berantakan. Misalnya saja, seorang pelamar yang sedang wawancara akhir oleh CEO sebuah perusahaan. Dia gagal karena ketika wawancara nada bicaranya tidak jelas. Tidak hanya itu untuk dia pun menggoyang-goyangkan kakinya. Ternyata usahanya ini adalah untuk menghilangkan ketegangan ketika wawancara. Namun dibalik itu, sang CEO tidak menyukai orang yang ketika bicara kakinya digoyang-goyangkan.

Ini baru sebagian kecil dari kesalahan yang sering kita perbuat ketika sedang berkomunikasi. Bahasa tubuh lain di antaranya kekakuan, tubuh yang terus bergoyang, kebiasaan menimang-nimang pensil, menghindari kontak mata, dan terlalu sering menggumamkan, “Hmmm ...” atau “Uhhh ...” ketika mendengarkan penjelasan atau hendak menjawab pertanyaan seperti orang yang mengerti atau bingung sama sekali. Sebaliknya tubuh yang tegak tetapi santai, gerakan tangan atau kaki yang secukupnya dan wajar-wajar saja, gerak isyarat yang mengalir, pandangan mata yang hidup dan penuh rasa optimis, dan suara yang ekspresif, itu semua akan mampu menarik perhatian dan bisa meningkatkan kekuatan pesan.

Untuk menciptakan keselarsan antara tubuh dan pesan ini, kita harus mulia memperlakukan setiap elemen Bahasa secara terpisah (Gelb, 2005: 117-130). Di antaranya:



1. Postur. Meskipun ini biasanya, namun postur merupakan pernyataan mendasar yang kita sampaikan melalui tubuh kita. Postur ini elemen Bahasa tubuh yang paling mudah dinilai orang, dari posisi jauh sekalipun. Usahakan ketika kita sedang bicara, baik itu duduk atau berdiri, usahakan postur tubuh kita harus tetap lurus atau tegak. Karena postur tubuh yang lurus dan tegak menyatakan bahwa kita percaya diri dan penuh integritas. Postur ini pun menandakan bahwa kita stabil dan jujur.
2. Gerakan. Pastikan setiap gerakan yang kita lakukan memiliki tujuan, baik itu gerakan tangan, kaki, dan anggota tubuh lainnya. Namun jika kita tidak tahu atau yakin ke mana atau bagaimana kita harus bergerak, sebaiknya kita kembali ke postur. Seperti seorang pengumpan dalam sebuah pertandingan bola volly yang senantiasa menggunakan jarinya untuk memberikan isyarat kepada para spiker dalam memberikan variasi serangan. Kita pun bisa menggunakan gerak isyarat ini dalam membantu menyampaikan pesan ke otak pendengar. Jika digunakan secara tepat, gerak isyarat pesan-pesan itu sehingga orang lain bisa menerima dengan baik pesan kita.
3. Kontak mata. Kontak mata merupakan bagian penting dalam setiap komunikasi yang sukses. Kontak mata seharusnya merupakan ungkapan minat yang sederhana dan wajar dari kita kepada pendengar atau lawan bicara kita. Dengan cara itu, kita bisa memantau tingkat perhatian dan pemahaman mereka terhadap pesan kita. Melakukan kontak mata dengan orang lain, kita juga mampu menarik perhatian mereka, membantu mereka merasa lebih terlibat secara pribadi.

4. Suara. Suara merupakan ruh dalam berkomunikasi. Coba bayangkan kalau kita memiliki suara yang rusak, maka tidak akan berhasil proses komunikasinya. Dengan suara kita akan berpotensi untuk menjadi sangat ekspresif. Dan dengan suara, kita bisa menyampaikan beragam nuansa makna dalam suasana yang beda sekalipun. Dalam suara ini kita bisa menyisipkan jeda, tempo, intonasi, dan mengendalikan volume. Latihlah setiap vocal dan kekuatan nafas kita dalam berkomunikasi dengan suara ini.

Selaraskanlah elemen-elemen Bahasa tubuh kita dengan pesan yang hendak kita sampaikan.

Jika kita mengatakan sesuatu, sementara Bahasa tubuh mengatakan hal berlawanan atau berkepentingan, maka kesan yang muncul dan ditanggapi oleh lawan bicara kita adalah bingung, pura-pura, atau dibuat-buat. Dan lawan bicara kita pun menjadi tidak mengerti maksud dari kita itu apa?

Penampilan yang Mengesankan

Sama dengan apa yang diungkapkan oleh Argyle mengenai faktor penting agar komunikasi berhasil. Kali ini menurut studi yang dilakukan para ilmuwan perilaku manusia, bahwa 55% kesan dalam komunikasi yang ditampilkan oleh seseorang berasal dari penampilan, suara berkontribusi 38% dan substansi percakapan hanya 7%. Dan sebagian besar perekrut karyawan sepakat bahwa penampilan merupakan saringan pertama yang sangat baik untuk kualitas kepemimpinan (*leadership presence*) (Voros, 2006: 104).

Penampilan dan postur merupakan faktor dominan dalam keberhasilan komunikasi, hal ini bisa jadi karena dua hal inilah yang pertama kali dilihat orang. Secara visual sebelum dimulai pembicaraan, orang akan memberikan penilaiannya berdasarkan



dari pandangan pertama. Makannya menurut Voros, kalau kita tidak tampil sesuai dengan tuntutan peran, kita akan bisa memperlihatkan kita, atau sebrilian apa kita berpikir. Dan setelah itu baru ada penilaian tambahan dari orang yang kita ajak bicara setelah terjadi perbincangan.

Perhatikanlah penampilan ketika kita hendak menemui mereka agar kita tidak berbenturan dengan budaya korporasinya. Di mana pun dan perusahaan apa pun akan mempekerjakan seseorang berdasarkan citra mereka. Dan jika kita sebagai calon karyawan tidak memenuhi tingkat minimum yang menjadi standarisasi perusahaan tersebut, kita pun tidak akan dipertimbangkan untuk lolos. Tiak peduli cerdas, terkenal, atau hebat apa pun sosok kita.

Penampilan di sini tentu saja tidak hanya melibatkan pakaian yang kita pakai, melainkan juga kesehatan, gaya rambut, riasan wajah untuk perempuan dan aksoris yang menempel di badan kita akan menjadi pusat perhatian lawan bicara kita. Penampilan adalah sesuatu yang diperhatikan oleh setiap orang, terlebih calon penyeleksi karyawan atau orang yang kita tawarkan ide kita, mereka akan sangat rinci bahkan sampai melakukan analisis untuk menentukan gaya manajemen, kredibilitas, keterampilan menghadapi orang lain, dan kepribadian kita.

Kita sebagai calon karyawan atau calon klien mereka bisa dengan mudah memanfaatkan penampilan ini agar maksud dan tujuan kita berhasil. Seperti pada cara bagaimana tubuh bicara ketika berkomunikasi dengan memahami bagaimana mereka berpenampilan. Carilah informasi sebanyak-banyaknya mengenai cara berpenampilan mereka, mulai dari atribut, warna pakaian yang disukai, sampai parfum pun bisa perlu beraroma sama dengan klien. Dengan seperti ini kita akan memberikan kesan pada mereka bahwa kita tampil dan berperilaku layaknya seorang

eksekutif. Lebih dari itu, kita pun serius dengan persiapan khusus untuk menemui mereka. Cara seperti ini akan membuat mereka dihargai dan diakui.

Kita bisa berkaca pada pengalaman teman saya ketika diwawancara oleh sebuah biro iklan untuk mengisi sebuah posisi marketing dan promosi. Teman saya ikut datang dengan pakaian yang kusut, rambut yang tidak tertata rapih, di tambah lagi dengan aroma badan yang baunya menyengat karna lamanya di dalam kendaraan dengan cuaca yang panas. Tidak sampai di situ, dia terlambat beberapa menit yang membuatnya grogi sehingga keluarlah keringat disekitar wajahnya.

Kita bisa membayangkan bagaimana apresiasi dan komentar HRD biro iklan tersebut. Meskipun teman saya itu akhirnya diterima, namun dia tidak akan melupakan pesan dan kesan dari HRD tempatnya bekerja. Bahkan ketika wawancara langsung dengan pimpinannya, teman saya itu di suruh untuk lebih rapih, disiplin, jaga kondisi badan biar fit dan sehat.

Teman saya beruntung penampilannya yang kurang mendukung untuk posisi *marketing* dan promosi yang pastinya banyak bertemu dengan orang lain, namun bisa bekerja sekaligus belajar di perusahaan biro iklan tersebut. Tetapi jangan samakan teman saya ini dengan kondisi saat ini, di mana pesaing dan talenta-talenta muda yang lebih kreatif, inovatif, dan memiliki penampilan yang jauh lebih banyak ada dimana-mana. Jangan biarkan penampilan membunuh keahlian utama kita sehingga menjadikan kita kehilangan kesempatan untuk melangkah menuju tangga sukses.

Memang dalam penampilan ini standarnya memiliki badan yang ideal, misalnya untuk tinggi kira-kira di atas 170 cm untuk pria, lebih dari 150 cm untuk wanita, tentunya dengan postur tubuh yang baik. Karena dikesani untuk seorang pria yang tinggi

dan ramping, dengan kondisi tubuh yang prima terkesan bisa menginspirasi orang lain, memiliki kepercayaan diri yang tinggi, dan berkarakter tegas. Ini baru secara teori, buktinya di lapangan banyak pula yang tidak demikian.

Kalau kita melihat perkembangan penampilan para eksekutif, pada 1930-an para pengusaha cenderung berbadan gemuk. Namun, beberapa tahun terakhir, mungkin ini di sebabkan faktor kesediaan akan kesehatan, *life, style*, citra pengusaha yang sekarang bak selebritis disorot dan menjadi materi gossip infotainment sehingga tren penampilan seorang pengusaha adalah mereka yang muda-muda dengan badan ramping.

Meskipun tren eksekutif seperti itu, kita tidak usah mengikuti gaya yang mereka senantiasa tebarkan di setiap kesempatan. Kita jangan larut dalam arus mereka, tetapi tetalah menjadi siapa diri kita. Itulah sejatinya yang paling penting dan harus kita pertahankan dalam mengelola penampilan ini. Kita tidak usah mengikuti mode pakaian, dandanan, atribut paling mutakhir, tetapi kita harus mengenakan pakaian yang nyaman, sopan, dan rapih. Terkecuali jika kita berhasil kemudian melangkah ke jenjang karir yang lebih prestisius, maka berpakaianlah yang memang pantas berada di status karir tersebut, begitu saran dari Baernadette Pawlik.

Berpakaianlah sesuai dengan tuntutan peran kita sebagai apa, terlebih lagi jangan tampil berlebihan. Pakailah aksesoris yang sederhana, berkualitas, dan tidak bergerak karena akan mengganggu ketika berkomunikasi. Tata rapih dan bersihkanlah rambut agar tidak menutupi wajah. Jangan paksakan diri ini untuk tampil seperti pemain sinetron yang *perfect*, namun kesehatan pribadi itu yang paling penting. Napas yang tidak sedap, bau badan, baju yang tidak disetrika rapih, dan kuku jari tangan yang tidak terawat dapat menghancurkan karir kita. Kata Todd Noebel,

seorang pencari manajer di Amerika mengatakan, “Jika kita ingin diterima sebagai seorang professional, berpakaianlah seperti seorang professional. Seorang eksekutif mewakili perusahaannya, dan penampilan yang tidak rapih membuat orang curiga dengan kualitas kerja. Kita berada di bawah mikroskop dan harus mempersiapkan diri.”

Jadilah Percaya Diri

Ketika kita sedang melakukan *Marketing Your Self*, yang harus menjadi prinsip kita adalah jadilah diri sendiri dan percaya diri penuh. Kalau kita menjadi orang lain, yang terjadi orang tidak akan menilai kehebatan atau keunggulan yang kita miliki yang ditawarkan ke mereka. Sehingga mereka tidak akan melihat kita memiliki daya tawar lebih, terlebih mereka merasa akan mendapatkan manfaat dari kita. Untuk itu mulailah percaya terhadap apa yang dikuasai diri kita. Inilah pondasi utama dalam memasarkan kita ke orang lain.

Coba bayangkan kalau kita tidak percaya pada kemampuan diri sendiri, mana mungkin orang percaya pada kita. Meskipun kita paksakan yang akhirnya membohongi diri, maka hal itu akan kelihatan dengan jelas oleh orang yang berinteraksi dengan kita. Bahwa kita memang kelihatan tidak percaya diri penuh. Berbeda dengan kondisi dan situasi ketika kita berada penampilan yang memiliki percaya diri kuat, kekurangan atau kelemahan yang ada pada kita akan tertutupi dengan potensi-potensi yang telah kita latih setiap saat. Maka dengan sendirinya diri kita akan Nampak dari luar, yaitu orang yang melihat kita seperti orang yang tidak ada kekurangannya, nyaris tampil sempurna luar biasa.

Orang yang percaya diri akan terpancar pada dirinya akan keberhasilan dari setiap usaha yang dilakukannya. Dalam benak setiap orang yang memiliki rasa percaya diri tinggi, yaitu untuk menjadi orang yang sukses dan keyakinan akan berhasil dari



setiap usaha yang dilakukan. Dalam dirinya tertanam mental, “Yakin saya bisa melakukan-nya!” atau coba kita dengarkan ungkapan Will Rogers, “Agar kita dapat meraih kesuksesan. Kita harus tahu apa yang kita lakukan, dan yakin pada apa yang kita lakukan.”

Rasa percaya diri akan memompa jiwa raga untuk terus bergerak menjangkau impian-impian kita. Dan setiap orang akan memiliki kata-kata penggugah yang bisa mentrigger diri untuk terus memiliki semangat. Begitu kuat dan hebatnya kata-kata itu bisa membangkitkan spirit yang sudah loyo. Kata yang hebat ini pun diakui oleh mantan presiden Amerika Serikat, John F. Kennedy, beliau meyakinkan bahwa, “Begitu kita mengatakan mau jadi nomor dua, itu yang akan terjadi pada hidup kita.” Dan rasa percaya diri ini bisa kita bangkitkan dengan terus memberi masukkan akan kata-kata positif dalam memori agar senantiasa keluar tatkala kita membutuhkan-nya.

Para ahli psikologi telah mempelajari secara mendalam kontribusi percaya diri dalam keberhasilan seseorang. Mereka menemukan bahwa beberapa orang tidak merasa gentar ketika melakukan pekerjaan yang membutuhkan keberanian lebih, atau berbicara di depan orang lain karena mereka punya modal percaya diri. Orang-orang yang percaya diri tinggi akan merasa yakin dari apa yang mereka kerjakan, dan mereka memiliki keyakinan bahwa mereka bisa bangkit dan melakukan apa yang memang harus dilakukan. Sebaliknya, orang yang takut dan tidak memiliki rasa percaya diri, mereka takut dengan pendapat yang bersebrangan, mereka juga takut idenya dianggap konyol.

Begitu banyak orang yang sebenarnya memiliki potensi dan kemampuaan rata-rata, namun karena mereka tidak memiliki rasa percaya diri yang tinggi, akhirnya mereka tidak menuai prestasi tinggi. Padahal, rasa percaya diri jelas sangat diperlukan untuk dapat meraih kesuksesan.

Munculkanlah rasa percaya diri kita, kalau kita tidak sendiri memunculkan rasa percaya diri, siapa yang akan tahu kalau kita memiliki potensi dan bakat-bakat hebat. Orang tidak akan tahu kalau kita tidak dengan rasa percaya diri memperlihatkannya, tentunya tanpa rasa jomawa atau bangga berlebihan yang berujung pada sombong. Saatnya kita katakan pada diri kita sendiri, “Aku yakin aku bisa melakukan apa pun dan semuanya akan berjalan dengan baik.”

Adalah Earl Nightingale, seorang pembicara dan penulis motivasional, bertahun-tahun ia menemukan apa yang disebutnya sebagai rahasia teraneh. Menurutnyanya, rahasia itu adalah kaun adalah ... dan kau akan menjadi siapa yang menurutmu adalah dirimu. Makna dari kalimat itu adalah jika kita, menurut kita sendiri akan menjadi sukses, itu akan terjadi itulah yang akan terjadi pada diri kita. Dan jika kita berpikir bahwa kita akan gagal, itulah yang akan terjadi. Jadi pada dasarnya semua bermuara pada bagaimana kita senantiasa menghadirkan pikiran-pikiran positif yang membuat hati kita begitu yakin akan keberhasilan kita.

Pikiran positif bisa mengubah dari tidak mungkin menjadi mungkin. Coba saja buktikan, ketika kita hendak menendang sebuah tendangan penalti, kalau di dalam diri terus muncul pikiran negatif, yaitu pikiran-pikiran yang bisa melemahkan kemampuan maksimal kita, maka terjadilah tendangan kita tidak masuk dan berbuah gol. Sebaliknya, ketika pikiran kita terus ditumpuk dengan pikiran positif, pasti gol terjadi.

Dalam hal ini kita harus melihat keluar dari diri kita. Lihatlah orang lain yang telah berhasil mencapai impian hidupnya. Bayangkan jika hal itu terjadi pada diri kita, tirulah bagaimana dia berhasil dan bayangkanlah seandainya dia itu diri kita. Brian Tracy berpesan, bahwa jika orang lain telah melakukan hal yang ingin kita lakukan, itu adalah sebuah bukti yang tidak terbantahkan

bahwa kita pun bisa melakukannya. Pikirkan itu setiap kali keraguan diam-diam merasuki pikiran kita.

Jadi, gunakan kcarra berfikir positif untuk membantu kita meraih cita-cita. Tubuh kita akan berfungsi dengan lebih baik jika otak penuh dengan pemikiran positif. Orang-orang yang senantiasa berfikiran positif relative bisa berhasil, karena mereka mengondisikan diri untuk melihat hal-hal baik dan mengacuhkan hal-hal yang buruk. Orang-orang positif juga dapat membangkitkan semangat orang-orang yang berada di sekitarnya. Mereka akan bersedia melakukan apa saja demi kita, dan meningkatkan kinerja sampai ke potensi yang optimal (Grunder Jr. 2006: 156).

Kita bekerja keras agar dapat menjadi sukses dari apa yang kita impikan, dan hilangkan satu pun keraguan yang senantiasa membayangi kita. Perbedaan antara pemenang dan pecundang ialah pada rasa percaya dirinya. Para pemenang percaya kepada diri sendiri, dan yakin bisa menang. Mereka berpikir bahwa mereka akan menuai keberhasilan. Sementara pecundang sebelum bermain atau bertanding, mereka sudah merasa kalah terlebih dahulu. Dan pas waktunya bermain mereka betul-betul kalah dengan telak.

Jika kita berpikir bahwa kita pasti akan bisa lulus tes seleksi karyawan, atau berhasil presentasi mengenai ide, penawaran produk atau karya, kemungkinan besar kita akan meraihnya. Namun sebaliknya, ketika kita hendak tes, presentasi atau apa pum yang ada kaitannya dengan pengembangan karir kita kemudian kita merasa tidak akan berhasil karena banyak kendala, maka kita pun akan gagal.

Ini terjadi tidak hanya pada orises *Marketing Your Self*, tapi di berbagai sendi kehidupan. Dan itulah inti dari kehidupan yang terus berjalan tidak berhenti, hanya kematianlah yang bisa menghentikan kita untuk melangkah dan mengubah pikiran positif

menjadi negatif, atau menyudahi keyakinan diri untuk percaya diri. Selama kita masih bisa bernafas teruslah memompa keyakinan diri untuk tetap percaya diri dalam melakukan aktivitas.

Menurut Grunder Jr, cara untuk membangun rasa percaya diri pada impian atau cita-cita kita adalah dengan mengatakan rencana, mimpi, atau cita-cita kepada orang lain sebanyak mungkin. Memang pendapat dari Grunder Jr ini bukan sesuatu yang mudah bagi kita yang tidak terbiasa membicarakannya pada orang lain. Diperlukan kepercayaan diri yang sangat besar untuk melakukan hal ini. Kita mungkin akan di cap sebagai tukang bual oleh beberapa orang. Tetapim ketahuilah efek positifnya ialah setiap hal yang kita katakan kepada orang lain, itu menjadi semacam pengingat kita untuk meraihnya. Sehingga kita tidak boleh menyerah untuk meraihnya. Kita tidak boleh berhenti sebelum omongan kita ke orang lain itu betul-betul menjadi kenyataan.

Cara yang ditawarkan Grunder Jr di lingkungan kita tergolong sesuatu yang aneh, bahkan kita kan disebut sebagai orang yang sombong karena senantiasa mengucapkan atau mengatakan apa yang menjadi target, mimpi, atau hal-hal yang akan dilakukan pada orang lain. Ada benarnya juga, karena orang sombong akan berusaha memperlihatkan dengan sengaja apa yang dimilii, rencana dan lain sebagainya kepada orang lain. Dengan jelas-jelas orang sombong kan melakukan apapun agar orang lain melihat dirinya.

Ada perbedaan antara rasa percaya diri dan sombong. Mengetahui kemampuan diri sendiri dan menjadi orang yang sok segalanya adalah dua hal yang berbeda. Orang yang memiliki rasa percaya diri tidak aka ada niatan untuk pamer dan ingin dipuji orang, meskipun dia memiliki kapasitas untuk itu. Sebaliknya, orang sombong adalah orang yang pada dasarnya tidak memiliki



mental percaya diri yang tinggi. Dan lebih parah lagi dia tidak memiliki kemampuan lebih namun menutupi kekurangannya adalah dengan berlaku sombong. Oleh karena itu, janganlah kita menjadi orang seperti ini.

Kita harus menjadi seorang yang memiliki rasa percaya diri sekaligus orang yang mau mendengarkan. Tunjukkan minat kita kepada orang lain dan apa yang sedang mereka lakukan. Dengan cara itu, kita akan dapat belajar lebih banyak daripada jika kita terus-menerus berbicara tentang diri kita sendiri. Menjadi orang sok dan sombong hanya akan membuat banyak orang menjauh dari kita sehingga kita tidak ada yang memberi dukungan dan perhatian akan mimpi kita.

Ketahuilah, rasa percaya diri ini akan muncul ketika kita memperoleh rasa di hormati, dicintai, di kagumi orang lain, apa lagi mereka sampai mengelilingi kita. Mereka yang mengelilingi kita telah memberikan umpan balik positif dan dorongan semangat yang terus-menerus, serta bujukannya dan pesan-pesannya yang berkontribusi besar atas keberhasilan kita dalam melakukan apa yang menjadi impian kita. Kita mungkin harus berusaha payah mencari orang yang percaya kepada kita, tapi pada akhirnya kita pasti akan menemukannya. Beberapa orang yang dapat menjadi sumber pendorong semangat yang baik diantaranya adalah guru, dosen, teman, ulama, orang tua, dan keluarga.

Setelah dorongan kuat dari luar, kita tinggal bagaimana memfokuskan diri pada impian yang hendak di raih, dan percayalah kepada kemampuan diri sendiri sehingga kita tidak akan membiarkan kekhawatiran, kegelisahan, rongrongan dari luar menjatuhkan mental kita yang akhirnya kita menjadi gagal mewujudkan mimpi. Akan tetapi, kita jangan terlalu fokus pada mimpi-mimpi kita yang membuat pandangan, hati, dan telinga kita tertutup dari luar, dan kita pun tidak bisa mendengar

masukkan atau belajar dari orang lain. Dan cobalah untuk menjadi orang dengan mental juara dan percaya diri bahwa kegagalan itu bukan akhir dari segalanya.

Seperti yang dikatakan Dick Lundy, bahwa gagal bukanlah hal yang aneh, karena dengan gagal kita akan mengetahui langkah yang kita tempuh adalah keliru. Dan lagi-lagi kembali akan membuat kita putus asa dan sasaran yang kita bidik tidak akan pernah tercapai.

Rasa percaya diri ini dapat dengan mudah kita peroleh, asala satu syarat yaitu kita senantiasa memunculkannya dalam setiap kesempatan. Dan jangan lupa kalau kita mengerjakan atau melakukan sesuatu harus betul-betul maksimal, jangan setengah apalagi tidak kelihatan semangat melakukannya. Dengan melakukan pekerjaan sebaik mungkin maka hasilnya akan baik pula, dan ketika kita terus berhasil melakukan pekerjaan yang baik maka *self belief* kita akan naik. Kalau pun kita sedang down, solusi yang mudahnya ialah kita bisa membangkitkan semangat dengan mengingatkan masalah ketika kita berhasil, jaya, dan pernah menjadi orang hebat di bidangnya. Insya allah kita akan merasakan kekuatan percaya diri kita lagi. Dan usaha *Marketing Your Self* yang sedang kita rintis akan berbuah manis.

Mengalahkan Rasa Takut

Suatu ketika ada seorang mahasiswa yang datang ke ruangan saya. Awalnya dia tidak cerita apa pun, dia hanya menanyakan bagaimana tesis yang telah dibuatnya. Karena pada waktu itu kebetulan dia adalah mahasiswa yang skripsinya dibimbing oleh saya. Saya bilang ke dia, "Tesis nya sudah saya baca, dan hasilnya bagus. Silahkan saudara daftar untuk sidang."

"Tapi pak, saya belum siap"

"Lhoo kenapa ... persyaratannya belum lengkap? Tesisnya kan sudah oke tinggal nanti di sidang saudara pertanggung



jawabkan saja dengan argumen-argumen yang jelas dan bisa di pertanggung jawabkan.”

“Saya masih takut pak”

“Takut apa ... Takut itu manusiawi berarti saudara merasa ada sesuatu yang kurang dalam diri saudara. Dan itu bagus, berarti saudara sudah sadar. Nah, persoalannya bagaimana saudara mempersiapkan diri semaksimal mungkin untuk menghadapi hari depan.”

Mungkin dia tersadarkan dengan ucapan saya ini, beberapa hari kemudian dia kembali ke ruangan saya dan bilang, “Pak ... terimakasih atas sarannya, Alhamdulillah saya akhirnya bisa mempertanggung jawabkantesis saya”

Itulah kisah yang meyakinkan saya sekaligus menjadi bukti kalau rasa takut itu pasti ada dalam diri siapa pun. Dan tidak ada yang salah jika kita merasa takut. Kunci menuju sukses adalah mengetahui cara mengendalikan reaksi kita terhadap rasa takut. Apabila kita tahu cara mengendalikan reaksi ini, kita pun dapat menyulap energi yang ditimbulkan oleh rasa takut menjadi sebuah kekuatan yang dapat membantu kita menjadi diri kita yang terbaik.

Menurut Dr. Frank Pierce Jones (dalam Gelb, 2005: 101) bahwa rasa takut merupakan reaksi yang merespon setiap bentuk situasi yang menekan. Dengan kata lain, kebanyakan orang bereaksi terhadap situasi yang menakutkan dengan menegangkan otot-otot leher, menahan nafas, dan mengerutkan tubuh mereka. Kondisi ini akibat dari tekanan yang berlebihan, mulai dari beban kehidupan yang semakin berat, pressure pekerjaan yang terus menaik sementara diri belum siap. Dan kebanyakan orang dewasa yang secara permanen terperangkap rasa takut.

Rasa takut ini secara perlahan akan berkembang menjadi semakin kuat ketika diri kita tidak mencoba mengendalikannya,

tetapi malah terus mencemaskan hal-hal yang ada dalam diri kita, misalnya masa depan. Reaksi seperti ini sangat berbahaya karena biasanya muncul diluar kesadaran kita. Pada titik ini rasa takut mengendalikan diri kita, yang akhirnya kita pun menjadi sulit untuk maju melangkah menggapai kebahagiaan. Kita pun menjadi statis dan menjadi salah langkah, maju tidak mau karena takut salah apalagi mundur yang kalau melangkah kebelakang itu sama saja kita kembali ke asal.

Untuk menghilangkan rasa takut Gelb (2005: 104-106) berbagi tips, diantaranya:

1. Istirahatlah sejenak. Rentangkan kaki kita selebar bahu dengan mata memandang lurus ke depan, dan kedua tangan kita tergantung lemas di kedua sisi tubuh;
2. Bayangkalah tubuh kita memanjang dan melebar. Bernafaslah dengan bebas, rasakan kaki kita yang menyentuh lantai dan perhatikan jarak dari kaki ke bagian atas kepala kita. Pertahanan agar mata kita tetap terfokus dan dengarkan suara-suara di sekeliling kita;
3. Pertahankan terus kesadaran ini, kemudian bergeraklah dengan ringan dan cepat sampai kita berlutut di atas satu kaki. Selanjutnya, putar tubuh sampai kita menopang tubuh kita dengan kedua tangan di belakang punggung, posisi telapak kaki horizontal di lantai dengan lutut di tekuk teruskan bernafas dengan ringan;
4. Tundukkan sedikit kepala kita untuk memastikan bahwa otot-otot leher kita tidak tegang; kemudian, perlahan-lahan putar punggung kita sampai kepala kita bersandar, yang diletakkan begitu rupa sehingga menopang kepala kita dibagian tengkuk. Jika posisi



kepala kita belum tepat, ulurkan salah satu tangan kita ke belakang untuk menopang kepala kita sementara tangan yang lain meletakkan pada posisi yang tepat. Telapak kaki kita tetap rata di lantai dengan lutut menghadap ke langit-langit, dan kedua tangan kita berada pada posisi santai di sebelah kanan dan kiri tubuh, atau terlipat di atas dada. Biarkan tubuh kita di topang sepenuhnya oleh lantai.

5. Untuk menarik manfaat dari teknik ini, beristirahatlah dalam posisi seperti ini selama kurang lebih 10 menit. Saat kita beristirahat, gravitasi bumi akan memperpanjang tulang belakang kita dan meluruskan kembali tubuh kita. Buka terus mata kita agar kita tidak tertidur. Rasakan lantai yang menopang punggung kita, biarkan bahu kita beristirahat sementara punggung kita melebar;
6. Setelah kita beristirahat selama 10 menit, bangunlah perlahan-lahan, upayakan jangan menegangkan atau mengerutkan tubuh saat kita kembali keposisi berdiri. Perlahan-lahan gerakan tubuh kita ke posisi merangkak, kemudian bangkit untuk berdiri;
7. Berhentlah sejenak begitu kita sudah berdiri. Sekali lagi, rasakan kaki kita yang menyentuh lantai, rasakan jarak antara kaki dan bagian atas kepala. Saat kita bersiap-sisp beralih ke aktivitas kita sehari-hari, cobalah tingkatkan perasaan lapang, ringan dan terangkat yang menyeluruh ini.

Setelah itu cobalah untuk memikirkan hal-hal yang menyenangkan sekaligus menenangkan memang hal yang sulit untuk menghilangkan pikiran-pikiran yang membuat kita tegang, gelisah atau takut, tapi harus kita paksakan memori kita ini

sejenak rileks dengan kenangan-kenangan indah yang membuat kita *happy*. Cara ini bisa menjadi berguna dalam mengubah rasa takut.

Ingatlah terus dan benamkanlah dalam memori kita sebagai bekal kita dalam *Marketing Your Self* bahwa orang yang kita ajak ngobrol menginginkan kita sukses; orang yang akan kita ajak ngobrol adalah pribadi-pribadi yang tidak berbeda dengan kita, dan pribadi yang sopan santun dan menerima kita apa adanya; kita menguasai dan akan berhasil dalam mempengaruhi mereka; kita hampir selalu tampak lebih baik dari kita rasakan; orang yang kita ajak ngobrol akan menerima ide, gagasan, produk, atau karya kita. Yakinkanlah diri kita dengan hal-hal ini sehingga kita pun tidak perlu takut lagi.

Sadarilah, hidup ibarat gelombang ombak laut yang sedang besar, kecil, atau tidak ada gelombang sama sekali. Hal ini bergantung pada besar kecilnya angin yang meniupnya dari lautan ke pantai. Jadi, bagaimana pun persoalan hidup itu adalah dinamika yang pasti akan kita jalani. Meskipun kita sekuat tenaga menghindarinya karena merasa takut, namun tetap saja itu akan mengikuti kita kemana pun kita pergi. Jadi cobalah untuk menghadapkan diri kita dengan permasalahan hidup, tapi di sisi lain cobalah untuk melupakannya untuk awalnya kita pasti tidak bisa. Namun harus kita sadari, permasalahan hidup akan berada bersama kita setiap saat, saat kita menonton, saat kita tidur, ia selalu berada disana, tidak pernah berada jauh dari titik kesadaran diri kita.

Rasa takut ini cukup kuat untuk membuat kita terdiam, terlalu mebebani untuk dibicarakan, terlalu besar untuk di tanggapi. Hanya otak kitalah yang akan memberikan cara untuk mengatasinya dan mengatakan rasa takut itu datangnya dari hati. Sungguh bagus jika kita mulai membuat sebuah hubungan antara



kenang-kenangan dan perasaan takut yang kita miliki. Kita harus memastikan bahwa perasaan takut itu akan menjauh dari diri kita. Kita harus melatih ulang otak kita yang telah terbiasa untuk berfikir bahwa kita tidak memiliki kekuatan untuk mengatasi rasa takut, menjadi rasa takut bisa kita kendalikan (Orman, 2004: 57).

Kalau kita memiliki rasa takut untuk berjualan, kapan kita bisa menawarkan produk kita kepada orang. Siapa tahu setelah kita coba tawarkan, mereka tertarik untuk memesan, membeli, dan menerima ide kita untuk pengembangan perusahaan atau produk mereka? Jangan takut untuk mencoba karena kendali ada pada diri kita.

Jadilah Penjual Sejati

Pada dasarnya setiap orang adalah penjual, namun saying masyarakat kita mengenal penjual adalah orang yang berjualan produk atau barang. Baik itu hasil dari perusahaan atau pabrik, juga hasil dari rumah industri yang kemudian dijual ke warung, took-toko, dan super mall. Prinsip penjual sudah dipakai semua orang dalam menaikkan karir dan sejumlah penghasilan sebagai *side job*-nya.

Sekaranglah saatnya kita mengubah *mindset* tersebut. Pkailah strategi dan cara kerja pemasar yang sudah sehari-hari menekuni propesi *Marketing*. Tinggal pa yang akan kita pasarkan, itu persoalan sekarang yang harus kita jawab sejujurnya. Di awal pembahasan kita sudah mengetahui potensi dasar sampai bagaimana cara mengembangkannya. Tidak sampai di situ, proses selanjutnya adalah bagaimana kita memasarkannya.

Setelah kita mengetahui, kemudian mengembangkan potensi, itu berarti kita sudah berada pada *track* yang benar. Tinggal melangkah pada beberapa tahap berikutnya, yaitu memasarkannya. Tanpa memasarkannya potensi kita yang hebat tidak akan teruji kehebatannya. Orang yang tidak akan

tahu bagaimana kualitas dan kapasitas kita dibidang yang kita mendeklarasikannya sebagai pasar atau profesi.

Tidak ada batasan waktu usia mengenai marketing ini. Selama kita mampu dan mau, kenapa tidak kita melakukan marketing diri ini? Karena masa emas dengan meraih predikat sukses tidak kenal muda atau tua, semua orang berhak menyandangnya. Kita tidak pernah terlalu muda atau terlalu tua untuk menjadi seorang yang sukses. Tidak peduli dalam tahap manakah kehidupan kita sekarang ini, kita bisa memulai perjalanan kapan saja. Segeralah untuk melupakan masa lalu yang memang kelabu, dan mulailah menatap masa depan yang lebih cerah. Tekan tombol reset. Inilah kesempatan bagi kita untuk mengulang kembali. Ambillah satu langkah meskipun kecil itu sangat berarti dalam kemajuan kita di masa depan.

Ketika kita memulai ingatlah batas norma dan aturan agama yang memikat. Agar kita tidak kembali terjerumus ke dalam kubangan yang sama. Oleh karenanya, sesuaikanlah nilai-nilai pribadi yang kita anut dengan agama dan norma adat. Tanpa melakukan ini kita akan tergelapkan oleh bujuk rayu gemerlap dunia. Banyak orang yang menjadi serakah, ambisius, pakai jalan pintas dan senantiasa membengkokkan aturan-aturan demi mencapai kesuksesan.

Jangan lakukan itu ketika kita sedang mempraktikkan *Marketing Your Self*. Jujur dan sadarlah selalu akan kemampuan diri. Jangan pernah melenceng dari prinsip ini, maka kita pun akan mendapatkan ganh=jaran yang setimpal sesuai dengan benih yang kita tanam. Jika kita memperlakukan orang seperti kita ingin diperlakukan, maka orang lain akan membeli produk kita, orang yang bekerja pada kita pasti ingin selalu bekerja pada kita dengan penuh keikhlasan dan tanggung jawab penuh. Teman-teman serta keluarga akan selalu berada di samping kita untuk membantu dan



senantiasa siap sedia mengulurkan tangannya jika kita meminta pertolongannya.

Prinsip lainnya ketika kita berjualan ialah fleksibel. Tetaplah kita berada dalam posisi fleksibel, berarti kita akan mampu untuk merespons atau menyesuaikan diri pada situasi yang baru. Lebih tepatnya adalah kita bisa mendapatkan hasil yang kita inginkan dalam jualan. Dengan fleksibel merupakan salah satu unsur utama hidup sukses di dunia yang terus berubah (DePorter, 2007:171).

Kita selaku manusia tidak akan bisa menolak situasi yang terus berbeda. Hampir setiap hari kita dihadapkan pada situasi-situasi yang tidak sesuai dengan yang kita rencanakan. Di sini kita bisa memilih, apakah kita akan bertahan dengan sikap yang mempertahankan rencana awal, atau kita mengubah rencana di perjalanan untuk bisa beradaptasi dan mengatasi perbedaan di lapangan dengan konsumen yang heterogen. Fleksibel berarti kita berusaha menjaga peluang untuk bisa masuk ke berbagai lapisan konsumen atau klien yang tentunya memiliki keberanian dan keterbukaan untuk berubah pula bersama kita.

Penjual sejati adalah berani mencoba hal baru dalam rangka menjadi yang lebih baik dari apa yang kita lakukan. selaku penjual sejati jangan menyukai keadaan yang mapan, berdiam diri dalam kondisi yang nyaman karena bisa-bisa kita terlena sehingga kita tidak melakukan perbaikan – perbaikan demi kemajuan. walhasil kita akan tertinggal jauh sama pesaing kita yang tidak akan lelah mengejar terus berusaha menggilas kita. Dengan prinsip fleksibilitas ini, kita menjadi tertantang untuk melepaskan apa yang tidak berfungsi dan mencoba hal-hal baru sampai kita mencapai apa yang berpungsi. Terutama ketika kita melakukan Marketing your self, jika cara satu jualan gagal, kita tidak boleh lelah untuk mencari alternatif lainnya sampai berhasil menembus target.

Memang sulit untuk mengetahui cara yang kita pakai sudah tidak layak, dan lebih sulit lagi untuk mengakui kalau kita sudah tidak up to date lagi dengan perkembangan tren penjualan. Sayang sekali kalau kita tidak jujur pada diri sendiri. Begitu banyak waktu yang berharga kita korbankan, betapa besar uang kita yang dikeluarkan, bagaimana beratnya konsentrasi dan pikiran kita curahkan untuk meyakinkan kita bahwa cara itu pasti berhasil. Kita boleh saja yakin akan cara yang kita pakai, tapi sebagai penjual kita harus melek terhadap perkembangan luar, terutama mengintip strategi penjualan yang dipakai orang lain.

Agar kita bisa menjadi orang yang fleksibel terhadap tren dari luar, maka kita harus senantiasa mengasah kemampuan dalam mengetahui kapan saatnya untuk meninggalkan cara yang ternyata sudah usang, kemudian mencari, mencoba lalu menguji cara pemasaran yang baru. Usaha mengasah kemampuan ini akan menemui kesulitan jika kita hanya mementingkan harga diri kita, gengsi, malu, merendahkan orang lain. Kalau kita berprinsip seperti ini percayalah kita akan dapat masalah untuk melangkah berikutnya, dan kita pun tidak akan menuai hasil dalam *marketing your self*.

Sadarilah akan kemampuan diri dan cara yang kita kuasai adalah kurang tepat saat ini. Bisa jadi cara yang kita pakai itu bagus di masa lalu, tapi tidak cocok untuk masa sekarang. Tapi siapa tahu di masa yang akan datang lebih cocok lagi. Terimalah realitas yang ada. Kalau kita mau eksis yakinlah bahwa sesuatu yang normal untuk mengubah cara kita mengerjakan pekerjaan karena lingkungan yang berubah. Bahkan tidak salah kalau kita dituntut untuk mengubah karakter atau kepribadian kita untuk mengikuti kehidupan. Seperti yang dialami seorang karyawan di sebuah perusahaan penerbitan. Pada beberapa tahun sebelumnya, dia begitu pendiam tidak suka bergaul dengan komunitas, aktif di



milis, dan karyawan lain terutama yang berbeda divisi kerjanya.

Seiring waktu trent penerbitan mengalami perubahan yang signifikan. Seorang karyawan yang pendiam itu kelabakan untuk mengikuti dinamika kerjaan. Hampir setiap rapat dia menjadai objek pembicaraan para pimpinan. Di setiap kesempatan dia diceramahi langsung menejernya. Namun dia begitu kuat dengan prinsip dan karakternya dalam perkembangannya dia tidak bisa bersaing dengan karyawan lainnya. Yang dengan sigap dan tanggap terhadap perubahan. Dia akhirnya terkena rasionalisasi perusahaan dan harus menerima kenyataan kalau dirinya sudah tidak dipakai lagi oleh perusahaan yang sudah lima tahun dia bekerja. Jadi rencana apapun yang menurut kita terbaik di dunia saja bisa menjadi usang ditelan zaman yang terus bergerak tidak ada ujungnya. Terimalah perkembangan dan kondisi dari luar bila ada rencana kita yang tidak jalan.

Selain fleksibel, ada strategi lain dalam menjadi penjual sejati, yaitu lepaskanlah ego kita. Barangkali sudah lama kita membuat harga diri kita terbungkus dalam cara-cara yang sekian taun kita praktikan. Atau dengan keras kepala kita melakukan sesuatu karena itulah cara itulah menurut kita paling ampuh, dan cara ini pernah membawa kita kejengjang keberhasilan di masa lalu, yang membuat kita semakin ego dengannya.

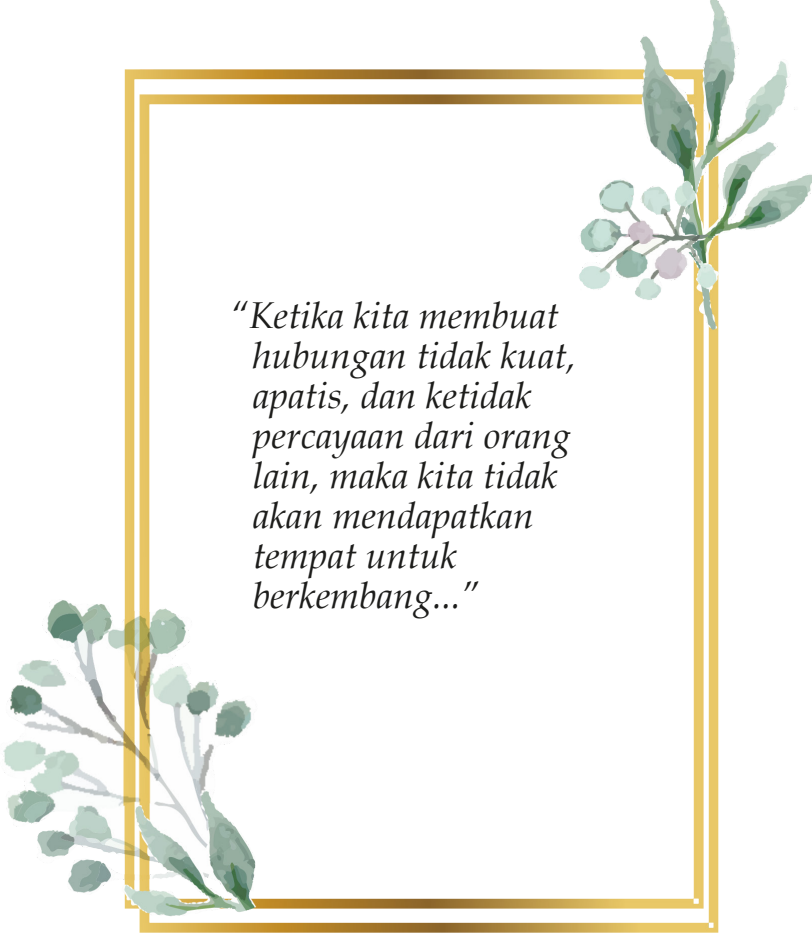
Keluarkanlah ego kita ketika kita melakukan *marketing your self* sehingga ego ini tidak menghalangi langkah-langkah kita. Ingatlah akan karakter konsumen atau klien kita yang satu dengan lainnya memiliki ego yang berbeda, terlebih dengan kita yang sam-sama punya ego. Kalau kita memiliki ego yang terus kita pertahankan, maka di antara kita dengan pembeli tidak akan mencapai kata sepakat. Simpanlah ego untuk hasilnya bukan sasarannya. Pandanglah pekerjaan kita secara serius, bukan diri kita terus yang harus kita perhatikan sehingga membuat ego kita menebal.

Langkah terakhir dalam proses menjadi penjual sejati ialah kita harus bisa menahan asumsi. Coba ingat lagi materi tentang menjadi pendengar setia. Inilah fungsinya ketika kita suda bisa menjadi seorag pendengar, yaitu untuk bisa menahan asumsi yang tentunya akan berakibat tidak baik dalam proses *Marketing Your self* Karena ketika asumsi kita tidak kita jaga, bisa-bisa kita mengeluarkan kata-kata yang tidak proporsional yang akhirnya bisa menyudahi pembicaraan kesempatan dan lain sebagainya. Atau juga ketika kita mencari alternative dalam penjualan, sebelum di coba janganlah untuk menghakimi cara-cara alternative sebelum kita mencobanya.

Agar kita bisa menahan asumsi, kita harus bisa mengenali pikiran-pikiran yang senantiasa bersemayan dalam benak ketika ada sesuatu yang ganjil dalam pandangan kita. Tanyakan juga pada perasaan kita sendiri. Mulailah berlatih bertanya pada diri kita, mengapa saya berpikir begitu? atau pertanyaan yang menguji asumsi kita. Akhirnya dengan mengenali asumsi kita, kita menjadi tahu kualitas asumsi yang kita miliki erhadap respond yang ada diluar diri kita.

Jadi penjual sejati adalah mereka yang terus memasarkan ide-ide, produk, karyanya kesetiap pembeli atau klien yang dinilai cocok. Dia menguasai teknik komunikasi sehingga komunikasi yang dilakukannya efektif. Dia pun pandai membaca situasi dan kondisi lawan bicaranya sehingga pesan yang disampaikannya tepat sasaran. Dia pn tidak egois dengan memaksakan kepada pembeli, tidak sok tahu dan mencitai akan perubahan dengan mengubah diri untuk tetap fleksibel. Dan ketika semua ini sudah kita praktikan, apa langkah selanjutnya agar menjadi penjual yang betul-betul sejati? Jawabannya ada pada bab-bab berikutnya. Yuk kita simak terus![]





“Ketika kita membuat hubungan tidak kuat, apatis, dan ketidakpercayaan dari orang lain, maka kita tidak akan mendapatkan tempat untuk berkembang...”

Menjaga Gairah Sukses

*Hal yang berbeda tidak selalu lebih baik,
tetapi hal yang lebih baik selalu berbeda.*

----Dale Dauten

DALAM *Marketing Your Self* tidak selamanya kita meraih hasil maksimal. Ada beberapa tahap kita tidak bisa meraih keberhasilan, namun ada juga yang tidak disangka-sangka kita meraih untung lebih. Dinamika seperti ini pasti akan kita rasakan. Sesuatu yang berhasil padahal kita tidak memprediksikan hal itu bisa dilakukan, sebaiknya sesuatu yang kita prediksi dari awal akan menuai sukses tapi nyatanya kita belum beruntung.

Suasana seperti ini akan membuat hati kita, terutama mental, menjadi goyah. Karena keberhasilan dan kegagalan akan saling menyapa kita dan kita selaku orang yang berusaha sukses sangat tidak mengharapkan segala usaha yang kita kerahkan menuai hasil yang tidak menggembirakan. Semuanya ingin serba berhasil, semua energi, pikiran, materi yang dikeluarkan kembali mendapatkan imbalan yang berlimpah.

Kalau mendapatkan apa yang diharapkan kita akan mendapatkan suntikan untuk kembali melangkah kejenjang-jejang berikutnya. Sebaiknya ketika kita mendapatkan kesulitan, langkah ini akan terasa begitu berat untuk melanjutkan perjalanan kehidupan. Kondisi ini adalah hal yang sangat wajar, dan akan dirasakan oleh siapapun. Disini lah kita harus pandai-pandai menjaga ritme perjalanan hidup. Begitupun dengan *Marketing Yourself*, ada beberapa hal yang harus menjadi perhatian utama kita agar kita tidak kenal khawatir ketika melangka, lelah dalam perjalanan, dan senantiasa memiliki, *The power of Spirit* untuk



mengarungi roda kehidupan yang terus berubah. Terutama dalam dunia bisnis (kerja) yang tidak pernah berhenti untuk berubah dan bersaing satu sama lainnya.

Tampil Lebih Beda

Tampil lebih baik adalah keinginan setiap orang, terlepas dalam bekerja, ketika tampil dipanggung, waktu ikutan kontes penyanyi atau *casting* bintang film, maupun dalam penampilan sehari-hari. Semua orang ingin dikatakan lebih baik dari sebelumnya dan dari orang lain. Naluri ingin tampil lebih baik mereka praktikkan dengan berusaha berdandan, berkata, berperilaku yang tidak ada henti-hentinya mereka lakukan evaluasi akan di hari yang akan datang menjadi lebih baik dari hari sebelumnya.

Perjuangan untuk tampil lebih baik dilakukan dengan beberapa cara yang berbeda. Hal ini dimaksudkan agar out put betul-betul lebih baik dari sebelumnya, terlebih dari apa yang dimiliki orang lain. Keberbedaan-keberbedaan inilah menjadi senjata ampuh semua orang dalam meningkatkan kemampuannya untuk menjadikannya sebagai nilai lebih dirinya.

Ya, unik, berbeda, lain dari pada yang lain inilah menjadi prinsip ketika membuat sesuatu atau menjadikan diri kita dalam bidang tertentu. keberbedaan adalah sesuatu yang baru dan belum pernah ada sebelumnya. Dan inilah yang dicari setiap orang, Mulai dari pengusaha yang berjuang keras untuk memproduksi barang-barang yang unik dipasar sehingga tidak bisa diikuti para pesaingnya. Begitupun dengan pesaingnya akan mengejar orang lain dan menciptakan produk yang berbeda pula. Kita bisa menyaksikan dalam kehidupan sehari-hari, bagaimana setiap orang sibuk mencari sesuatu yang dikenakan, ditawarkan, atau diciptakannya sendiri ingin disebut beda. Sesuatu yang beda saat ini sudah menjadi prinsip, bahkan motto dalam life style.

Jika kondisi dan prinsip ingin berbedadengan orang lainini bisa kita pertahankan dalam kehidupan sehari-hari, lebih bagusnya lagi dalam bekerja, maka kita akan menjadi orang yang banyak di cari oleh perusahaan, lembaga, atau tim kreatif tertentu. Karena dengan bekerja dengan cara berlawanan dengan sesuatu yang mapan dan sudah ada adalah cara hebat dalam mewujudkan sesuatu yang baru.

Berbahagialah kalau dalam diri kita sudah tertanam prinsip ingin beda ini, karena karir dan masa depan kita akan cerah. Kalau belum merasakannya, cobalah cari dalam diri tanyakanlah apakah kita sudah merasakannya ingin yang beda dengan orang lain? Jadilah diri yang berbeda dengan orang lain.

Betapa urgennya prinsip berbeda ini, misalnya saja dalam berwiraswasta. Ketika kita ingin meraih hasil yang luar yang luar biasa, maka kita harus mencari cara berbeda dalam menjalankan aktivitas bisnis kita dengan cara yang dipakai orang lain. ketika kita sudah berhasil menemukannya kemudian diperlihatkan ke konsumen, mereka akan tertarik karena mereka sangat memperhatikan sesuatu yang berbeda. Kita saja ketika hendak membeli handphone baru, kita akan mencari handhone yang unik.

Memang keunikan atau sesuatu yang kita sebut berbeda belum tentu di mata orang lain. Karena semua orang memiliki pikiran, prinsip, background yang berbeda dengan kita. Tidak apa-apa jika ide kita dalam membuat sesuatu yang menurut kita berbeda, namun dibawah mentah-mentah oleh mereka. Jangan kecil hati karena peluangnya masih besar. Cobalah untuk terus menguji ide kita tersebut dengan mencoba test pasar, konsumen, pesaing, dan bila perlu lakukan survei kecil-kecilan. Ide bisnis yang unik dan dikatakan tidak unik orang lain pernah dirasakan Fred Smith.



Kita mungkin sering melihat truk putih dengan tulisan berwarna ungu dan jingga melintas di depan rumah kita atau di sudut kota. Itulah bisnis ciptaan Fred Smith yang sekarang omzet perusahaannya bernilai jutaan dolar dengan cabang di seluruh pelosok kota di dunia.

Moto perusahaan Fred Smith awalnya adalah *Absolutely, Positively Overnight* (Pasti dan yakin semalam saja), kini telah diubah menjadi *The World on Time* (di seluruh dunia tepat waktu). Inilah bisnis di bidang antar surat yang kita kenal sekarang dengan sebutan Federal Express atau FedEx. Nama FedEx begitu akrab di telinga kita sehingga ketika kita hendak berkirim surat atau arsip lainnya agar cepat dan mudah maka istilah FedEx yang muncul dalam memori kita.

Keberhasilan Fred Smith membangun *brand* FedEx ini awalnya sesuatu yang di anggap aneh. Kita pasti akan kaget ketika mengetahui kalau sang pencetus ide, Fred Smith, hanya diberi nilai C untuk ide bisnisnya ini sewaktu kuliahnya. Sang dosen berkata pada Fred Smith kalau idenya itu tidak akan bisa berhasil.

Fred Smith tidak terima dengan komentar dari sang dosen, kemudian ia pun membangun FedEx sebagai sebuah perusahaan yang berbeda dari perusahaan sejenis. Dia rekonstruksi system perusahaannya, dia terapkan prinsip yang dipakai perusahaan yaitu bisnis yang bergantung pada kecepatan. Menurut Fred Smith, orang akan rela mengeluarkan kocek yang lebih dan mau membayar mahal demi kenyamanan, kecepatan, dan kepuasan pelayanan yang akan di terima nya. Dan prediksi Fred Smith ini benar. Beberapa tahun berjalan, semakin terbukti kalau ide yang sangat berbeda. Dan bisnisnya pun meningkat tajam.

Belajar dari pengalaman Fred Smith dengan bisnisnya yang dianggap aneh pada waktu itu, bahwa untuk mendapatkan hasil dengan berbeda memang tidak sebentar, melainkan memakan

waktu yang lama dan butuh kesabaran yang luar biasa. Tidak hanya itu, kita harus punya keyakinan kalau cara atau metode yang kita pakai ini betul-betul unik. Kalau kita sudah seperti ini, kita bisa menjadi tahu cara memanfaatkan hal-hal yang biasa menjadi luar biasa. Selain itu, setelah beberapa lama kita memakai prinsip berbeda yang awalnya tidak disukai, namun pada akhirnya kita bisa mendapatkan sesuatu yang dianggap istimewa oleh banyak orang.

Jika kita ingin bisa diterima langsung oleh orang lain dalam membuat produk, cara menawarkan produk, atau punya ide yang sama pada umumnya alias kita mengikuti tren yang tengah berlaku di masyarakat. Memang kita akan langsung di terima di masyarakat namun itu hanya sesaat. Kita akan mendapatkan hasil yang biasa-biasa saja disbanding ketika mengembangkan ide yang berbeda pada umumnya. Orang akan bosan karena produk atau ide kita ada kesamaan dengan yang lain. Sebaliknya jika kita berani tampil berbeda, kita akan meraup hasil melebihi target.

Ada banyak cara yang bisa kita lakukan unruk mencapai keberadaan dengan orang lain. Kita bisa memulainya dari hal-hal kecil dalam aktivitas sehari-hari, yang terkadang kita abaikan karena sepele. Justru berangkat dari hal kecil yang kemudian di olah sebada mungkin maka akan membawa perbedaan besar. Atau kita bisa berangkat dari titik lemah. Apapun yang kita lihat sebagai kelemahan, kita bisa menjadikannya sebagai kekuatan usaha kita. Ketika kebanyakan orang mencari kelebihan dan kekuatan sebagai pijakan untuk meraih usaha yang berhasil, kita harus melawan arus, justru sebaliknya kita mengubah kelemahan menjadi sumber kekuatan.

Berangkat dari kelemahan menjadi kekuatan ini bisa kita lihat pada beberapa produk yang sehari-hari kita lihat, seperti motor, buku, handphone, dan beberapa produk yang merupakan inovasi



atau pengembangan dari produk-produk sebelumnya. Rata-rata mereka melihat produk sebelumnya kemudian mempelajari segala sesuatunya, dan terpenting adalah mencari kelemahannya. Dari kelemahan inilah dijadikan momentum untuk mengeluarkan produk yang baru dari sebelumnya. Cara ini bisa memperkuat kita untuk berbeda dengan orang lain. Amatilah aktivitas bisnis yang beredar di masyarakat, bila perlu kita langsung biar merasakan rutinitas dan tren pasar atau jasa yang sedang actual. Sering-seringlah kita menganalisa perkembangan-perkembangan orang lain, lalu intuplah bagaimana mereka melakukannya. Ini adalah usaha yang usaha, namun janganmenjadikannyabetul-betul sulit. Kalau demikian, kita akan merasa terbebani dan berat untuk melakukannya. Namun sebaliknya ketika kita menganggapnya mudah apalagi dengan melakukannya dengan senang hati, maka kemudahan akan terus menyertai kita.

Setelah informasi yang kita cari terkumpul, cobalah untuk menyesuaikannya dengan ide, usaha, atau produk kita, Ujilah cara-cara yang sedang atau akan kita pakai dengan cara-cara yang sedang atau sudah orang lain pakai. Dari sini kita bisa melihat dari apa yang kita miliki, apakah sudah betul-betul berbeda dengan kebanyakan orang atau masih sama. Kalau masih sama segeralah untuk menggantinya atau mengubahnya agar berbeda sama sekali. Dan kalau sudah terasa berbeda, teruslah untuk menonjolkan keberbedaannya.

Cara lain ialah dengan mengujinya ke klien atau kita beralih posisi sebagai pemasar menjadi konsumen. Posisikan diri kita sebagai pembeli produk. Rasakan dan cari tahu apayang dicari dan senantiasa menjadi alasan kenapa konsumen memutuskan membeli produk tersebut? kenapa mereka tidak membelinya? Dan terus tanyakan sebanyak-banyaknya. Begitu kita melihatApa baik, jadikan itu sebagai keunggulan kita. Jangan tunggu lama atau

menunda-nundanya karena kompetitor kita tidak tidur, sewaktu-waktu mereka akan merebut target dan bangsa pasar kita.

Jadi dengan berjuang menjadi berbeda selain kita akan dikenal sebagai orang yang pionir, pencetus, tidak suka epigon atau pengekor, kita akan mendapatkan banyak ilmu baru, wawasan baru, dan pengalaman baru yang sebelumnya tidak akan kita dapatkan kalau kita ingin sama dengan orang lain. Dan kita pun akan semakin berkembang menjadi orang yang siap untuk perkembangan dimasa yang akan datang, yang tentunya persaingan semakin seru.

Spirit of Creativity

Berbeda dengan tren berbeda dalam berkarya, bekerja, dan aktivitas apapun, tren kreatif jauh lebih populer di masyarakat. Dalam tahun belakangan, pembahasan tentang kreativitas menjadi dominan dalam bisnis, lagi-lagi dengan penekanan yang luar biasa untuk menghadapi kompetisi. Riset dalam bidang ini difokuskan terutama pada penemuan produk baru dan proses produksi. Lebih belakangan lagi, terdapat penekanan yang luar biasa pada manajemen kreatif, terutama kepemimpinan kreatif (Badi dan Tajdin, 2004:120).

Kreatifitas dipandang sebagai satu-satunya karakteristik dalam produksi menghasilkan sesuatu. Ketika sesuatu produk atau hasil dari sebuah aktivitas berhasil itu berarti orang-orangnya kreatif dalam menggarapnya. Tetapi jika tidak berhasil, mereka mengklaim tim kreatifnya tidak jalan sebagaimana mestinya. Selalu demikian kebanyakan orang mengaitkan kreativitas dengan output yang diberikannya.

Kreatif atau kreativitas adalah wilayah yang tidak bisa dijangkau. Sulit dan mahal sekali untuk menjadi orang yang penuh ide-ide kreatif. Saking mahalnyanya ini, sampai-sampai orang meyakini bahwa berfikir kreatif merupakan benteng pertahanan



manusia untuk melanggengkan kehidupannya. Karena ketika era mesin sedang jaya-jayanya, terutama computer yang telah mengambil alih aktivitas rutin manusia-manusia dituntut untuk mengembangkan keterampilan dan aktivitas berpikir yang lebih hebat ketimbang alat ciptaannya sendiri. Disinilah kenapa berfikir attau punya ide kreatif itu mahal.

Betul adanya kalau orang yang kreatif dia akan dihargai mahal oleh perusahaan, lembaga, atau instansi-instansi tertentu. Dari orang-orang kreatiflah akan lahir sesuatu yang baru. Baik itu produk, kegiatan, atau aktivitas lainnya yang tidak monoton dan menjadikan kita lebih bergairah, lebih dinamis dan tentunya akan lebih maju. Ini bisa dijadikan kunci kita kalau kita ingin menjadi orang yang mahal, kita harus punya *spirit of creatifity*.

Konon katanya, kreatifitas dipandang dapat mendorong kita melakukan perubahan-perubahan positif terhadap kehidupan (Cropely, vol.1 hal. 512). Karena kreatifitas melihat pada hal-hal yang dilihat kebanyakan orang, tetapi membuat yang tak terpikirkan oleh orang lain. Sama seperti yang dikatakan Bill Moyers, kreatifitas artinya menemukan hal-hal yang luar biasa dibalik hal-hal yang tampak biasa.

Seperti seniman besar yang telah kreatif menghasilkan music Mozart, sonata, Shakespeare, beberapa orang hebat yang karya kreatifnya tidak lekang dimakan zaman. Walaupun para maestro ini menunjukkan kreatifitas dan bakat luar biasa, tidak berarti kita tidak bisa mengikuti jejaknya. Hanya saja, seiring dengan perjalanan hidup, kemampuan kreatif kita cenderung memudar. Tanyakan saja pada diri kita dengan usia sekarang ini, karya apa yang telah kita buat? Ide-ide apa saja yang telah kita telurkan dalam pengembangan karir, usaha atau bisnis, atau membuat kegiatan yang bagus? Dan lain sebagainya.

Ya, kreatifitas adalah suatu cara untuk melakukan sesuatu dengan lebih baik sehingga menghasilkan yang lebih baik pula. Tidak hanya itu, kreatif dalam melakukan sesuatu akan menambah pada nilai kebaruan dan kebermanfaatannya pada apa yang kita hailkan. Baru namun tidak bermanfaat itu bukan kreatif. Dan orang yang kreatif akan senantiasa menghadirkan makna baru, menemukan pengguna-an baru, menyelesaikan masalah dengan cara yang baru, dan akan memberikan nilai tambah atas sesuatu yang sudah ada.

Sebagaimana pada materi tentang berbeda sebelumnya, kita pun dilahirkan lengkap dengan kreatifitas didalamnya. Kita sudah punya *basic* tentang kreatifitas, tinggal bagaimana kita memunculkan kemudian mengasahnya. Secara genetika serta keunikan diri, kita berbeda satu sama lain layaknya sidik jari manusia. Keberagaman inilah dasar kreativitas kita.

Jadi sebenarnya kita sudah memiliki perspektif masing-masing yang unik, serta serangkaian bakat dan pengalaman yang berlainan untuk diterjemahkan dan dinyatakan melalui keterampilan kita. Proses mencari dan menyimak perspektif unik diri kita inilah yang menghasilkan ekspresi kreativitas. Dari situlah kita bisa menerjemahkan diri kita kedalam bentuk nyata misalnya karya seni, music, penyelesaian masalah dalam karir, menghadapi anak, memilih dekorasi rumah, gaya berpakaian, hobi, tarian, atau kegiatan ekspresif lainnya (Wycoff, 2002: 45).

Sayangnya, kita yang sudah memiliki keunikan ini tidak bisa mengenali kemudian menghargainya. Dalam benak kita sudah tertanam sebagai makhluk beradab yang menganggap bahwa perbedaan dan keunikan ini sebagai suatu kesalahan dalam berkehidupan. Banyak anggapan dalam masyarakat kita bahwa ketika kita meyakini dengan keunikan dan keberbedaan, mereka akan mencemooh, dianggap memiliki kekurangan. Kita yang beda



dianggap bertindak sendiri dan dapat membahayakan komunitas kita.

Namun demikian, seiring pergeseran budaya karena banyaknya budaya luar yang masuk, mulai lahir komunitas-komunitas yang didalamnya para anggotanya begitu heterogen. Mulai muncul mendukung perbedaan pendapat, bergolongan, dan lain sebagainya. Namun tidak terbentuk pada berbeda dalam berkarya, atau kreatif dalam mencipta. Ini yang belum terlihat dalam masyarakat kita yang sebelumnya sangat heterogen, dan sebagai modal besar untuk kreatif.

Harus kita sadari, dorongan ingin kreatif itu ada. Namun lagi-lagi kita takut dikatakn aneh oleh orang lain. Karena dorongan untuk kreatif tampak jelas disekitar kita, di rumah, mulai dari hobi, profesi atau pekerjaan dan lain sebagainya. Dimana-mana kita bisa melihat sifat manusia yang ingin menjadi bagian dari kelompok sekaligus menjadi diri yang individualis. Tidak mau diganggu dan memiliki privacy dalam mengekspresikan dirinya yang sejatinya unik. Abraham Maslow menyebut dorongan untuk memaksimalkan bakat khas perseorangan ini sebagai hasrat mengaktualisasi diri. Menurutnya kita semua butuh menjadi apa pun yang bisa dicapai. Apabila seseorang mampu menjadi sesuatu itu (dalam Wycoff, 2002: 46).

Harus kita sadari, bahwa salah satu tujuan hidup kita adalah menjadi diri yang berharga, dihargai, dan memiliki sesuatu sebagai perwujudan identitas diri. Namun mewujudkan semua itu tidaklah semudah apa yang kita bayangkan. Kita yang merupakan bagian dari kelompok; akan banyak menerima masukkan luar yang akhirnya kita bisa menemukan diri kita yang paling dalam apa keunikan kita. Saat menemukan identitas diri itulah sejatinya kita telah menemukan kreativita dalam diri.

Dari hasil penelitian tentang kreativitas, ditemukan ada 4 ciri orang yang kreatif (Wycoff, 2002: 49) diantaranya:

1. Orang kreatif berani menghadapi tantangan baru dan bersedia mengambil risiko kegagalan. Mereka penasaran ingin mengetahui apa yang akan terjadi. Mereka berani mengambil sebuah pekerjaan atau tugas yang sebetulnya tidak di kuasainya;
2. Ekspresif. Orang kreatif tidak takut menyatakan pemikiran dan perasaannya. Tidak menahannya yang membuatnya tidak mengeluarkan ide-ide hebatnya. Mereka lebih condong untuk menjadi dirinya sendiri, dan ini akan membuatnya lebih bangga dan percaya diri;
3. Humor. Humor sangat berkaitan erat dengan dunia kreativitas. Jika kita menggabungkan hal-hal sedemikian rupa sehingga menjadi berbeda, tak terduga, dan tidak lazim, berarti kita bermain-main dengan humor. Ketika kita menjadi orang yang humoris, berarti kita telah berhasil sebagai orang yang kreatif. Karena kreatif berarti menggabungkan berbagai hal dengan cara yang baru dan bermanfaat;
4. Intuisi. Orang kreatif menerima intuisi sebagai aspek wajar dalam kepribadiannya. Mereka paham bahwa intuisi umumnya berasal dari sifat otak kanan yang memiliki pola komunikasi berbeda dengan belahan otak kiri.

Bisa jadi dari keempat ciri orang yang kreatif itu kurang, namun kita dilahirkan kreatif dengan potensi sebagai bekal yang kaya. Tinggal bagaimana kita memaksimalkannya, dalam berkarya, bekerja, atau ketika mempraktikkan *Marketing Your Self*.



Agar kita bisa dengan mudah menjadi orang yang kreatif, kita bisa melakukan beberapa cara seperti yang di ajarkan Wycoff (2002: 52) berikut ini:

1. **Persiapan.** Perlu kita melakukan berbagai persiapan. Persiapan ini tidak hanya ketika kita hendak bepergian, dalam menjadi orang yang kreatif pun kita harus mempersiapkan diri. Persiapan ini diantaranya kita harus senantias mengumpulkan informasi, berkonsentrasi, dan mengakrabkan diri sepenuhnya dengan semua aspek yang ada kaitannya dengan pengembangan diri kita;
2. **Inkubasi.** Setelah persiapan kita matang, sejanaklah kita untuk beristirahat, kesampingkan dulu masalah atau aktivitas yang membuat kita mumet. Berilah waktu bagi pikiran untuk beristirahat dan mengumpulkan energi guna menghadapi aktivits dikemudian hari;
3. **Iluminasi.** Inilah saat-saat kita akan menemukan kejutan dalam hidup kita. Tidak usah ketika kita dalam kondisi yang serius seperti hal nya belajar di malam hari di tengah-tengah sepi nya malam. Saat-saat ini akan muncul dengan tiba-tiba. Sering terjadi saat kita sedang benar-benar santai dan melakukan aktivitas lain, misalnya saat jogging, mandi, bermain futsal, bulu tangkis, atau menyetir mobil;
4. **Implementasi.** Setelah kita merasakan menemukan sesuatu yang luar biasa hebatnya, yaitu berupa ide-ide atau pencerahan atas sesuatu yang sedang kita cari, maka segeralah untuk mengeksekusi masalahnya. Berusahalah untuk memperoleh dukungan orang lain dan menentukan berbagai sumber daya yang diperlukan.

Sementara itu Bobby Deporter (2007: 223-225) menyarankan bahwa untuk menjadi orang yang kreatif adalah kita harus

bersikap seperti pemikir kreatif. Mari kita lihat sikap orang yang kreatif atau pemikir kreatif.

1. Pemikir kreatif mempertanyakan segala sesuatu yang aneh atau tidak dimengerti oleh nalarnya. Untuk orang-orang yang kreatif, merasa senantiasa memiliki rasa ingin tahu dan ini merupakan pandangan hidupnya. Tidak hanya itu, mereka rata-rata memiliki jiwa sebagai petualang. Ada dorongan kuat yang muncul secara tiba-tiba dan mencari tahu apa yang menyebabkan segala sesuatu itu terjadi. Dan kita sangat bisa mengembangkan kemampuan ini, yaitu dengan berlatih membiasakan bertanya mengapa ...? Dan bagaimana ...?;
2. Pemikir kreatif senantiasa menciptakan atau menghasilkan gagasan. Cara terbaik untuk mendapatkan gagasan yang hebat adalah dengan membuat banyak gagasan. Karena semakin banyak gagasan yang kita punyai, semakin mudah dan hebat pilihan kita terhadap gagasannya. Penemu Dr Yoshio Nakamata, pemegang 2.300 hak paten, mendorong para pemikir kreatif untuk berusaha mengisi otaknya, lalu terus memompa informasi kedalamnya. Beri atau masukkanlah otak kita bahan mentah sebanyak-banyaknya terutama sekali bahan mentah yang ada kaitannya dengan medan garapan kita. Lalu berilah otak kita itu kesempatan untuk memasaknya jangan menilai gagasan kita sewaktu kita mengumpulkannya. Masih banyak waktu untuk melakukannya nanti. Jika kita menialai gagasan sewaktu ia masih ranum di pohon, kita merusaknya dan ia akan layu kemudian mati. Sekiranya sudahh saatnya kita memakan ide-ide kita, terlebih dahulu kumpulkanlah hasil panen sebanyak mungkin. Kemudian kita akan mampu untuk memisahkan yang mana saja diantara ide kita yang buruk



dari yang bagus dan yang terbaik dari yang lebih baik sehingga kita betul-betul memiliki stok ide yang sangat bagus;

3. Pemikir kreatif mencari pekerja lebih baik. Pemikir kreatif tidak menerima segala sesuatu apa adanya. Mereka selalu mencari cara untuk memperbaiki keadaan. Seorang konsultan manajemen, Fred Pryor mengatakan bahwa orang kreatif akan mengamati apa yang dilihat kebanyakan orang, tetapi orang kreatif akan memikirkan apa yang tidak dipikirkan orang lain. Para pemikir kreatif tidak melihat masalah melainkan melihat tantangan. Dengan demikian dia akan terpacu sekaligus terpacu untuk terus bangkit maju dan berkembang merengkuh tantangan-tantangan yang menderanya;
4. Pemikir kreatif mematahkan para digma. Para digma memang penting. Kita semua membutuhkan serangkaian aturan dan cara untuk meringkai gagasan agar berfungsi di dunia kita. Kalau demikian nantinya kita bisa menjadi terlalu bergantung pada kenyamanan para digma. Para pemikir kreatif tidak takut mengubah para digma lama untuk memberi ruang bagi para digma baru. Mereka menjebol batasan yang dipercayai kalau sekiranya itu tidak sesuai dengan keadaan;
5. Pemikir kreatif berani mengambil tindakan. Para pemikir kreatif membawa gagasan sampai ke puncak keberhasilan. Mereka menggunakan kreatifitas yang dimilikinya tidak hanya untuk mempertanyakan, mengumpulkan gagasan, dan menciptakan cara-cara baru melakukan berbagai hal. Dengan kreativitasnya mereka juga mewujudkan gagasan itu. Orang kreatif adalah membuat *Master Plan*, sekaligus perancang strategi dalam mencari tindakan

yang dibutuhkan dalam membawa sebuah rencana pada kenyataan.

Cobalah praktikkan ilmu kreatif ini ke dalam *Marketing Your Self* agar kita tergolong ke dalam orang yang berpikir, bertindak, dan mengevaluasi setiap tindakan kita yang kreatif. Kumpulkanlah sebanyak-banyaknya informasi tentang cara penjualan dengan beragam klien atau orang yang akan kita hadapi. Dengan semakin kaya kita akan cara pemasaran, maka semakin kreatif kita bertindak.

Senantiasalah untuk menciptakan tantangan baru ketika tantangan yang lama sudah tercapai atau mendekati kesuksesan. Dengan demikian kita akan semakin meningkat kemampuan dan keahlian-keahlian lainnya, karena terpacu untuk meraih tantangan-tantangan yang kita ciptakan, atau ketika ada tantangan yang membuat kita berjibaku dengannya.

Kerja Keras Rahasia Kesuksesan

Ada kunci sukses lain dalam *Marketing Your Self*, yaitu setelah kita belajar kreatif guna meraih kesuksesan kita pun harus bekerja keras. Meskipun kita sudah mempunyai ilmu kreatifnya, tidak mustahil di lapangan kita akan menemukan berbagai kendala, masalah, yang mengharuskan kita memecahkannya. Beberapa kali kita mampu mengatasinya, namun yang namanya masalah atau halangan ketika kita meraih mimpi kita, akan datang silih berganti. Maka disini dibutuhkan kerja keras untuk menjaga *spirit of creatifity* dalam mempraktikkan *Marketing Your Self*.

Kerja keras ini tidak hanya dibutuhkan dalam *Marketing Your Self* tetapi juga di semua bidang kehidupan. Terlepas dalam bisnis yang *notabene* untuk yang di cari, dalam aktivitas non profit pun harus kerja keras jika ingin kegiatannya. Omong kosong jika tidak dibarengi kerja keras sebuah mimpi bisa tercapai. Orang kaya,

orang yang memiliki otak jenius jika ingin sukses meraih mimpi-mimpinya kalau tidak kerja keras akan menjadi mimpi doing alias jago bermimpi.

Dalam beberapa kasus membuktikan bahwa orang pintar tidak ada apa-apanya dibanding orang yang bertipe bekerja keras. Kita bisa mngecek diantara teman-teman kita yang tergolong pintar dan teman-teman kita yang bodoh semasa SMP, SMA atau ketika di bangku perguruan tinggi. Secara akademis mungkin teman-teman kita yang pintar telah merasa sukses, tapi lihat bagaimana teman-teman yang bodoh dulunya mereka sekarang menjadi orang yang hebat dan sukses-sukses karirnya. Sementara teman yang pintar sekarang menjadi orang yang biasa-biasa saja. Kenapa kondisi seperti ini terjadi? Karena mereka yang pintar merasa diri pintar tidak usah bekerja keras untuk meraih sesuatunya karena pintar. Sementara orang bodoh ia akan berjuang sekuat tenaga untuk mewujudkannya. Seiring waktu orang bodoh ini menjadi lebi kuat mentalnya, lebih hebat strateginya, dan lebih cerdas hidupnya karena dia ditempa waktu yang lama. Jadi dengan kerja keras, kita bisa meraih banyak hal. Tanamkanlah dibenak kita kuat-kuat keyakinan ini.

Ingatlah baik-baik pesan dari Lucille Ball, "Saya tidak tahu apa-apa tentang keberuntungan. Saya tidak pernah mengandalkannya dan saya takut kepada mereka yang mengandalkannya. Bagi saya keberuntungan memiliki makna yang berbeda. Keberuntungan berarti kerja keras dan dapat membedakan mana peluang dan mana yang bukan."

Pesan dari Lucille Ball dapat kita maknai bahwa keberhasilan pada dasarnya tidak mudah apalagi datang sendiri, namun kita harus berjuang ekstra keras menjemputnya. Dan ini adalah langkah konkret menuju sukses, makin keras kita bekerja, makin beruntunglah kita inilah yang dikatakan Thomas Jefferson dan

Samuel Goldwyn, keduanya sang produser film dari Amerika yang merupakan keturunan Polandia, dia begitu yakin kalau kerja keras kunci menuju keberhasilan. Kedua orang ini menantang kita untuk memberikan bukti adakah orang sukses yang tidak pernah bekerja keras? Jawabannya pasti tidak ada satu pun.

Bukti kesuksesan harus dengan kerja keras seperti yang dialami Ronald Reagan. Pada 1951, dia membintangi sebuah film yang hasilnya buruk berjudul *Bedtime for Bonzo*. Saat itu Ronald Reagan berusia 40 tahun. Tetapi aktor yang saat ini bukanlah seorang pecundang. Tepatnya 15 tahun kemudian, yaitu saat usianya 69 tahun, dia berhasil menjadi presiden di Amerika Serikat.

Kemudian mari kita tinjau beberapa kejadian yang merupakan bukti akan kekuatan dari kerja keras ini. Misalnya dibidang farmasi, untuk setiap satu keberhasilan dalam penemuan dibidang farmasi, terdapat 5000 kegagalan. Perusahaan obat-obatan seperti Merck dan Pfizer menghabiskan milyaran dolar pertahun untuk penelitian dan pengembangan. Usaha ini tiada lain demi menemukan satu obat yang bisa menyembuhkan penyakit. Kita semua seharusnya bersyukur dan berterimakasih bahwa para karyawan di Merck dan Pfizer, bukankah orang-orang yang mudah menyerah. Kerja keras mereka terbukti telah menyelamatkan banyak nyawa dengan obat yang ditemukan untuk setiap jenis penyakit.

Demikian juga kerja keras yang berbuah ketenangan sepanjang masa dialami oleh Orville dan Wilbur Wright bersaudara. Mereka bekerja selama berjam-jam dibengkel sepedanya di Dayton, Ohio, untuk membuat dan menyempurnakan pesawat terbang pertama di dunia. Buah kerja kerasnya telah membuat manusia di muka bumi ini dengan mudah praktis dan waktu yang cepat ketika berkunjung ke belahan dunia lainnya.



Bukan modal yang besar, uang yang banyak, atau pendukung lainnya yang mumpuni dalam mendapatkan keberhasilan melainkan kerja yang dikatakan Clayn Mathile, seorang wiraswasta dan mantan pemilik lams, sejak dulu dia begitu mengagumi orang-orang yang bekerja dibidang wiraswasta, karena mereka tidak mau bekerja delapan jam sehari dan lebih memilih bekerja enam belas jam sehari. Artinya waktu untuk bekerja lebih lama dan berarti mereka telah melakukan kerja keras yang lebih. Walhasil mereka lebih sukses secara materil ketimbang orang yang bekerja mengendalkan gaji pokoknya.

Kerja keras bisa menutupi kurangnya bakat dan kemampuan alami. "Jika kekuatan untuk bisa bekerja keras bukanlah bakat, bakat adalah pengganti kerja keras yang paling mungkin," begitu kata Garfield. Kerja keras jelas merupakan elemen penting untuk menjadi seorang sukses. Kesuksesan kita ditentukan oleh seberapa besar usaha kita dalam meraihnya, semakin besar usaha kita maka semakin besar pula peluang sukses kita. Demikian juga dalam bidang wiraswasta yang kita jalani, pendapatan kita secara langsung berhubungan dengan besar kecilnya usaha yang kita lakukan.

Hal menarik dari orang-orang yang memiliki karakter petarung dan pekerja keras adalah mereka sangat cepat melupakan penolakan dan kegagalan yang mereka alami. Mereka begitu fokus pada tujuan yang hendak mereka raih sehingga mereka tidak mengindahkan rintangan yang menghadangnya (Grunder Jr., 2006:245). Inilah prinsip yang harus kita adopsi dan kita pakai dalam bidang dimana kita beraktivitas. Seorang dengan tipe kerja keras, akan melihat kegagalan dan penolakan sebagai sebuah peluang untuk belajar dan berbuat lebih baik lagi di lain waktu.

Efek positif yang akan kita dapatkan setelah kita dapatkan setelah kita dapatkan setelah kita kerja keras kemudian berhasil,

maka *self belief* kita akan meningkat. Kerja keras lagi untuk meraih tantangan lainnya dan meningkatlah kepercayaan kita, dan begitu seterusnya. Selanjutnya kita tidak akan kesusahan lagi untuk menerapkan prinsip kerja keras dalam mengerjakan segala sesuatu, sehingga kerja keras menjadi sesuatu yang mudah bagi kita. Jika demikian terus, tidak ada yang mustahil tujuan apa pun yang ingin kita raih pasti akan bisa diraih.

Kita bisa melihat bagaimana begitu mengharukannya perjalanan Lance Armstrong untuk memenangi Tour de France pada 2000. Dia berjuang ekstra keras tidak hanya menaklukkan medan yang begitu berat, pesaing yang begitu kuat, tetapi dia juga berjuang mengalahkan kanker testicular yang menggerogotinya. Berkat kerasnya dia berhasil mengalahkan ketiga musuhnya itu dan merupakan kisah yang begitu mengharukan sekaligus memberikan inspirasi bagi kita semua.

Kisah perjuangan Lance Armstrong melawan kanker ketika sambil berjuang memenangi Tour De France merupakan contoh yang jelas bahwa buah yang dapat kita rasakan nikmatnya dari hasil kerja keras. Padahal saat Lance Armstrong diperiksa di Austin, texas, didiagnosa terdapat kanker di tubuhnya, dan dia bisa saja menarik diri dari lomba yang sangat bergengsi itu. Seharusnya dia mengobati kankernya dan beristirahat total sampai sembuh atau sampai kematian menjemputnya. Akan tetapi, ingin dapat bertahan hidup dan menjadi pemenang. Setelah Lance Armstrong memenangi pertandingan dengan kondisi sakit, banyak yang beranggapan bahwa sebenarnya cita-citanya memenangi Tourde francelah yang membantunya menyembuhkan dirinya dari kanker.

Mungkin kisah seperti Lance Armstrong banyak di dunia ini. Bisa jadi lebih mengharukan dan mereka berjuang lebih keras lagi untuk meraih mimpi-mimpinya. Satu hal yang pasti, yaitu orang di

lahirkan ke dunia ini dengan memiliki bakat fisik dengan berbeda satu dengan lainnya. Seperti Lance Armstrong yang memiliki bakat yang luar biasa dibidangnya. Ada juga beberapa orang yang terkenal di bidangnya seperti Cristiano Ronaldo, Valentino Rossi, di bidang music misalnya ada sang maestro pop Michael Jordan. Kelebihan di bidang penampilan dan acting ada Julia Roberts dan lain sebagainya.

Tidak ada satu pun orang yang tidak punya bakat, semua orang memilikinya, tua maupun muda. Persoalannya diketahui atau tidak bakatnya itu. Karena tidak sedikit orang yang tidak menyadari bahwa dirinya maupun untuk bidang tersebut. Setelah merasa mampu dan memiliki kelebihan di bidang tersebut, tinggal bagaimanakita memanfaatkan bakat yang kita miliki itu. Inilah tantangan besarnya, yaitu kita harus kerja keras mengembangkan bakat yang kita miliki. Kebanyakan orang yang tidak sukses karena mereka malas untuk bekerja keras dalam mengembangkan bakatnya. Banyak orang yang tidak pernah bekerja keras mengejar tujuannya, namun hanya membicarakannya. Mereka telah menentukan pilihan minatnya, lalu berhenti sampai di situ.

Sukses adalah sebuah proses kerja keras secara simultan, bukan sebuah peristiwa atau kejadian yang terjadi begitu saja tanpa diduga atau di rencanakan sebelumnya. Dan kerja keras membuat kita bisa mengatasi banyak kekurangan, sekaligus setiap rintangan ketika kita melangkah setahap demi setahap ke jenjang keberhasilan.

Untuk menyadarkan kita akan pentingnya sebuah kerja keras dalam proses meraih sukses, bangunlah atau bergabunglah dengan lingkungan yang menyadari pentingnya hal ini. Karena menurut Kazuo Murakami, lingkunganakan membantu kita dalam menyalahkan gen-gen yang bermanfaat. Lingkungan yang menghargai kerja keras (2007: 96).

Dan dibidang pemasaran, kita tidak perlu menghabiskan banyak uang untuk memasarkan produk, ide, atau karya-karya kita kepada orang lain, melainkan dibutuhkan Kerja keras. Kebanyakan orang tidak memiliki cukup uang untuk bisa menja Lankan pemasaran yang besar. Mereka yang menghabiskan banyak uang untuk penasaranbiasanya adalah perusahaan-perusahaanbesar yang punya banyak uang untuk dihamburkan, atau pembisnis malas yang takut untuk bekerja keras. Kita akan dapat keuntungan hanya bermodalkan kerja keras, yaitu jika tidak berhasil kita tidak rugi apa-apa namun dapat pelajaran dan pengalaman yang berharga. Selanjutnya kita hanya perlu belajar dari kesalahanitu, kemudian maju lagi dengan energy kerja keras yang lebih.

Mencintai Tantangan

Kazuo Murakami bilang, bahwa kita memiliki potensi yang sangat besar, tetapi untuk menyalurkan potensi itu,terkadang kita harus berada dalam kondisi yang tersudut (2007:102). Hal ini pun berlaku untuk *Marketing Your Self*,yaitu ketika seseorang dalam kondisi yang terdesak maka ia akan melakukannya dengan kemampuannya lebih.Ada kekuatan lebih ketika dia terpepet atau terdesak.Misalnya saja ketika kita tidak bisa mengerjakan tugas dengan alokasi waktu yang sudah disepakati beberapa minggu. Namun tugas tersebut tidak bisa kita kerjakan sampai menjelang *deadline* pengumpulan. Karena terdesak harus mengumpulkan, tiba-tiba muncul kekuatan dalam diri kita yang tadinya tidak bisa menjadi bisa, dan akhirnya selesailah tugas tersebut dalam beberapa malam saja.

Itulah manusia ketika dalam kondisi yang kepepet dia akan mendapatkan kemampuan lebih. Oleh karenanya, ketika kita ingin maju dan memiliki kemampuan yang terus bertambah, tempatkanlah diri kita pada posisi yang sulit. Dengan kondisi



seperti ini, kita akan menemukan cara-cara baru atau ilmu-ilmu baru untuk mengatasi kondisi sulit ini. Dengan kata lain jika kita ingin sukses mencapai tujuan, kita harus mencintai tantangan. Dengan mencintai tantangan berarti kita sedang mencintai proses sukses di dalamnya.

Kalau kita sudah senang dengan tantangan, terlebih lagi senantiasa menciptakan tantangan, berarti kita sedang melakukan investasi masa depan. Dengan adanya tantangan berarti jiwa raga ini di uji mental, skill, dan kemampuan-kemampuan lainnya. Kalau diri kita merasa tidak sanggup untuk mengerjakannya, maka kondisi ini akan menyadarkan kita untuk belajar dan berlatih agar bisa mengatasi tantangan tersebut. Dengan demikian berarti kita menjadi memiliki kemampuan yang bertambah dan lebih dibandingkan dengan sebelumnya, atau dengan orang lain yang senantiasa mencari aman.

Tantangan akan membuat kita terus bergerak dan berlatih meningkatkan kualitas kemampuan diri kita, yaitu risiko yang memaksa kita berjuang lebih keras lagi untuk mencapai tujuan kita. Berbeda ketika kita sudah merasa enak dan nyaman dengan posisi atau kondisi kita sekarang alias sudah merasa enak *comfort zone*. Berarti kita sudah puas dengan kemampuan, atau kemampuan kita tidak diperbaharui dengan ujian-ujian yang terus memaksa kita untuk memiliki kemampuan yang bertambah.

Atau ketika tidak ada tantangan yang menantang kita, kita usahakan untuk menciptakannya. Karena ketika kita menciptakan tantangan berarti kita memiliki keinginan-keinginan yang bebas, keinginan yang digunakan sebagai kekuatan yang membawa kita pada hasrat dan mimpi-mimpi kita. Ciptakanlah tantangan sebanyak-banyaknya sebagai tujuan hidup kita. Inilah yang membuat kita tetap bergairah dalam menjalani rutinitas sehari-hari.

Kita selaku manusia akan diuji kualitasnya melalui setiap tindakan yang kita lakukan. Benar atau salah dari tindakan yang kita lakukan. Benar atau salah dari tindakan yang kita lakukan itu bukan penilaian utama, ketika benar berarti kita hanya mendapatkan ilmu darinya, sementara ketika mendapatkan tindakan yang salah berarti kita akan mendapatkan ilmu yang lebih dari kesalahan yang kita lakukan.

Inilah tujuan kita untuk menjadi manusia pembelajar dalam setiap tindakanyang kita lakukan. Semakin banyak tindakan yang kita lakukan masa akan semakin berlimpah pengalaman, ilmu, wawasan yang kita dapatkan. Dengan sendirinya kita semakin kaya dengan kemampuan yang kita miliki. Ketika kita memasarkan kepada orang lain, orang akan langsung percaya akan kualitas kompetensi yang kita kuasai.

Jadikanlah tantangan ini sebagai tujuan dan merupakan bentuk keberadaan diri - kadang-kadang ia merupakan cara membawa diri, arah atau visi, tetapi bukan akhir dari perjalanan. Adapun target, cita-cita, dan sasaran adalah pijakan yang membimbing kita menuju tujuan-tujuan kita. Mereka merupakan cerminan strategi dari tujuan yang memadukan antara keberadaan diri dan visi yang kita pilih.

Dalam perjalanan kita untuk mengembangkan diri, untuk membawa keberadaan diri ke tingkat yang lebih tinggi, apa pun perubahan yang terjadi tujuan utama kita tetap menumbuhkan dan mengembangkan diri sebagai manusia. Kita melakukan dan kita mengejar tujuan kita yang terbaik, diri kita yang sejati, diri kita yang terbaik.

Yakinlah bahwa kita bisa meninggalkan setiap topeng dan menjadi diri kita yang sesungguhnya. Jadilah diri kita yang terbaik, maka secara otomatis kita akan melakukan yang terbaik dan mendapatkan hasil baik pula. Salah satu pelajaran hidup

yang harus dipelajari untuk meraih sukses sejati dan kekal adalah memusatkan perhatian pada upaya mengejar untuk menjadi lebih. Secara alamiah, ini akan meningkatkan kita.

Dengan membangun tantangan ini, kita secara otomatis akan meraih diri yang sejati. Karena di sini kita akan mengolah jam, memanfaatkan hari, dan memaksimalkan minggu dari yang tadinya biasa menjadi benar-benar bermakna. Semakin kuat upaya kita mengejar tantangan kita, semakin pemahaman kita tentang diri dan hidup kita, semakin efektif kita dalam meraih sukses yang sejati.

Tony Wilson berkata, hanya ada dua kondisi sejati di alam ini yaitu hijau dan berkembang atau masak dan busuk. Sarannya, pilihlah hijau dan berkembang. Dengan memilih hijau berarti kita menjadi diri kita yang terbaik sebagai tujuan utama kita. Jangan memilih masak dan membusuk, ini sangat instan dan tidak akan tahan lama ketimbang yang hijau.

Jalan perkembangan kita untuk mencintai tantangan yang sejati, dalam beberapa hal, berarti mengenali diri kita yang bebas, tangguh dan mampu memilih respons dalam menyikapi lingkungan kita. Mengalami dan memiliki sifat-sifat seperti ini merupakan tahapan menuju pengembangan diri.

Kita telah diberi kebebasan yang besar dan hal ini memungkinkan kita lebih percaya diri dalam mempertahankan keinginan kita. Pada gilirannya keinginan kita. Pada gilirannya ini akan meningkatkan penghargaan diri dan kebebasan kita. Tren ini terus berlanjut, dan saat ini semakin banyak orang yang merancang, menciptakan, dan menjalani tantangan. Sebagai makhluk yang di bekali potensi lebih, kita perlu memiliki tantangan di dalam hidup karena ia sebetulnya sudah terprogram di dalam gen kita.

Meskipun kita berusaha untuk menghindari tantangan, ketahuilah bahwasannya jalan kehidupan akan selalu berbatu-

batu. Di depan sana yang akan kita lewati, sudah menunggu tantangan untuk diatasi dan pertempuran untuk di menangkan. Mengatasi tantangan adalah bagian dari proses belajar melalui pengalaman hidup.

Apabila kita punya perasaan kuat bahwa kita memiliki keyakinan yang kuat, momentum tersebut akan membantu kita untuk terus melangkah menghadapi rintangan atau pengalaman yang paling sulit. Tanpa rasa memiliki keyakinan, sedikit kesulitan atau kerikil saja sudah cukup untuk membuat kita kehilangan konsentrasi dan jatuh ke dalam kemunduran.

Apapun bentuknya, semakin kuat tantangan yang di rasakan, semakin kuat pula kekuatan untuk menaklukkan tantangannya, dan semakin luar biasa pula efek positif yang akan kita dapatkan. Orang-orang seperti Nelson Mandela, Mahatma Gandhi, Bunda Teresa, dan Malcom X, dan beberapa orang hebat yang namanya dikenang sepanjang masa karena mereka senantiasa menciptakan dan mencintai tantangan. Dan mereka yang menyalurkan gairahnya ke dalam pekerjaan atau profesi, senantiasa membuat tantangan-tantangan baru. Hasilnya mereka selalu meraih hasil yang lebih besar di bandingkan dengan mereka yang hanya bekerja sebagai rutinitas biasa, terlebih mereka yang orientasi kerjanya untuk uang.

Jika kita berorientasi pada penciptaan atau ingin menghasilkan sesuatu yang baru dengan membuka tantangan sebanyak-banyaknya kita tidak akan bosan dengan pekerjaan atau profesi kita. Sebaliknya jika kita monoton dalam bekerja tidak ada tantangan atau hal-hal baru, di jamin kita akan tidak produktif, loyo, tidak semangat ketika berangkat kerja dan lain sebagainya.

Memang da sebagian orang bahkan setiap orang bahwa tujuan mereka bekerja lebih terpusat pada penghasilan. Dengan semakin bertambah penghasilan maka semakin tercukupi kebutuhannya.

Padahal yang namanya kebutuhan tidak akan pernah berhenti atau menurun, namun terus melonjak naik tidak terkejar. Sementara dengan mencintai tantangan akan terbuka peluang-peluang lainnya, dan pendapatan pun akan dengan sendirinya mengalir ke kas kita. Seperti yang disarankan seorang guru yang gelisah dengan kondisi pendidikan di tempatnya mengajar.

Dahulu, saya seorang guru, tetapi saya kecewa dengan sistem dan kualitas pendidikan yang kita berikan untuk anak-anak. Saya memutuskan bahwa saya ingin memberikan lebih dari itu untuk anak-anak saya; saya ingin memberi mereka pendidikan tentang hidup – membawa mereka ke berbagai tempa, menunjukkan pada mereka sedikit tentang dunia, memperkenalkan mereka pada kebudayaan, dan keyakinan yang berbeda.

Saya tahu bahwa itu membutuhkan biaya yang cukup dan hampir mustahil dilakukan dengan hanya mengandalkan gaji guru, jadi saya mulai mencari cara lain untuk mendapatkan penghasilan seperti itu. Salah seorang teman saya sangat berhasil sebagai wiraniaga dan saya pikir jika ia bisa melakukannya, saya pun bisa.

Tentu saja, awalnya saya kurang berhasil; saya tidak menyukainya dan hampir saja menyerah dan kembali mengajar. Akan tetapi, dengan mempertahankan kesadaran bahwa saya melakukannya untuk keluarga saya, saya memperoleh semangat dan kekuatan yang belum pernah saya rasakan, dan secara bertahap membantu saya melangkah melewati semua keterbatasan diri dan maju menuju sukses.

Pria itu akhirnya memahami jalan yang diambilnya. Ia akhirnya menguasai apa yang diimpikan dan sedang dilakukannya. Banyaknya pendapatan yang didapatkannya jauh dengan pengorbanan yang telah dikeluarkannya. Dia mencintai tantangan dengan seperti itu dia akan menerima keuntungan setiap tahunnya. Saat usianya kira-kira 42 tahun, ia sudah kaya braya, dan bersiap-siap untuk mengurangi kegiatannya dan membawa keluarganya berjalan-jalan mengelilingi dunia (dalam Mayne, 2005: 204-205).

Agar kita lebih yakin ketika kita mencintai tantangan, cobalah renungkan pesan dari Charles Reade ini, "Taburlah tindakan, maka engkau akan menuai kebiasaan. Taburlah tindakan, maka engkau akan menuai karakter. Taburlah karakter, maka engkau akan menuai nasib." Teruslah melakukan *Marketing Your Self* sebagai bentuk tindakan kita, dengan seperti ini kita termasuk orang-orang yang senantiasa menyiapkan tantangan guna memajukan ke jenjang yang lebih tinggi.

Kalau kita merasa tidak siap untuk menghadapi tantangan, terlebih menciptakan

Tantangan - tantangan karena takut gagal melewatinya, cobalah untuk memasukkan pikiran positif ketika kita menghadapi tantangannya. Misalnya, "Yakin aku pasti bisa mengatasinya." Atau apa pun reaksinya yang bisa membangkitkan semangat dan menumbuhkan keyakinan dalam diri dalam melewati tantangan.

Memasukkan pikiran pikiran positif kita telah berhasil meningkatkan positif dalam otak kita yang selanjutnya diteruskan ke fisik kita kekuatan cara berpikir positif ini sering kita lihat pada saat seseorang jatuh sakit ada banyak aspek mekanisme penyembuhan alami yang tidak dapat kita mengerti namun yang jelas bahwa gen memainkan peran yang tidak tergantikan dalam memunculkan keyakinan ini (Murakami, 2007; 63)

Ketahuilah pikiran memiliki pengaruh yang sangat besar pada setiap orang seperti yang diungkapkan bahwa kegagalan atas ujian atau kehilangan pekerjaan bila diartikan dengan positif akan diterima dengan rasa syukur dengan mengubah pikiran negatif menjadi positif ini akan terjadi perubahan ke arah yang baik sehingga kita membantu kita dalam memperdalam masalah yang sedang kita hadapi untuk membuat kita lebih bersimpati terhadap penderitaan orang lain.

Dorongan Untuk Menjadi Lebih

Setelah kita bisa melewati setiap tantangan, baik yang kita ciptakan ataupun ada atau muncul dari orang lain, berarti kita telah meningkatkan kompetensi dibidang kita. Selanjutnya tinggal bagaimana kita memaksimalkan atau mengembangkan potensi tersebut sehingga menjadi *skill* yang mumpuni. Pikirkanlah ketika melakukan atau mengerjakan pekerjaan apapun untuk lebih atau maksimal. Jangan asal mengerjakan untuk mengajar selesai itu sudah biasa. Namun juga mengajarkannya lebih itu baru luar biasa. Dan kita pun akan memiliki rasa kepuasan tidak terkira mahalnyanya.

Seperti halnya tantangan, rasa ingin lebih dari orang lain pun kita miliki sejak kita dilahirkan ke dunia ini. Sejak kecil kita sudah ingin kelihatan lebih dibandingkan dengan anak kecil lainnya atau teman sepermainan. Misalnya dalam pakaian, mainan, prestasi, dan kepemilikan lainnya ingin kelihatan lebih hebat dari punya orang lain. Prinsip Ingin Lebih dari orang lain ini pun sampai sekarang tidak pudar, bahkan cenderung lebih kuat dibanding sebelumnya. Kalau tidak percaya cobalah tanya pada diri kita sendiri, kemudian Jawablah dengan jujur.

Bohong kalau kita tidak memiliki keinginan untuk menjadi lebih dari orang lain. Karena setiap orang didorong untuk menjadi lebih, begitu kata Mayne (2005: 154). Sejak kita lahir kekuatan

kekuatan penggerak untuk menjadi lebih ini sudah mulai aktif bekerja. Penggerak penggerak untuk lebih ini telah membentuk tempat penyimpanan yang mendorong kita untuk melangkah maju kapanpun.

Menjadi orang yang memiliki kelebihan lebih dibandingkan orang lain merupakan dorongan alamiah kita. Itu sebabnya, begitu banyak orang yang merasa hebat ketika mereka berjuang meraih sesuatu, kemudian berhasil meraihnya. Namun mereka merasa hambar, tidak puas, dan gelisah, seakan-akan ada sesuatu yang hilang dari hidupnya jika tidak berasal dari apa yang direncanakannya.

Pada permulaan abad ke-20, Abraham Maslow berkata, manusia hanya benar-benar bahagia jika ia merasa sedang mengalami kemajuan dan menjadi lebih. Dan disitulah letak kunci penting yang dicari banyak orang. Oleh karenanya bekerjalah mengikuti arus evolusi yang alamiah dengan berusaha untuk menjadi lebih, dan bukan berusaha untuk menjadi lebih banyak.

Belajarlah kepada orang-orang besar tidak lahir sebagai orang besar. Mereka meraih semua kebesaran itu dengan mengeluarkan membentangkan kemampuan terbaik mereka, dan bergerak mengerjakan tugas-tugasnya dengan kemampuan yang lebih. Mereka bekerja tidak asal, mereka betul-betul menjiwai setiap tugas dan pekerjaannya. Maka hasilnya pun di atas rata-rata berusahalah menjadi diri yang terbaik. Berlombalah dengan diri kita dan bekerjasamalah dengan orang lain. Dengan berusaha menjadi diri kita yang terbaik, otomatis kita akan melakukan yang terbaik yang secara alamiah akan membawa kita meraih hasil terbaik.

Memelihara hubungan

Hal lain yang harus kita pelihara adalah menjaga keberhasilan kita dalam *Marketing Your Self* adalah memelihara hubungan. Hubungan ini seperti seekor ikan predator sebut saja ikan hiu yang mengha-ruskannya untuk senantiasa bergerak mencari mangsa. Karena kalau dia berhenti mencari sumber makanan, maka ia tidak bisa melangsungkan hidupnya. Hal yang sama pun dalam *Marketing Your Self*, ketika kita berhenti menjaga hubungan, maka kita telah memutus mata rantai Kesuksesan kita menurut Woody Allen, hubungan adalah salah satu kunci bagi Kesuksesan kita.

Memang diakui dan dirasakan bahwa prestasi-prestasi kita sekarang akan membawa kita mencapai apapun yang kita inginkan di kemudian hari. Namun dua hal yang kenal sepanjang Kita hidup adalah jati diri dan hubungan kita dengan orang lain, yaitu orang-orang yang penting bagi karir masa depan kita. Adapun Jati Diri adalah karakter atau sikap mental kita yang harus terus kita asah agar sesuai dengan harapan dan menambah nilai plus ketika memelihara hubungan dengan orang lain.

Ketika kita berinteraksi dengan orang lain, tentunya kita merasakan berbagai macam tingkatan hubungan, dari yang paling pribadi hingga yang murni professional. Sediakanlah waktu untuk membina dan membuat hubungan yang mendukung kita. Ketahuilah tidak ada investasi lain yang lebih memuaskan dan membuat kita untung di masa yang akan datang.

Membangun hubungan yang kuat adalah sebuah proses yang harus dilakukan secara terus-menerus. Begitu kita lalai membangun hubungan yang baik, maka hubungan-hubungan itu akan memburuk. Dan kita dengan seperti ini berarti telah meruntuhkan jembatan yang menghubungkan antara kita dengan orang lain. Jembatan penghubung ini misalnya percakapan atau pertanyaan-pertanyaan tentang kebiasaan sehari-hari orang lain.

Atau obrolan obrolan yang bisa memicu obrolan yang hebat. Percakapan-percakapan ini akan membuat titik awal yang bagus dalam bisnis Hubungan selama berbulan-bulan, bertahun-tahun dan selanjutnya. Dengan senantiasa kita menanyakan kabar atau hal-hal lain yang mereka merasa diperhatikan oleh kita, berarti kita telah membuat orang tersebut merasa disambut dan dilibatkan sejak awal. Lebih baiknya lagi, kita tahu keadaan mereka, pekerjaan yang sedang diselesaikannya, atau masalah yang sedang dihadapinya. Hal-hal sepele seperti ini seringkali dilupakan, namun efeknya luar biasa.

Membina hubungan yang kuat adalah bahan bakar untuk mencapai tujuan kesuksesan. Mimpi-mimpi dan gairah kita menjadi penyokongnya. Dan ambisi, keteguhan hati, dan dedikasi merupakan komunikasi yang membuatnya berjalan, tetapi hubungan-hubungan Kitalah yang menyatakan keseluruhan pesawat roket itu. Dan hubungan-hubungan inilah yang pada akhirnya membuat perjalanan itu layak ditempuh (DePorter, 2007:102)

Namun Membangun hubungan yang kuat membutuhkan fokus dan kesungguhan yang terjaga kekonsistennya. Sangat berat kalau dihitung secara matematis, namun dibalik kerja keras dan konsistensi memelihara hubungan, kita telah berinvestasi untuk jangka panjang. Dengan demikian, kita akan menerima bonus atau keuntungan dari investasi kita masa yang akan datang.

Kalau di inventarisir, membuat atau memelihara hubungan yang dalam, kuat, dan penuh makna dengan orang lain baik itu atau atasan kita, teman seprofesi atau kolega-kolega baru kita, maka hal itu akan membuat kita:

- Semakin dekat dan mereka senantiasa berada di sekitar kita ketika dibutuhkan. Bahkan tanpa diminta bantuan pun mereka akan dengan senang hati membantu kita;

- Senantiasa terjaga keharmonisan dalam bekerja, sehingga suasana Kantor atau ritme pekerjaan semakin menyenangkan
- Visi dan mimpi-mimpi yang harus dikejar semakin mudah karena sudah terjalin kerjasama dan *team work* yang solid;
- Semakin menambah saudara teman atau relasi yang banyak;
- Semakin terbina hubungan, maka kita akan mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan wawasan atau pengetahuan kita.

Terlebih dengan *Marketing Your Self* yang frekuensi bertemu dengan orang lain, baik itu orang yang sudah kita kenal ataupun orang baru, sekalipun begitu tinggi sangat dianjurkan untuk menjaga baik-baik hubungan yang sudah terjalin ataupun yang sedang dirintis. Buatlah hubungan sebanyak-banyaknya dengan siapapun, karena dengan demikian membuat referensi kita menjadi semakin banyak.

Melipatgandakan Kegagalan

Dalam memasarkan produk kendala utama adalah gagal menjual inilah faktor utama yang senantiasa menghantui para penjual. Mereka kesusahan menjual dari barang yang berkualitas sekalipun. inilah masalah utama yang akan kita rasakan ketika melakukan *Marketing Your Self*, ditolak, diacuhkan, sampai dilecehkan itu akan menjadi makanan sehari-hari dan ini pastinya akan merusak mental kita yang akhirnya menjadi down sehingga tidak mau lagi melanjutkan perjuangannya.

Ketika kita menyebutkan kata gagal apa yang kita rasakan? Rasa bersalah? Malu? Tidak cakap? Yang pasti bukanlah gambaran yang menyenangkan. Kegagalan adalah label yang kita rekatkan pada usaha yang tidak berhasil lebih ekstremnya lagi, kata

kegagalan ini seringkali kita kaitkan dengan ketidakmampuan. Dan ketika kita merasakan kegagalan ini lebih parahnya lagi kita seringkali menghina, melecehkan diri sendiri. Akhirnya diri kita ini betul-betul jatuh tidak bisa bangkit lagi.

Ya, disadari atau tidak dengan otomatis ketika kita gagal, kita langsung mengirimkan pesan-pesan negatif kepada diri sendiri. Pesan-pesan yang merontokkan mental itu telah mengecilkan hati kita untuk mencoba lagi. Karena di dalam benak kita sudah tertanam kuat bahwa jika kita mencoba maka kita mengambil risiko gagal lagi.

Memang benar jika kita berhenti mencoba untuk melakukan *Marketing Your Self*, kita tidak akan merasakan kegagalan lagi. Pemikiran ini salah besar. Dengan tidak menyalahkan lagi untuk mencoba yang kedua, ketiga, dan seterusnya, berarti kita telah membuang peluang emas untuk mencapai sukses.

Padahal ketika kita gagal untuk yang pertama, itu kita sudah mendapatkan kesuksesan satu kali. Disebut gagal karena ekspektasi kita, ingin sekali sukses begitu melangkah, yang menjadi impian utamanya harus di sadar ketika kita mencoba kemudian gagal kita akan mendapatkan ilmu pengalaman dan strategi-strategi baru yang tidak akan kita dapatkan ketika kita tidak mencobanya. Jadi untuk mencapai sukses dalam *Marketing Your Self*, kita harus bersedia jatuh beberapa kali.

Coba kita ingat-ingat masa kecil dulu setelah kita lahir ke alam dunia ini, kemudian berkembang menjadi anak-anak. Kita akan melakukan berbagai aktivitas ketika kita masih kecil. Inilah kegagalan tidak membebani kita untuk melangkah terhadap hal-hal yang kita impikan waktu itu. Sewaktu kecil mungkin masih ingat kita tidak mengenal kata gagal dan kegagalan, bukan sesuatu yang begitu mengerikan dan pada saat kita dewasa lah atau semenjak kita akrab dengan kata kegagalan, kita banyak

menyimpan informasi tentangnya yang membuat kita menjadi terbelenggu.

Sebenarnya kita bisa melawannya dengan bagaimana kita memikirkan tentangnya. Kalau kita menganggapnya sesuatu yang menyeramkan, atau membuat kita takut maka benar kita akan takut selamanya. Untuk mencoba sebaliknya ketika kita yakin tidak ada istilah gagal dalam kamus hidup kita. Adapun usaha yang belum berhasil ketika dicoba untuk dilakukan itu bukan gagal, melainkan keberhasilan. Ubahlah *mind set* kita untuk membentuk kata gagal dengan sukses. Dengan seperti ini kita telah memberikan kekuatan dalam diri kita.

Menurut De Porter, saat kita gagal kita mengalami dua macam konsekuensi yaitu konsekuensi internal dan konsekuensi eksternal. Konsekuensi eksternal adalah apa yang terjadi di dunia luar yang berpengaruh terhadap kegagalan kita. Sementara konsekuensi internal adalah apa yang terjadi di dalam diri kita (2007: 117). Misalnya gagal pada ujian matematika, konsekuensi eksternalnya adalah nilai buruk dan mungkin dimarahi orangtua. Konsekuensi internalnya adalah setan berbisik pada kita “kamu itu tidak bisa matematika, kamu bodoh!” dan omongan ini terus terngiang di telinga kita yang akibatnya nilai buruk itu muncul lagi.

Kegagalan yang disebabkan dari eksternal ini biasanya hanya menimbulkan efek yang kecil, bahkan seringkali tidak penting dan konsekuensi internal lah yang seringkali mendominasi lahirnya faktor-faktor kegagalan. Ditambah lagi dengan kesalahan kita dalam memandangnya yang bisa membuat konsekuensi internal menjadi sangat besar. Bahkan seakan-akan mengancam keberlangsungan hidup kita. Sebuah kegagalan yang sebetulnya tidak berarti apa-apa, karena dilihatnya terlalu berlebihan akan begitu berpengaruh terhadap langkah-langkah kita dalam meraih sukses.

Kebanyakan dari masyarakat memandang, kegagalan secara negatif begitu gagal ketika mencoba merasa sudah berakhir dan tidak ada peluang lagi untuk meraihnya. Kita cenderung enggan mencoba hal-hal baru. Alih-alih berani mengambil risiko kita seringkali langsung mundur dari zona tersebut. Dan kembali ke mana yang lebih nyaman, sudah dikenal, dan terbukti untuk menghindari sakit hati atau malu karena gagal kita berhenti berjuang. Kemudian beralih dengan seperti ini berarti kita telah membiarkan peluang besar meninggalkan kita

Sebenarnya di dalam kegagalan terdapat kekuatan yang luar biasa, caranya ialah kita harus mengubah cara pandang kita tentang kegagalan. Mulailah untuk belajar melihat bahwa kegagalan sebagai sebuah anugerah bukan musiba. Yakinilah bahwa kegagalan bukan sekadar salah satu jalan atau kesuksesan yang tertunda, melainkan satu-satunya jalan menuju tangga keberhasilan.

Dalam beberapa kasus, pembelajaran yang efektif kegagalan sangat penting dan dibutuhkan untuk menguji ketahanan mental. Kegagalan akan membuat kita untuk kembali belajar dan yang namanya belajar berarti kita harus mengambil risiko gagal. Apakah kita gagal atau tidak, keberanian dalam mengambil risiko itulah pendorong kita untuk tetap mau melangkah. Meskipun kita tahu di depan tanah belum pasti akan seperti apa hasilnya.

Segeralah untuk mengubah mindset bahwa yang namanya pengalaman gagal adalah cara yang paling cepat untuk belajar. Kegagalan secara luas memperbaiki kendala kita untuk sukses dalam jangka panjang, karena ia akan menyampaikan kepada kita apa saja yang harus dilakukan dan apa yang tidak dilakukan selanjutnya.

Menurut Bobbi De Porter, ketika kita mendiagnosa kegagalan kita dan menyelidiki di mana letak kesalahannya, kita mengajari

diri kita sendiri dengan mencoba-coba bagaimana menjalankannya dengan benar. Kesalahan-kesalahan yang pernah kita lakukan telah memberikan hadiah istimewa untuk kita. Dan ini akan bisa didapatkan hanya orang yang berani mengambil resiko untuk gagal. Namun percayalah tidak ada dua orang yang gagal dengan cara yang persis sama. Kegagalan kita adalah laboratorium kehidupan pribadi kita di lab itu. Kita bebas membuat penemuan-penemuan dan memelihara peta kesuksesan hidup kita.

Kehidupan adalah serangkaian hasil kata Simone Garthers kata tes psikologi dan konsultan bisnis. Misalnya ketika kita mengerjakan sesuatu pekerjaan, kadang-kadang hasilnya sesuai dengan apa yang kita inginkan. Lalu selidikilah apa yang kita lakukan dengan benar sehingga berbuah sukses. Ingat-ingatlah cara ketika melakukannya, tetapi kadang-kadang ada juga yang hasilnya tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Begitu mengetahui seperti ini, selidikilah cara-cara atau strategi yang kita pakai. Namun keliru dengan seperti ini, kita tidak akan memakainya lagi untuk kedepannya.

Dan satu-satunya yang namanya gagal adalah kita benar-benar gagal, ketika kita gagal untuk belajar dari kesalahan yang kita perbuat. Renungkanlah kata-kata Thomas Watson, seorang presiden sekaligus pendiri IBM, bahwa untuk meraih sukses gandakan tingkat kegagalan kita banyak kegagalan berarti kita akan banyak tahu dengan demikian kemampuan diri ini akan meningkat.

Begitupun dengan *Marketing Your Self* yang sedang kita lakukan, semakin banyak kegagalan maka akan semakin sukses kita dengan kegagalan itu. Kita akan dibekali dengan ilmu-ilmu baru yang tentunya tidak akan kita dapatkan kalau kita tidak siap mengambil risiko.

Inilah yang dimaksud dengan manusia yang senantiasa belajar. Belajar tidak hanya di dalam kelas, atau menghafal materi perkuliahan, atau sekolah, tetapi terhadap kasus kegagalan yang kita alami pun akan terjadi proses pembelajaran. Maka jadilah manusia pembelajar yang tidak bosan untuk belajar. Karena dengan belajar kita telah mempersiapkan diri dalam menghadapi masa depan. Jika kita tidak menghiraukan masa depan, kita tidak akan memperoleh apa-apa begitu kata Henry Ford.

Semakin banyak pengetahuan dan pengalaman yang kita miliki dalam bidang tertentu, semakin mudah kita belajar lebih banyak pada saat yang sama. Semakin meningkat pengetahuan dan pengalaman kita, meningkat pula kesadaran kita tentang banyaknya hal yang masih perlu dipelajari. Itulah sebabnya orang-orang arif seringkali rendah hati (Gelb, 2005: 137).

Apapun yang sudah kita kuasai sebagai nilai keunggulan kita diluar sana tetap masih banyak yang harus kita pelajari dan kuasai. Dan potensi kita untuk menjadi lebih baik atau lebih hebat dari orang lain, benar-benar tidak terbuka, tidak terbatas, memiliki komitmen untuk menjadi lebih baik, dan lebih baik lagi, sekaligus menyadari bahwa kita memiliki peluang untuk menjadi lebih baik setiap kali kita mau mengambil risiko.

Ada beberapa cara dalam menjadikan diri kita sebagai manusia pembelajar. *Pertama*, jangan puas dengan keunggulan diri kita yang sudah dimiliki. Tingkatkan terus keunggulan-keunggulan kita dibanding orang lain, sebagai standar mutu yang tinggi. Inilah yang dinamakan sebagai orang yang professional, yaitu menjaga kualitas diri dengan terus melatih dan memperhalus mutu secara teratur.

Kedua, Uji teruslah kompetensi yang kita miliki. Semakin sering kita menguji kompetensi kita, maka semakin terus diasah diri kita sendiri. Tidak hanya itu manfaat yang bisa kita dapatkan.

Dengan mengujinya ialah kita akan mengetahui sampai dimana kemampuan kita. Misalnya dengan ikut lomba, ikut testing, sesuai dengan minat dan bakat dan lain sebagainya.

Ketiga, catatan diri. Usahakan memiliki diary atau catatan sebagai agenda atau ide-ide yang menjadi pekerjaan rumah kita. Untuk segera diselesaikan buku atau agenda ini nantinya akan membantu kita dalam merancang dan mengevaluasi diri, memanfaatkan catatan ini untuk merekam semua informasi tentang perkembangan lembaga, atau bidang yang menjadi minat sasaran dan lain sebagainya.

Jangan Dulu Puas!

SETELAH kita berhasil melakukan *Marketing Your Self*, kemudian kita menjadi salah satu karyawan, menjadi mitra, atau konsultan, atau mendapat proyek untuk mengerjakan pekerjaan perusahaan yang intinya kita telah dipercayai olehnya. Selanjutnya kita menjaga kepercayaan dan berusaha semaksimal mungkin memuaskan dari yang diharapkannya.

Tugas kita sekarang adalah tinggal bagaimana mengukir prestasi, dan meningkatkan kecerdasan, ketika melihat peluang-peluang yang bisa kita kerjakan. Tidak hanya itu, ketika ada peluang bagus, harus bagaimana *follow up* nya. Kita pun diharapkan jangan berhenti mencari atau membuat ide dalam pengembangan karir dan lain sebagainya.

Kedua prinsip ini adalah tuntutan utama dalam dunia perusahaan saat ini. Meskipun kita memiliki kualifikasi bagus nilai akademis yang di atas rata-rata kedua hal ini hanyalah persyaratan minimum untuk mendapatkan pekerjaan. Kita boleh mengantongi gelar master dari Universitas atau perguruan tinggi ternama, memiliki kecerdasan intelektual, dan riwayat hidup yang orang kita membacanya langsung tergiur untuk merekrut kita, namun itu hanya nampak dalam luar diri kita, di balik itu kita harus memiliki kecakapan mental dalam memelihara karir. Inilah yang dinamakan kecerdasan emosional dalam mengatur irama bekerja.

Kita bisa jadi memiliki pekerjaan yang layak, sesuai dengan impian kita. Dan untuk mengembangkan karir kita selain yang dua tadi, kita butuh kualitas kepemimpinan. Tanpa kualitas kepemimpinan *leadership* resensi kita tidak mungkin naik ke jabatan Puncak di perusahaan kita sekarang atau di organisasi

yang baru (Voros 2006: 31) bahkan kita mungkin terjebak dalam jabatan saat ini tidak pernah naik tahta, atau bahkan diberhentikan karena dinilai tidak berprestasi.

Seperti yang dikatakan chuck sweet, seorang presiden A.T. Kearney Executive Search yang menyatakan semakin tinggi jabatan kita dalam sebuah perusahaan, semakin tinggi tanggung jawab dan mental yang diperlukan. Para pimpinan sebuah perusahaan mengharapkan kita yang dengan pendidikan tinggi, kaya pengalaman catatan kesuksesan, juga keterampilan interpersonal dan karisma. Menurut Voros, banyak orang yang cerdas untuk menjadi CEO, namun yang membedakan calon yang pantas adalah mereka yang memiliki arti presence.

Siapun yang ingin tetap Survive di era persaingan yang hebat ini, bahwa kekuatan berpikir dan prestasi semata-mata hanyalah sebagai syarat standar. Lebih dari itu sekarang ini kita membutuhkan *unlimited of spirit*, penampilan personal dan keterampilan berkomunikasi untuk meraih Pemandangan dalam berkarir.

Menurut Jacques P. Andre bahwa *leadership presence* adalah suatu aura yang didasarkan pada kerapian pakaian, jabatan tangan, gaya berkomunikasi, semangat, dan Karisma yang menyimpan kesan bagi orang lain. Kualitas kepemimpinan tidak melibatkan sekadar hal-hal yang bersifat fisik, kita tidak harus berbadan tinggi, gagah, dan ganteng untuk meraih karir yang hebat melainkan kepercayaan diri, pancaran semangat. Dan keterampilan berkomunikasi adalah hal-hal yang harus kita kuasai.

Ada delapan fundamen kualitas kepemimpinan menurut Force (2006: 287-289). *Pertama*, intelektualitas. Kemampuan kita untuk melihat sebuah isu yang berkembang di masyarakat. Membuat keputusan akan menjadi faktor krusial dalam kualitas

kepemimpinan abad ke-21. Kemampuan berpikir untuk mengelola potensi kemudian memakai strategis yang jitu adalah sesuatu yang benar-benar membedakan para karyawan untuk masa yang akan datang. Dengan memiliki kemampuan intelektualitas tinggi dia akan mampu membangun fisik, apa yang seharusnya dilakukan untuk meningkatkan bisnis yang digelutinya, mengenali kekuatan dan kesempatan memposisikan diri secara efektif terhadap para pesaing, dan menyusun langkah-langkah agar mendapatkan hasil yang maksimum.

Kedua, pemahaman dan penguasaan teknologi. Sekarang dan di prediksi dimasa yang akan datang bahwa bagaimana teknologi informasi dapat dimanfaatkan untuk mendukung strategi dan pengambilan keputusan. Perusahaan juga hal yang esensial bagi para karyawan masa kini kita harus memahami peran teknologi komunikasi dalam membentuk pasar kita ini.

Ketiga, gairah. Agar kita bisa bersaing di masa yang akan datang, kita harus memiliki gairah yang hebat ketika bekerja, dan tidak memiliki semangat untuk meraih kesuksesan dalam karir, tidak akan dilirik oleh para pimpinan. Dan sebaiknya gairah ini jangan keluar ketika ingin dipakai atau dianggap oleh pimpinan, budayakanlah gairah bekerja ini dengan tulus.

Keempat, fokus. Seiring dengan pertumbuhan produk-produk baru, Pasar Baru dan teknologi baru yang perkembangannya sangat cepat. Fokus akan membuat kita lebih sigap dan mudah memahaminya. Jagalah keputusan kita terhadap perkembangan yang terjadi di luar sana yang nampaknya tidak bisa kita kendalikan.

Kelima, keterampilan berkomunikasi. Komunikasi adalah kebutuhan mendasar untuk kesuksesan manusia. Dalam berinteraksi komunikasi merupakan alat utama manusia ketika berinteraksi dengan sesame. Dan kita dituntut untuk terampil

dalam menyederhanakan hal-hal yang kompleks merangkum. Konsep atau masalah yang rumit menjadi sesuatu yang sederhana dan ringan, sehingga bisa dengan mudah dipahami orang lain.

Keenam, penampilan dan keseimbangan. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang sangat cepat, para eksekutif memiliki dana tambahan untuk membeli pakaian berkualitas terbaik dan tampil rapi. Usahakanlah untuk mengikuti tren pakaian yang berlebihan. Namun upayakan untuk tidak ketinggalan dengan tren yang umumnya orang berpenampilan.

Ketujuh, memiliki karisma. Stave Mader, direktur pengelola *practice questions and Timber* di Boston, mengatakan sebuah elemen kunci kesuksesan adalah kemampuan untuk membujuk orang agar berpihak kepada kita. Untuk menjadi seseorang yang bisa menarik orang, kita harus karismatik dengan adanya Karisma ini akan memudahkan kita dalam menjual ide, merangkul orang. Itulah rahasia-rahasia yang sedang dipelajari oleh para eksekutif agar karirnya melejit.

Kedelapan, kemandirian. Kita harus mandiri, karena perusahaan jarang sekali mengikut sertakan karyawan untuk meningkatkan kemampuannya. Kebanyakan perusahaan akan menerima. Jadi, karena terhambat waktu dan dana memasuki abad ke-21 banyak koperasi menyediakan sekumpulan tuntutan yang paradoxal kepada manajer yang berambisi mencapai posisi puncak. Perusahaan-perusahaan menginginkan eksekutif yang memiliki keunggulan perspektif yang jangka panjang. Dan kualitas kepemimpinan *leadership presence* pada saat yang sama. Mereka semakin tidak mau menyediakan pelatihan dan pengembangan jangka panjang untuk menempa kualitas. Jadi kita harus punya keinginan kuat dengan mandiri untuk meningkatkan kemampuan kita. Jangan kaget ketika banyak para eksekutif yang pindah-pindah perusahaan dan memang tingkat pergantian karyawan

(*turn over*) sangat tinggi di berbagai perusahaan. Dan sebaiknya kita menyadari bahwa manajemen karir yang defensif adalah sebuah keniscayaan bagi kelangsungan karir kita.

Selain itu ada hal lain yang harus kita miliki ketika kita ingin tetap bertahan dan dapat dengan mudah melakukan *Marketing Your Self*, diantaranya: *pertama*, fleksibelitas. Kemampuan beradaptasi dengan tuntutan yang terus berubah. Apakah mengambil risiko besar pada teknologi baru atau menghidupkan kembali loyalitas kita, jangan ego terhadap diri untuk menutup diri atas hal-hal yang datangnya dari luar. Jika hal itu baik dan bermanfaat untuk pengembangan diri kita maka ubahlah mindset kita untuk memakai hal baru itu.

Kedua, orientasi. Pada konsensus bukan jalan sendirian atau atas inisiatif sendiri. Pakailah gaya bekerja yang partisipatif ketimbang gaya seorang aristocrat. Ini akan membuat kita banyak teman dan dukungan dari teman, bawahan, atau pimpinan sekalipun. Ini akan memudahkan kita dalam menuntaskan tugas-tugas kita.

Ketiga, kemampuan dan pendidikan. Usahakan untuk ikut berbagai pelatihan dan pendidikan yang ada kaitannya dengan bidang kita. Pendidikan ini tidak semata-mata bukti kualifikasi yang kosong. Ini memberikan sedikit keunggulan kita dalam profesi kita atau bidang bisnis yang kita geluti.

Keempat, cerdas. Dalam berhubungan dengan orang, para eksekutif atau orang-orang yang sukses adalah mereka yang memandang hubungan dengan orang sebagai pondasi untuk maju tidak tanggung-tanggung, mereka menyediakan waktu untuk mengasah keterampilan dalam berhubungan dengan orang lain, sehingga dapat menjadi orang yang disukai banyak orang. Tidak salah jika punya ide atau sarapan kita akan mendapat support dari orang lain.



Keenam, belajar pada pengalaman sendiri dan orang lain. Dalam menghadapi masalah, jangan lupa pengalaman merupakan kualitas yang penting dalam jalur pengembangan karir di bidang apapun. Teruslah penuhi memori otak kita dengan pengalaman-pengalaman atau ilmu-ilmu dari orang lain. Jangan langsung menganggap itu tidak penting dalam karir, tapi beberapa tahun yang akan datang kita akan membutuhkannya. []

Sumber Inspirasi

- A. Fuadi, *Negeri Lima Menara*, cet. Ke-5, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2010.
- Argyle, M., et al, 'The Communication of Superior and Inferior Attitudes by Verbal and Non-Verbal Signals,' *British Journal of Social and Clinical Psychology*, Jil. 9 (1970);
- Badi Jamal, dan Tajdin, Mustapha, *Islamic Creative Thingking : Berpikir Kreatif Berdasarkan Metode Qurani*, Bandung: Mizania, 2004;
- Cropely, Arthur J., "Definitions of Creativity", *Encyclopedia of Creativity*, vol. 1;
- Curtis, Dan B., James J. Floyd, dan Jerry L. Winsor, *Komunikasi Bisnis dan Profesional*, Bandung: Remaja Rosdakarya, 1996.
- DePorter, Bobbi, *Quantum Succes: 8 Kunci meraih kesuksesan Luar Biasa dimanapun, Kapan Pun, dan Siapa pun Anda*, Bandung: Kaifa, 2007;
- Enjang, *Komunikasi Konseling*, Bandung: Nuansa, 2009;
- Gelb, Michael J., *Present Oursel, Tampilkan Dirimu*, Bandung: MLC, 2005;
- Goleman, Daniel, *Kecerdasan Emosional*, cet. Ke-9, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1999.
- Grunder Jr. Martin., *Cara Gampang Menjadi Kaya Melalui Bisnis: 9 Strategi Praktis Membangun Bisnis yang Sukses*, Bandung: Kaifa, 2006;
- Kotler, Philip and Keller, Lane, *Manajemen Pemasaran*, cet. Ke-2, Jakarta; PT. Indeks, 2007;
- Maltz, Maxwell, *Psycho Cybernetics*, Simon & Schuster, 1960;
- Mayne, Brian dan Mayne, Sangeeta, *Life Mapping: Menciptakan Cetak Biru yang Ampuh untuk Memunculkan yang Terbaik dari Dalam Diri dan Hidup Anda*, Bandung: Kaifa, 2005;

- Murakami, Kazuo, *The Divine Massage of The DNA: Tuhan dalam Gen Kita*, Bandung: Mizan, 2007;
- Orman, Suze, *Sembilan Langkah menuju Kekayaan Sejati: Menciptakan Kebebasan Finansial yang Akan Melenyapkan Kecemasan Anda tentang Uang*, Bandung: Kaifa, 2004;
- Russell, Bertrand, *Mind Power to CEO: Sifat-Sifat yang Erlu Anda Miliki untuk Mencapai Posisi Puncak Manajemen menurut para Headhunter Tingkat Dunia*, Bandung: Kaifa, 2006;
- Wood, Julia T., 1997,
- Wycoff, joyce, *Menjadi Super Kreatif Melalui Metode Pemetaan pikiran*, Bandung: Kaifa, 2002;
- Zohar, Danah dan Marshall, Ian, *Spiritual Capital: Memberdayakan SQ di Dunia Bisnis*, Bandung: Miza, cet. Ke-2, 2005.

Profil Penulis



Dr. H. Darajat Wibawa, S. Sos, M. Si, adalah seorang dosen Ilmu Komunikasi khususnya terkait bidang Ilmu Jurnalistik dan Ilmu *Public Relations* yang langsung merasakan dunia kewartawanan dengan menjadi wartawan media cetak, penyiar radio, dan presenter televisi, juga pernah merasakan menjadi praktisi *public relations* profesional dan penulis produktif di berbagai media massa.

Ketua Prodi Ilmu Jurnalistik Universitas Islam Sunan Gunung Djati Bandung ini, selain mengajar di beberapa perguruan tinggi seperti di Pascasarjana Universitas Islam Nusantara Bandung, IM-Telkom Bandung, dan Bina Universitas Jakarta, juga seorang konsultan komunikasi khususnya di bidang media massa, *public relations* dan pengembangan wilayah.



Encep Dulwahab adalah seorang penulis lepas yang pernah berguru menulis dan mengedit ke senior-seniornya di penerbit Mizan. Pengelola De Rumah komunikasi yang sering kali mengadakan pelatihan-pelatihan penulisan, motivasi keagamaan, trainer jurnalisme damai adalah juga seorang dosen di Jurusan Ilmu Jurnalistik UIN Bandung Pecinta petualangan dan ayah dua anak ini kini sedang mengembangkan bisnis penerbitan berbasis *print on demand*

