

## Pilih Usaha yang Sudah Dikenali

**KETIKA** berhenti bekerja dari perusahaan perhutanan, Ir Rakhmadi (63) sempat bingung akan melakukan apa agar tetap punya penghasilan. Maklum, latar belakang pendidikannya bidang pertanian. Plus selama belasan tahun dia bekerja di perusahaan kayu yang bidang kerjanya terkait budidaya dan pemeliharaan tanaman hutan di Palembang Sumsel dan Banjar Baru Kalsel.

"Meski saat itu kalau hanya untuk makan sehari-sehari sudah ada rezeki dari penghasilan istri yang ASN. Tapi saya kan harus ikhtiar untuk mencari penghasilan," tuturnya.

Saat itu tahun 2003. Alumnus Fakultas Pertanian UGM ini terus merenung mencari bidang usaha yang bisa ditekuni. Lalu Rakhmadi ingat sebuah buku yang pernah dibaca. Bahwa akan lebih pas apabila menekuni usaha dari bidang yang sudah dikenali.

"Kebetulan Bapak saya dulu usaha penggilingan padi. Sejak kecil saya sudah biasa membantu membersihkan dan menyalakan mesin. Kadang juga membantu operasional penggilingan," tambahnya.

Seiring perkembangan dan tuntutan kebutuhan, usaha sang bapak berubah. Dari penggilingan padi, lalu merambah jual beli mesin penggilingan padi bekas. Pengalaman masa kecil itulah yang menjadi inspirasi Rakhmadi. Dia memutuskan ingin menekuni bidang permesinan.

"Kebetulan saat itu ada teman Bapak dari Wonosobo mendorong agar saya mengikuti jejak usahanya. Usahanya juga berkorelasi dengan mesin, jual beli *spare part*," kisahnya.

Niat Rakhmadi sudah bulat menekuni bidang permesinan. Meski bukan seorang teknisi, namun itu bukan kendala. Dia mempelajari seluk-beluk jual beli *spare part* ke sahabat bapaknya di Wonosobo. Dia belajar langsung selama beberapa waktu ke sana yang perjalanannya ditempuh



Ir Rakhmadi

dengan sepeda motor.

"Kebetulan saat itu saya ada modal Rp100 juta dari hasil jual rumah di Banjar Baru. Saya gunakan uang hasil penjualan rumah untuk membuka toko *spare part* mesin," ungkapnya.

Sebagai pedagang *spare part*, Rakhmadi harus selalu *up date* perkembangan dunia mesin. Mencari produk-produk baru dan di mana bisa mendapatkan dengan harga kompetitif. Membaca buku serta berburu langsung ke distributor di Surabaya, Semarang, Solo, Jakarta serta kota lain menjadi keharusan. Plus harus pula mencermati strategi kompetitor. "Saya pernah terdampak akibat permainan harga dari toko baru bermodal besar. Sempat goyah, namun kemudian saya harus menyesuaikan keadaan dengan mencari celah agar tetap bertahan," paparnya ketika ditemui di toko sekaligus bengkel kerjanya di Jalan Wonosari Gandu Sendangtirto Berbah Sleman, Jumat (11/4).

Semula hanya jual beli *spare part*, karena permintaan konsumen, akhirnya Rakhmadi mengembangkan layanan servis mesin dan diesel. Kini toko dan workshop mesin diesel Rakhmadi menjadi jujugan masyarakat yang ingin memperbaiki mesin-

mesin mereka. Puluhan diesel kecil dan pompa air bensin antre untuk diperbaiki. Dibantu dua teknisi saban hari melayani konsumen dari seputar Sleman, Bantul dan Gunungkidul.

"Semua teknisi yang membantu saya belajarnya otodidak. Bahkan kepala teknisi yang sekarang latar belakangnya seorang ustaz yang dulu membantu saya jualan di toko bangunan. Maka kalau hari Jumat kami hanya melayani jual beli, karena teknisi libur," ungkapnya.

Rakhmadi mengungkap, pernah mencoba membuat mesin produksi. Namun bidang tersebut diakuinya bukan jalan rezeki sehingga produksi mesin teknologi tepat guna dihentikan.

"Dari perjalanan usaha ini saya meyakini, Allah memberi rezeki kepada kita sesuai kebutuhan. Ketika saya butuh banyak uang untuk pendidikan anak-anak, ada saja jalan untuk tercukupinya yang kami butuhkan. Alhamdulillah tiga anak saya sudah mentas dan bekerja di bidang mapan. Di Telkom, ASN dan si bungsu di Jasamarga. Dan di saat anak-anak sudah mapan, rezeki berupa uang yang diberikan kepada saya sedikit berkurang," tuturnya. (Dar)

## VVE: Strategi Branding Produk UMKM

**SEBENARNYA** tak banyak ahli yang benar-benar mau fokus mendampingi UMKM untuk bertumbuh dan berkembang lewat jurus *branding*. Kebanyakan ahli branding fokus pada perusahaan yang sudah mapan atau korporat. Karena secara proses lebih mudah dan memang sudah ada anggarannya untuk membangun *brand identity*.

Namun, dari yang tidak banyak itu ada sosok Edy SR yang mengabdikan hidupnya untuk membesarkan UMKM agar mampu naik kelas. Sudah hampir 15 tahun berpindah dari satu kota ke kota lain untuk menularkan ilmu dengan satu tujuan yakni agar UMKM sadar branding, dan bisnisnya membesar karena sukses membangun *brand* atas produknya.

"Banyak UMKM produknya bagus dan layak jual bukan hanya di daerahnya. Tapi bisa meluas ke mana-mana. Dengan jumlah penduduk hampir 300 juta potensi pasar yang bisa dibidik UMKM sesungguhnya tak terbatas. Hanya saja, rata-rata mereka fokus pada produk dan melupakan *branding*. Padahal, yang dibeli konsumen itu sebenarnya *brand*, bukan produk. Itu dua hal berbeda dan belum disadari kebanyakan UMKM," jelasnya.

Menurut Edy, produk dan *brand* adalah dua entitas yang berbeda. Produk itu adanya di tempat produksi, di pabrik, toko, dan gudang. Sementara *brand* adanya di benak dan pikiran konsumen. Konsumen selalu memilih dan membeli produk yang ada di pikiran dan benaknya, mengesamp-

ingkan produk lain yang serupa. "Gampangnya produk itu berbentuk fisik. Sedangkan *brand* bentuknya persepsi. Nah, yang harus digarap oleh UMKM agar bisnisnya berkembang adalah menguatkan brand setelah produknya mempunyai keunggulan. Saya mengajari pelaku UMKM ini agar bergeser dari sekadar memproduksi dan menjual barang menuju level yang lebih tinggi. Yakni, membangun dan menguatkan *brand* produk itu. Antara lain dimulai dari membuat merek, logo, tagline, dan desain label yang menarik atau unik," papar alumnus Diploma Komunikasi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta itu.

Karena ilmu *branding* itu agak rumit jika dipraktikkan oleh UMKM secara konsep akademisi maka Edy memodifikasi jurus *branding* itu secara lebih sederhana agar mudah dipahami dan langsung bisa dipraktikkan para pelaku UMKM. Edy menyebut dengan konsep VVE.

"*Brand* bisa dibangun de-

ngan menerapkan konsep VVE, apapun produknya. Bisa barang, bisa jasa. Caranya dengan mengoptimasi *branding* lewat Verbal, Visual, dan *Experience*. Produk harus diceritakan secara verbal dengan *story telling* menarik. Untuk menguatkan harus didukung dengan visualisasi unik baik lewat kemasan boks, foto produk, video promosi, atau beragam cara lain. Dan terakhir, *experience* dari para konsumen yang mencoba produk tadi juga harus disebarkan ke publik agar melahirkan tiga dampak, yakni *repeat*, *recommendation*, dan *evangelis*. Jika ketiganya digarap bersamaan dan selaras maka produk akan mudah diterima pasar secara masif," tandasnya.

Selain sering diminta Dinas Perindustrian, Dinas Koperasi dan UMKM, Dinas Sosial, Bank Indonesia, BUMN, dan institusi pemerintah lain mengisi pelatihan, Edy juga diminta mendampingi komunitas atau organisasi yang konsen di dunia bisnis. (Dar)



Edy SR

KR-Istimewa

# KAYON

## Kontroversi Dowsing dan Terawangan

**BANYAK** metode berdasar kearifan lokal untuk mencoba menemukan sesuatu yang tersembunyi. Metode tersebut dilakukan jauh sebelum ditemukannya piranti berteknologi canggih. Misalnya untuk mencari titik sumber mata air, logam yang terpendam dalam tanah dan mencari titik-titik lain yang diinginkan.

Beberapa metode kearifan lokal untuk mengungkap itu antara lain dowsing, pendulum sampai cara terawangan. Dowsing dan pendulum merupakan metode yang alat, cara kerja dan hasil yang ditemukan konkrit. Artinya orang lain bisa menyaksikan si praktisi dalam bekerja serta melihat secara nyata alat serta proses kerjanya. Sedangkan metode terawangan, sifatnya sangat subjektif. Hanya praktisi —dalam hal ini paranormal— yang mengetahui cara serta proses penelusuran yang tidak bisa diikuti apalagi dilihat oleh orang awam. Meski antara proses



Praktik dowsing.

KR-Istimewa

pencarian hal tersembunyi dengan metode yang secara fisik terlihat dengan aktivitas gaib berupa terawangan, memiliki kesamaan yaitu menduga-duga atau meramal. Menurut pemahaman umum, dowsing adalah praktik menggunakan tongkat atau alat lain untuk mendeteksi lokasi benda tersembunyi di bawah tanah. Metode ini dikenal luas hampir di seluruh dunia.

Metode dowsing banyak digunakan untuk menemukan sumber mata air,

minyak, bijih, logam, batu permata, titik radiasi, dan hal lainnya. Alat yang digunakan berupa tongkat bercabang, batang, kabel bengkok, bandul, atau alat serupa.

Cara kerja dengan mengamati gerakan penunjuk sebagai respons terhadap pengaruh atau pemancar. Di dunia internasional, teknik dowsing punya sebutan lain yaitu *water witching*, *gift*, *twitching*, *doodle bugging*, *water dowsing*. Dowsing merupakan teknik kuno yang

lintas budaya. Beberapa orang menganggapnya sebagai metode yang andal untuk menemukan benda-benda bawah tanah.

Meski begitu, para pemuja logika menganggap dowsing sebagai takhayul. Dowsing telah menjadi subjek diskusi dan kontroversi selama ratusan, bahkan ribuan tahun. Jika dowsing yang dalam bekerja menggunakan alat dan proses serta respons selama mengerjakan bisa dilihat oleh orang lain dianggap sebagai takhayul, apalagi metode terawangan yang sangat subjektif dan murni mengeksplorasi kekuatan gaib.

Para ilmuwan modern dan mereka yang mengedepankan nalar, tentu sangat kontra dengan metode ini. Meski pada kenyataannya, banyak hasil dari proses dowsing dan terawangan penginderaan secara gaib, sering relevan dengan keadaan. Namun tetap saja hal tersebut oleh pihak yang kontra disebut sebagai sebuah kebetulan. (Dar)



## TERAWANG

Syarat di-Terawang:  
Pertanyaan dilampiri biodata lengkap dan foto  
Kirim ke Redaksi KR

## Hubungan Selalu Diblokir

**KI Susena Aji.** Saya lelah dengan diri saya. Umur sudah 30 tahun setiap punya pacar selalu kandas dan berakhir diblokir. Pertama pacar PNS, baru tiga bulan kabur dan nomor HP saya diblokir. Kedua, dikenalkan teman dengan pria yang sedang cari jodoh. Tapi baru ketemu sekali dia sudah memblokir nomer saya dan menghilang. Ketiga, lewat saudara dikenalkan pria mapan. Keluarga sudah merestui.

Tapi setelah pacaran hampir setahun, saya desak agar cepat melamar bilang belum siap. Kemudian putus dan blokir nomor saya. Beberapa waktu kemudian lewat FB kenal rang Pakistan yang tinggal di Thailand. Dia suka dengan dan akan menikahi.

Saya akan dikasih uang dalam jumlah fantastis. Dia akan berkunjung ke rumah. Waktu ngurus paspor dia kecelakaan dan butuh uang. Saya disuruh transfer Rp30 juta. Sampai Indonesia akan diganti Rp100 juta. Saya kuras tabungan dan cari utang, ngumpul Rp18 juta. Setelah saya transfer tiba tiba nomor saya diblokir.

Sekarang ada orang Malaysia yang ingin menikahi saya. Meskipun sangat baik mau menerima apa adanya, saya belum memberi kepastian karena takut tertipu lagi.

### Pertanyaan:

1. Kenapa setiap punya pacar selalu sial atau putus?
2. Apakah orang Malaysia ini serius akan menikahi saya? (foto dan identitas terlampiri)

Nuri, Klaten

### Jawab:

1. Karena Anda terpapar *sengkala kebo kemali*. Orang yang kena sengkala jenis ini setiap pacaran selalu tertimpa kemalangan karenanya. Tanpa sebab jelas hubungan sering kandas di tengah jalan yang berdampak pada susahnyanya mendapatkan jodoh.
2. Tidak. Dia penipu. Jangan mudah percaya dengan orang yang baru dikenal. Di medsos semua orang kelihatan baik. Susah membedakan orang baik dengan penjahat. Dalam pergaulan ada ciri yang bisa diamati, orang baik memberikan kebaikan kepada semua orang. Sedangkan orang jahat melakukan kebaikan hanya kepada keluarganya, kelompoknya, kroninya atau teman akrabnya. *Aja gampang ngandel marang samubarang. Gampang percaya marang liyan kuwi adhakane ngiwakake pengati-ati. Terkadhang ana wong kang omongane katon alus nanging tekone kaya roh alus.*

## Banyumasan

**WONG** telu sepakat menawa idheale kabeh wong nduweni prinsip urip nggolet duit kuwe apike olih sethithik ningen kemlethik, ketimbang olih setampah ningen mubah. Angger panganan kuwe ya mangan kacang goreng segenggem tangan mesti krasa gurih pisan tur nylekamin ketimbang mangan bakwan munthuk sepiring. Ningen merga esih akeh wong luwih milih mangan bakwan munthuk sepiring gedhe, ya akhire janjane mubah, akeh sing ora kepangan.

"Jajal sih, dhewek tah mbok ora tau ngayawara numpuki dhuwit lan medhita karo sapa bae, ya tresnane inyong, Dik

Yati? Wong madhang ya cukup ping telu sedina, sepiring-sepiring ora tau tanduk. Pensiunan duwe kebon klapa wetan umah, angger panen ya tangga teparo, utamane Karto Ngethether mesthi olih bagian klapa. Duwe kebon gedhang kulon umah, panen ya tanggane dibagi seepek-seepek ewang. Mburi umah ana blumbang mujahir, panen ya meh kabeh tangga padha melu madhang lawuh mujahir goreng. Kiye inyong kudu sombong, angger kabeh wong seing Indonesia goli urip ngadhepi dunya kaya inyong, lah... Indonesia Sejahtera." kandhane Wirya Pantek maring bojone lan Karto Ngethether.

Mbekayu Yati nambahi kandha, "Iya bener Kangmasku sing paling perkasa se-RT. Inyong ya nduweni ilmu pinter njahit. Ibu-ibu tangga ya meh wis tek warahi kabeh keprimen carane mesthi olih bagian landhing, njahit mbenerna cawet sing padha suwek. Inyong ya pinter senam LD, dadi ibu-bapak tangga ya tek warahi senam seminggu sepisan neng latar umahe inyong dhewek. Tangga padha sehat, wengine kuat, esuk-esuk esih njangat! Olih sethithik kemlethik luwih becik ketimbang olih setampah mubah. Setuju?"

Tankocapa, Karto Ngethether, pengangguran kelas kerat

## Sethithik Kemlethik

madan bingung goli arep urun kandha. "Iya, ya, nyatane tah wong urip ora perlu kemrung-sung nggoleti dhuwit. Mbok dadi koruptor. Lha, inyong ngang-gur bae emoh nyopet, emoh nyolong, apa maning ngrampok. Apa anane bae. Inyong ngang-gur ya kudu ngomong maring Rika padha, ningen ora jaluk-jaluk. Cukup ngrewangi nyapu latar umahe Rika kon lenang lening kaya sorga, mesti buntute ya diwehi madhang sepiring, udud 2 ler, lan segelas kopi. Lung-tinulung kuwe wajib. Doyan weweh kuwe wajib. Inyong aweh tenaga, Rika aweh dhuwit. Indonesia Raya Merdeka!" (Kang Edhon)-d



Cukup ngrewangi nyapu latar umahe Rika, mesti buntute ya diwehi madhang sepiring, udud 2 ler, lan segelas kopi.

ILUSTRASI JOS