



EKSPOS

EKONOMI KEUANGAN SOSIAL BUDAYA POLITIK DAN SEJARAH

PROKLAMASI SEBUAH REKONSTRUKSI

Pengarang: Gus Kurniawan Ilham
Penerbit: Meta Padi Presindo
Tempat Terbit: Jakarta
Tahun Terbit: 2015
Jumlah Halaman: 342 hlm.



STRATEGI PEMASARAN PRODUK

Pengarang: Imron Rosyadi
Penerbit: Empatdua Media
Tempat Terbit: Jawa Timur
Tahun Terbit: 2018
Jumlah Halaman: 110 hlm.

DEMOKRASI MUKA DUA (MEMBACA ULANG PILKADA DI INDONESIA)

Pengarang: Muhammad Aqil Irfham
Penerbit: Gramedia
Tempat Terbit: Jakarta
Tahun Terbit: 2016
Jumlah Halaman: 204 hlm.



Proklamasi

sebuah rekonstruksi

PROKLAMASI SEBUAH REKONSTRUKSI



Proklamasi adalah peristiwa terpenting dalam perjalanan sejarah Indonesia. Tanpa itu dunia tidak akan mengenal negara yang bernama Indonesia. Walaupun prosesnya sangat sederhana, namun perjuangan dan maknanya begitu dalam. Kedua hal itu dikupas habis dalam buku yang berjudul *Proklamasi Sebuah Rekonstruksi*. Selama ini, napak tilas sejarah tentang proklamasi memang kurang mendapatkan perhatian, terkesan tercecer. Para pakar dan peneliti tampaknya—sekalipun terkesan 'perhatian', tidak terlihat merekonstruksi sejarah tentang proklamasi secara utuh. Bondan Kanumoyoso, dosen Ilmu Sejarah Universitas Indonesia, pun mengakui hal ini.

Adalah Osa Kurniawan Ilham, seorang sarjana teknik fisika ITS, yang tertarik dan berhasil mengungkap peristiwa maha penting bangsa ini secara detail. Dalam halaman-halaman *Proklamasi Sebuah Rekonstruksi*, Osa Kurniawan Ilham memang tidak memfokuskan kajiannya secara khusus layaknya para sejarawan. Osa Kurniawan tampaknya lebih tertarik untuk mengupas berbagai rentetan kisah sejarah dari berbagai elemen dan waktu, baik sebelum, sekitar, dan sesudah proklamasi. Walaupun memang anakronis bila kita menyebut kajiannya sebagai gambaran utuh—sesuai fakta, namun keberaniannya untuk menulis kajian ini patut diacungi jempol. Dilihat dari berbagai sumber yang ia pakai, buku ini dapat dipertanggungjawabkan.

Buku ini merupakan usaha untuk menelaah ulang demokrasi di Indonesia, khususnya dari sudut pandang pertarungan politik di sekitar pemilihan kepala daerah (Pilkada). Penulis berupaya memberikan perspektif yang dibentuk lewat eksplorasi berbagai teori ilmu sosial mengenai kekuasaan dan konflik sosial. Dalam hal ini, ia memberikan sumbangan yang agak beda dari sebagian penulis yang cenderung hanya menawarkan deskripsi tentang seluk-beluk pertarungan Pilkada. Sebagai upaya memadukan teori sosial dengan analisis empiris, buku ini patut didukung. DEMOKRATISASI di Indonesia pasca-Reformasi 1998 telah memperoleh pengakuan dan pujian dari dunia internasional. Indonesia pun disanjung-sanjung sebagai negara demokratis terbesar ketiga di dunia. Kendati demikian, kehidupan demokrasi saat ini masih diwarnai berbagai masalah akut seperti korupsi, politik dinasti, atau politik kartel.

Semua ini merebak luas bersamaan dengan desentralisasi dan otonomi daerah. Melalui analisis mendalam atas seluk-beluk pemilihan kepala daerah langsung (Pilkada) yang telah berlangsung sejak 2005, buku ini memaparkan dua perspektif neo-institusionalis yang optimistik dan relasi kuasa yang kurang optimistik dalam memahami persoalan tersebut. Penulis juga memberi sudut pandang yang lebih komprehensif untuk menjembatani kedua perspektif tersebut. Buku ini merupakan literatur yang baik bagi pembaca yang ingin memahami demokrasi Indonesia.

STRATEGI PEMASARAN PRODUK



Secara spesifik, buku ini membicarakan mengenai metode pemasaran sebagai salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha, baik usaha baru maupun lama. Sebelum menjalankan marketing, pertamakali yang harus dilakukan adalah menentukan konsep marketing serta strategi pemasaran yang efektif dalam menjual produk. Buku ini layak dibaca oleh masyarakat Indonesia yang ingin merintis atau mengembangkan bisnis dengan metode marketing yang telah teruji dalam skala mikro.

Buku ini menghadirkan analisis teoritis berdasarkan pengalaman berbisnis berskala mikro. Pemilihan bisnis mikro dimaksudkan agar bisnis ini dapat diikuti oleh semua orang, karena tidak membutuhkan modal besar dan prosedurnya pun tidak terlalu rumit. Akan tetapi, tingkat kompetisinya sangat tinggi. Dengan kata lain, kasus-kasus bisnis yang ditemukan dalam buku ini berada dalam kondisi perekonomian nasional Indonesia. Secara spesifik buku ini membahas mengenai metode pemasaran sebagai salah satu hal penting yang harus dilakukan ketika menjalankan sebuah usaha, baik usaha baru maupun usaha lama. Sebelum melakukan pemasaran, hal yang pertama kali harus dilakukan adalah menentukan konsep pemasaran serta strateginya yang efektif dalam menjual produk.