

Edisi-2014/2022

EKSPOS

Ekonomi Keuangan Sosial Budaya Politik dan Sejarah



**DIPECAT DARI PERUSAHAAN
KOREA, WANITA INI SUKSES BUKA
46 STREET FOOD TOPOKKI**

**9 PENGUSAHA MUDA INDONESIA
YANG SUKSES MEMULAI BISNIS**

Salah satunya tokopedia DARI NOL

**MENJADI KAYA
DENGAN BERBISNIS
STREETFOOD**

Pengarang: Ajeng Wind

Penerbit: Grasindo

Tempat Terbit: Jakarta

Tahun Terbit: 2015

Jumlah Halaman: xii, 134 hlm.

**THE SUM IS GREATER THAN THE
PARTS; MELIPATGANDAKAN
KEMAKMURAN DI INDONESIA MELALUI
INTEGRASI LOCAL DAN GLOBAL**

Pengarang: Harvard Kennedy School

Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama

Tempat Terbit: Jakarta

Tahun Terbit: 2014

Jumlah Halaman: lxx, 288 hlm.

**AGUS SALIM; DIPLOMAT
JENAKA PENOPANG REPUBLIK**

Pengarang: Tempo

Penerbit: KPG (Kepustakaan Populer Gramedia)

Tempat Terbit: Jakarta

Tahun Terbit: 2013

Jumlah Halaman: xii, 178 hlm.



MENJADIKAYA DENGAN BERBISNIS STREETFOOD

Street Food lebih lekat di hati para pembeli atau wisatawan sebab ia menjangkau konsumen lebih dekat, jauh dari kesan formal dan tentunya murah. Makanan yang disajikan cukup beragam, dari paling tradisional sampai modern atau terbaru. Bahkan ada jenis makanan baru yang tercipta dari kreativitas pedagang street food. Hal ini sangat menguntungkan bagi konsumen.

Keuntungan pebisnis street food di antaranya pedagang street food menggunakan bungkus sekali pakai, tidak perlu menyewa tempat yang mahal atau menggaji pegawai tinggi untuk menjalankan bisnis. Di dalam kemudahan tersebut, pelaku bisnis ini harus memiliki keuletan dan inovasi yang tidak pernah berhenti, mengingat saingan bisnis street food sangat tinggi. Sebagai gambaran, hari ini Anda menjual gorengan, esok akan muncul dua atau tiga pedagang yang menjual gorengan di tempat yang sama dengan Anda.



Menjadi Kaya
Dengan Berbisnis

Street Food



-AJENG WIND-

Berbisnis street food ternyata gampang-gampang susah. Anda harus memahami kapan harus memulai, jenis makanan apa yang dijual, kebutuhan modal, kebutuhan peralatan, dan masih banyak hal lain yang akan Anda temukan dalam buku ini. Namun satu hal yang pasti, berbisnis street food cocok dilakukan oleh siapa saja, baik Anda wirausaha murni, karyawan, pelajar, ahli masak ataupun bukan.

DIPECAT DARI PERUSAHAAN KOREA, WANITA INI SUKSES BUKA 46 STREET FOOD TOPOKKI



Dikutip dari detikfood

Bandung - Kena PHK bukan sesuatu yang menyenangkan. Tetapi justru bisa juga jadi peluang sukses. Hal ini dibuktikan oleh Irma yang sukses jual jajanan Korea.

Irma Utari (37) menceritakan pengalamannya bekerja di salah satu perusahaan besar asal Korea dengan produk mie yang terkenal. "Dulu pernah bekerja di perusahaan korea tahun 2018," ujar Irma kepada detikcom, Sabtu (3/4/2021).

"Nah dari situ distributor Korea pengen saya ngeriset makanan apa yang bakal booming di Indonesia. Sudah saya analisa dari situ konsep yang saya ajukan ternyata bertentangan dengan konsep orang Korea tadi, karena mereka ingin tetap ngeluarin bahan dari korea bukan dari sini," sambungnya.



Karena tak sesuai dengan keinginan perusahaan, Irma pun diberhentikan dari pekerjaannya dan memutuskan untuk membuka brand jajanan korea sendiri. "Akhirnya saya dikeluarkan mungkin tidak sesuai dengan keinginan perusahaan dan coba bikin brand sendiri," ujarnya.

Perjalanan usahanya membuka brand street food korea yang bernama Yeobo Topokki dilalui penuh luka liku dari mulai membuat gochujang sendiri yang halal dan sesuai dengan cita rasa masyarakat Indonesia hingga membuka cabang di berbagai tempat.

Penamaan Yoebo Topokki pun diambil bukan tanpa alasan. Dia mengatakan, Yoebo di Korea diartikan sebagai sebutan kasih sayang kepada suami atau istri. "Kita ingin bercita-cita menebarkan kasih sayang melalui makanan," imbuhnya.



Saya pengen bikin jajanan korea setara dengan makanan 'abang cilok' di pinggir jalan. Akhirnya saya bikin semua bahan formulanya dari bahan lokal dari bumbu dan bahan, jadi bisa dapat cita rasa lokal. Disitu keluar lah ini pertama bikin di Depok," katanya.

Karena pengalaman bekerjanya di perusahaan Korea, dia pun sedikit banyaknya mengetahui cita rasa otentik jajanan Korea ini. "Rasanya disesuaikan dengan rasa kita. Kalo Korea itu lebih ke asem, makanya kita dibikin rasanya disesuaikan dengan lidah orang Indonesia. Autentik koreanya tetap. Sampai saya cobain rasanya dari berbagai rasa," tuturnya.



Autentik yang ia maksud berasal dari bumbu gochujang yang digunakan seperti warna merah merona dengan rasa asam dan pedas. Rasa topokki yang ia ciptakan pun lebih gurih ketimbang jajanan korea lainnya. Apalagi, dengan harga yang terjangkau dalam satu cup seharga Rp 15 ribu sudah dapat topokki, mie, odeng, dan telur rebus.



Tak hanya topokki, dalam satu outlet itu terdapat menu lain seperti ra-pokki, jjangmyoen, chicken buldak, odeng soup dan ekstra topping lain diantaranya kimchi, dumpling, keju moza dan telur puyuh.

Dalam kurun waktu dua tahun, Irma sukses membuka 46 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia terutama Pulau Jawa.

"Enggak nyangka akan berkembang, saya cuman bikin gerobak alumunium ternyata bikin satu di awal itu sampai antrean panjang karena rasa dan harga kita mampu bersaing. Sekarang udah 46 outlet tersebar di seluruh Indonesia," pungkasnya.



THE SUM IS GREATER THAN THE PARTS; MELIPATGANDAKAN KEMAKMURAN DI INDONESIA MELALUI INTEGRASI LOCAL DAN GLOBAL

Pemerintah Indonesia memiliki target negara ini dapat bergabung dalam daftar negara berpendapatan menengah atas pada tahun 2025. Jika Indonesia dapat meningkatkan PDB riil tahunan per kapita sebesar 8,5 persen selama sepuluh tahun ke depan, tujuan ini dapat terwujud. Tetapi berdasarkan proyeksi saat ini, hal itu tidak akan dapat tercapai. Ada tiga hal yang menghambat: pengangguran, penurunan daya saing, dan meningkatnya ketimpangan.

Kendala utama dalam mempercepat pertumbuhan inklusif yang berkelanjutan adalah bahwa Indonesia tidak memanfaatkan keuntungannya sebagai negara besar atau keuntungan komparatif dinamik internasionalnya. Indonesia terhambat oleh fragmentasi ekonomi lokal dan marginalisasi ekonomi global. Pada saat ini, keseluruhannya bernilai lebih rendah dari bagian-bagiannya.

Berdasarkan sejarah dan situasi Indonesia saat ini, bangsa ini memiliki tiga pilihan jalur pengembangan masa depan: reaktif, proaktif, dan transformatif.

Reaktif adalah sebutan paling mendekati untuk tindakan pemerintah saat ini yang cenderung “bergerak tanpa perencanaan”; proaktif merujuk pada kebijakan yang dilakukan untuk merespons krisis besar yang telah lalu seperti kurang gizi dan kemiskinan pedesaan di tahun 1960an dan ambruknya harga minyak pada 1980an; dan transformatif, atau metamorfosis fundamental, yang menggambarkan kebijakan yang memungkinkan “Empat Macan Asia” menjadi negara-negara berpendapatan tinggi.

THE SUM IS GREATER THAN THE PARTS

Melipatgandakan Kemakmuran di Indonesia
Melalui Integrasi Lokal dan Global

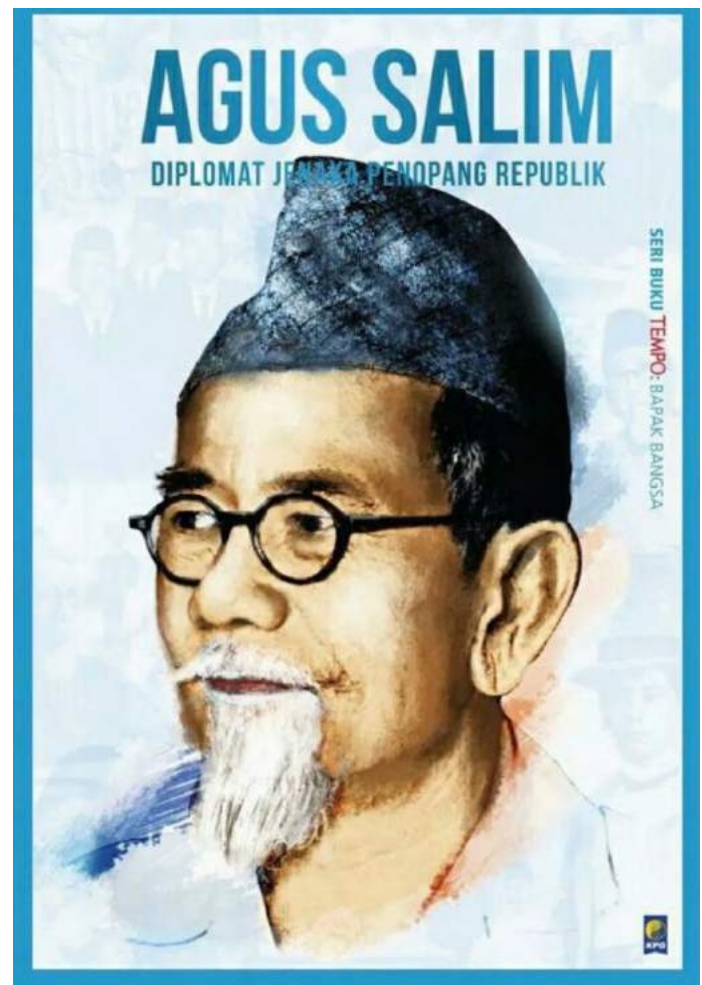
AGUS SALIM; DIPLOMAT JENAKA PENOPANG REPUBLIK



Ketika masih muda, dia pernah bertanya kepada seorang ulama: apakah Adam dan Hawa memiliki pusar? Ulama itu menjawab: ada, karena mereka juga manusia. "Kalau punya pusar, sebagaimana halnya kita, itu tandanya mereka dilahirkan oleh seorang ibu." Ulama itu tiada dapat menimpali.

Kali lain, di atas kapal Renville, ia membuat utusan Belanda yang menuduh RI menyalahi kesepakatan Linggarjati bungkam: "Apakah aksi militer yang Tuan lancarkan terhadap kami sesuai dengan Perjanjian Linggarjati? Kalau Tuan-tuan melancarkan sekali lagi aksi militer terhadap kami, kami akan mencapai pengakuan de jure di seluruh dunia."

Itulah Agus Salim. Ia diplomat yang cerdas dan pendebat ulung; alim yang kritis dan ulama yang moderat. Tapi dia juga pernah kehilangan iman dan susah payah merebutnya kembali hingga menemukan Islam untuk Indonesia: Islam yang tidak terikat adat kebiasaan, tapi dapat menggerakkan bangsa untuk menentukan nasib sendiri.



Plus Profil Literasi Urang Sukses

PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

dikutip dari Alpha JWC Ventures

Pengusaha muda sukses Indonesia – Ada banyak pengusaha sukses di Indonesia yang berhasil menjalankan bisnis di usianya yang masih muda. Kerja keras, pantang menyerah, keuletan, serta tekad yang kuat menjadi beberapa faktor yang membuat para pengusaha muda ini mencapai kesuksesan. Para pengusaha muda ini bergelut di berbagai bidang usaha yang beragam, dari bisnis kuliner hingga membangun sebuah startup digital.

Seperti yang kita tahu, kini ada banyak perusahaan startup di Indonesia yang turut menyumbang kemajuan perekonomian Indonesia. Tidak sedikit startup-startup ini dibangun dan dipimpin oleh pengusaha muda yang memulai bisnis dari nol. Bahkan beberapa pengusaha startup berhasil membuat perusahaannya menyabet gelar unicorn Indonesia.

Untuk bisa mencapai ke titik sukses seperti sekarang, para pengusaha muda di Indonesia ini memiliki latar belakang dan cita-cita yang berbeda-beda. Berikut 9 pengusaha muda sukses di Indonesia yang bisa jadi inspirasi kita semua.



1. James Prananto (Kopi Kenangan)

James Prananto beserta dua rekannya Cynthia Chaerunnisa dan Edward Tirtanata merupakan wirausahawan sukses asal Indonesia yang sukses membuat usaha kopi susu kekinian bernama Kopi Kenangan. James, Cynthia, dan Edward pertama kali membuka usaha Kopi Kenangan pada tahun 2017 di Menara Standard Chartered, Jakarta Selatan.

Memiliki cita rasa kopi susu yang nikmat dan menyegarkan, nama Kopi Kenangan mulai dikenal dan digemari para pecinta kopi. Hingga saat ini, Kopi Kenangan sudah memiliki kurang lebih 83 gerai kopi yang tersebar di delapan kota di Indonesia. Belum lama ini, Kopi Kenangan bahkan mendapat suntikan dari beberapa investor besar. Salah satunya datang dari Arrive sebuah platform pencarian dana yang dikelola oleh perusahaan milik Jay Z, Roc Nation.



PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

2. Dea Valencia (Batik Kultur)

Selanjutnya ada Dea Valencia, pengusaha sukses di Indonesia yang berbisnis sejak muda dan namanya mulai melambung saat ia memutuskan untuk terjun ke dunia usaha fashion. Dea membuat sebuah usaha Batik Kultur di daerah Semarang saat usianya masih menginjak 19 tahun. Ide-ide unik dan kreatifnya dalam mendesain sebuah batik ternyata diminati banyak orang. Di usianya kini yang tergolong masih sangat muda, Dea berhasil menjadi seorang pengusaha sukses di bidang fashion. Omzet dari usaha Batik Kultur ini sendiri sudah mencapai ratusan juta perbulan.

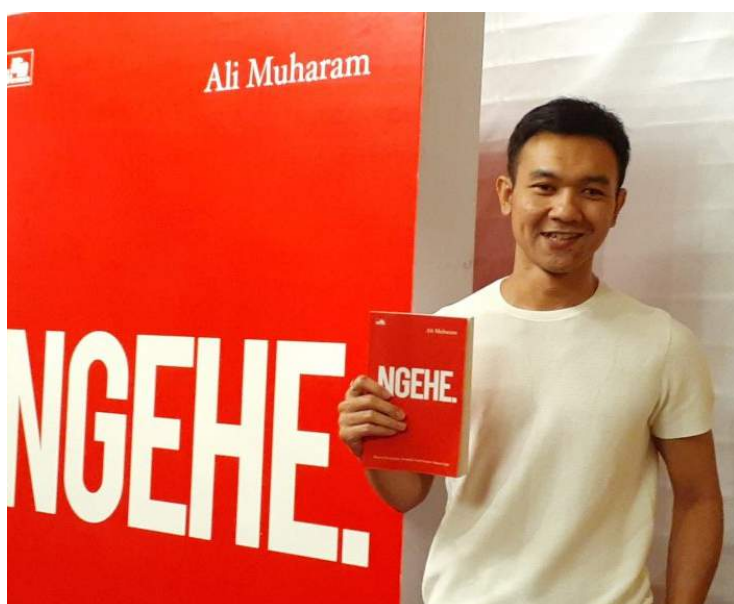


PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

3. Ali Muharam (Makaroni Ngehe)

Bagi warga Jakarta yang doyan ngemil, tentu sudah tidak asing dengan merek jajanan gurih dan nagih yang satu ini. Adapun sosok di balik kesuksesan Makaroni Ngehe adalah Ali Muharam. Seorang pengusaha muda Indonesia asal Tasikmalaya ini dulunya merupakan seorang office boy lulusan SMA yang bekerja di Bogor. Ali juga pernah bekerja di sebuah kantin bank di Jakarta.

Meski kehidupannya pada saat itu terasa sulit, Ali memiliki cita-cita untuk menjadi seorang pengusaha. Dengan modal Rp20 juta yang ia pinjam dari temannya, Ali membuka usaha makaroni pedas dengan menggunakan gerobak di daerah Jakarta Barat. Selama delapan bulan menabung dari usahanya tersebut, Ali berhasil mengembangkan usahanya. Dari usaha makaroninya ini, Pengusaha muda ini pernah mencicipi omzet hingga mencapai Rp3 miliar.



4. Angky William (Stoqo)

Entrepreneur Indonesia berikutnya ada Angky William, Co-founder dari aplikasi supplier yang menyediakan berbagai bahan pokok seperti daging, sayur, hingga kebutuhan sembako bernama Stoqo. Sebelumnya, Angky pernah menjabat sebagai insiyur di Amazon. Namun ia memilih untuk hengkang dan mendirikan usahanya sendiri di Indonesia. Stoqo sendiri telah melayani puluhan ribu pelanggan di Indonesia. Aplikasi yang menyediakan kebutuhan usaha kuliner ini sudah didownload lebih dari 50 ribu orang di Play Store.

PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

5. Reza Nurhilman (Maicih)

Nama Reza Nurhilman mungkin masih terdengar asing untuk banyak orang karena kurang begitu terekspose. Namun produk miliknya sudah begitu familiar di Indonesia. Jika Anda penggemar camilan pedas, pasti tidak asing dengan keripik Maicih. Yup, keripik pedas ini merupakan produk makanan milik Reza Nurhilman. Pria kelahiran 1987 ini memulai bisnis keripik Maicih pada tahun 2010. Awalnya keripik yang ia jual hanya dipasarkan di daerah Bandung lewat media sosial. Dari sinilah nama Maicih mulai dikenal dan diminati banyak orang. Kini Maicih bisa Anda temukan di minimarket.



6. Hendy Setiono (Kebab Baba Rafi)

Hendy Setiono merupakan pendiri dari usaha kuliner Kebab Baba Rafi. Pria kelahiran 30 Maret 1983 ini memulai bisnis berjualan kebab bersama istrinya pada tahun 2007. Hanya dengan menggunakan gerobak dan bermodalkan usaha Rp4 juta, pengusaha muda Indonesia ini perlahan-lahan mulai mengembangkan bisnisnya dengan cara franchise. Dengan menggunakan sistem ini, Kebab Baba Rafi pun cepat menyebar dan diburu banyak orang. Hingga kini, Kebab Baba Rafi sudah memiliki lebih dari 1.200 outlet di Indonesia, Malaysia, China, Filipina, dan Sri Lanka.

PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

7. Steven Wongsoredjo (Nusantara Technology)

Steven Wongsoredjo merupakan pengusaha startup di Indonesia sekaligus CEO dari Nusantara Technology yang terdiri dari Yukepo.com, Keepo.me, dan Super. Yukepo.com dan Keepo.me sendiri merupakan dua media digital yang berfokus pada kaum millennial. Sedangkan Super adalah sebuah platform aplikasi untuk agen penyalur barang kebutuhan warung dan toko.

Aplikasi ini membantu para pengusaha kecil untuk berkesempatan menjadi agen dan memesan barang dengan harga yang lebih murah. Pria yang merupakan lulusan dari University of Columbia, Amerika Serikat ini mendirikan Nusantara Technology pada tahun 2016. Dalam kurun waktu yang terbilang singkat, kini startup miliknya telah berkembang dengan menghasilkan lebih dari 35 juta kunjungan dalam sebulan. Nama Steven Wongsoredjo juga masuk Forbes 30 Under 30.



8. Aruna Harsa (Dekoruma)

Pengusaha muda yang menginspirasi berikutnya adalah Aruna Harsa. Ia merupakan co-founder dari Dekoruma, sebuah startup yang menjadi penghubung antara pelanggan dengan pemasok dan vendor interior. Jika Anda mengunjungi website Dekoruma, maka akan ada banyak pilihan furniture yang dijual dengan harga bervariasi. Selain itu, startup teknologi multinasional ini juga menyediakan layanan konsultasi dan instalasi. Aplikasinya sendiri sudah didownload lebih dari 100 ribu pengguna Android.



PENGUSAHA MUDA SUKSES INDONESIA

9. William Tanuwijaya (Tokopedia)

Pengusaha muda yang sukses di Indonesia selanjutnya adalah William Tanuwijaya. Namanya kian melambung karena berhasil membawa Tokopedia menjadi startup unicorn di Indonesia. Pengusaha muda lulusan Universitas Bina Nusantara (Binus) ini pertama kali mendirikan Tokopedia pada tahun 2007.

Sayangnya usaha Tokopedia untuk bisa mendapatkan suntikan dana ditolak selama beberapa tahun setelah didirikan. Sampai akhirnya di tahun 2009, William mendapatkan kucuran dana untuk mengembangkan usahanya hingga seperti sekarang. Kini Tokopedia menjadi marketplace terbesar di Indonesia dengan perkiraan nilai valuasi yang mencapai US\$7 miliar.



Itulah pengusaha muda sukses asal Indonesia yang sangat menginspirasi. Tentu untuk bisa berhasil seperti sekarang, para pengusaha sukses di atas telah melewati berbagai macam rintangan dan jatuh bangun dalam memulau bisnisnya. Kerja keras dan pantang menyerahlah yang akhirnya membuat para pebisnis muda ini mencapai kesuksesan.

