

Kegagalan Merupakan Bagian Dari Sukses

Setiap kali memberikan kuliah tamu diberbagai institusi, saya sajikan beberapa studi kasus sebagai pelengkap. Maksudnya agar bahasan akademis yang saya berikan memiliki dimensi aplikatif yang sesuai. Saya selalu memberikan studi kasus yang sukses untuk suri teladan.

Namun, tak jarang ada peserta kuliah yang usil. Mereka bertanya mengapa saya tak memberikan studi kasus yang gagal. Saya hanya tersenyum. Studi kasus yang gagal memang jarang ditulis.

Selama 10 tahun terakhir, tiap kali cuci mata ditoko buku, saya mencari buku-buku khusus kasus gagal dalam pemasaran. Namun, saya hanya berhasil mengumpulkan buku seperti itu kurang dari 10 buah.

Minggu lalu, ketika di Singapura, saya tertarik pada buku unik berjudul Classic Failures in Product Marketing. Penerbitnya, Hardknock Factory, Malaysia. Slogannya cukup unik: 'Kegagalan Merupakan Bagian dari Sukses'. Perusahaan ini didirikan Billi Lim, 51 tahun, pria dari keluarga besar dengan 14 saudara.

Sejak remaja hingga dewasa, hidupnya dipenuhi kegagalan. Kisah suram itu dikumpulkannya menjadi buku berjudul Dare To Fail yang sangat sukses dan sudah diterjemahkan kedalam tujuh bahasa. Kini, ia jadi pembicara dan pelatih dalam berbagai seminar unik. Temanya membicarakan sejumlah kegagalan, dan bagaimana kita bisa belajar darinya.

Berkat kemahiran uniknya ini, ia kini dikenal media sebagai 'Failure Guru'. Ia berhasil membalik nasibnya, dan menjadikannya kegagalannya menjadi sebuah aset istimewa. Kini, perusahaannya menghususkan diri untuk menerbitkan buku-buku khusus yang membahas aneka kegagalan.

Kegagalan memang menyakitkan. Tak ada yang suka padanya. Tapi, kita harus mampu belajar darinya. Seringkali, setiap terjadi kegagalan, kita hanya bersikap meratapinya. Padahal, menurut Billi, sang guru kita, kegagalan sebenarnya sesuatu yang normal.

Solusinya adalah belajar darinya. Sebab, kegagalan bisa mengajarkan kita rasa malu, sabar, dan belas kasihan. Tapi, karena kegagalan itu memalukan, tak jarang kita cenderung berusaha melupakannya.

Didekat New York, ada museum aneh, International Supermarket and Museum. Disini disimpan tak kurang dai 60.000 jenis barang konsumen yang pernah gagal di Amerika. Sebagai pembanding, dipajang juga produk-produk yang sukses. jumlahnya jauh lebih sedikit. Cuma 15.000.

Menyimak situasi ini, secara matematik mestinya kita bisa mengambil kesimpulan: dari tiap lima produk yang diluncurkan, hanya satu yang sukses. Tak mungkin kita menciptakan produk yang langsung sukses, tanpa sejumlah masalah. Gagal memang bagian dari sukses.

Diambil dari INTRIK 7 Jurus Sukses oleh Kafi Kurnia