



DISRUPSI: PELUANG DAN TANTANGAN PEMASARAN

Rini Astuti¹ ✉

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Gajayana Malang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima 2020-08-18

Disetujui 2020-12-27

Dipublikasikan 2021-04-30

Keywords:

*disruption; hidroganic;
youtube; behaviour.*

Abstrak

Penelitian ini membahas mengenai revolusi industri 4.0 yang mendorong terjadinya disrupsi dalam bidang pertanian dan manajemen (promosi). Penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus digunakan untuk melakukannya karena hanya akan mendalami kasus Pak Basiri, sebagai subjek penelitian, subjek tunggal yang merupakan *condito sine qua non* yang terkenal dengan penemuan *hidroganic*-nya. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan diperoleh hasil bahwa penggunaan *YouTube* dalam menyebarkan pengetahuan *hidroganic* yang dipilihnya tanpa disadari telah bermetamorfosis menjadi wahana promosi diri dan sekaligus sumber penghasilan. Di samping mendapatkan penghasilan dari *YouTube*, tidak sedikit orang atau organisasi yang tertarik pada produk unggahannya datang menemuinya atau berkomunikasi melalui hape untuk menerapkan model bertani yang ditawarkannya. Semua itu tidak pernah disangka akan terjadi sehingga Pak Basiri dinilai berperilaku unik, dalam wujud kesukaannya untuk berbagi, menolong dengan ikhlas, berpikir ke depan, berjalan sesuai aturan, terus melakukan riset, dan taat beragama.

Abstract

This research is about industry revolution 4.0 which supports disruption in agriculture and management (advertising). Qualitative method with case study analysis is used in this research, specifically on Mr Basiri case as the subject, who is the condito sine qua non, known for his hidroganic invention. According to the analysis, it can be concluded that, by using YouTube to spread his knowledge, he was able to promote himself and obtain a source of income. Besides earning revenue from YouTube, a lot of people and organizations who are interested in his uploaded videos actually come to meet him or communicate with him through mobile phone to implement his farming model. Everything that had happened unexpectedly made him viewed as unique, as he loves to share, help, think ahead, follow the rules, do continuous research, and live religiously.

✉Alamat korespondensi :

Riniastuti24263@gmail.com

PENDAHULUAN

Revolusi industri 4.0 yang terjadi saat ini diikuti juga oleh revolusi *marketing* 4.0. Perkembangan dari evolusi *marketing* yang dimulai dari *marketing* 1.0 (*product centric marketing*), *marketing* 2.0 (*customer centric marketing*), *marketing* 3.0 (*human centric marketing*), dan saat ini *marketing* 4.0 (*marketing* 3.0 + *digital*). Awal



permulaan, tujuan dari *marketing* adalah menjual produk, kemudian memuaskan dan mempertahankan pelanggan, berlanjut dengan menciptakan perubahan positif di dunia serta hadirnya era digitalisasi.

Hadirnya revolusi industri 4.0 telah menjungkirbalikkan berbagai tahapan bisnis, termasuk tahapan dan definisi *marketing* dengan munculnya disrupsi. Istilah yang dilontarkan oleh Wessel & Christensen (2012) dalam jurnalnya yang berjudul *Surviving Disruption*. Disrupsi merujuk kepada perubahan yang mendasar atau fundamental. Christensen menyebut disrupsi sebagai sebuah perubahan besar yang membuat industri tidak berjalan seperti biasa, umumnya karena penemuan teknologi. Saat ini kita mengarah kepada disrupsi generasi keempat yang dipicu terutama oleh kehadiran internet dan dunia *virtual*. Disrupsi bisa dilihat sebagai ancaman, tetapi bisa juga menjadi peluang. Lebih lanjut dikatakan bahwa perubahan seringkali layaknya misil yang siap merontokkan bisnis apa pun jika sang pelaku tidak siap menghadapinya. Teknologi komunikasi digital mengakibatkan disrupsi besar yang terjadi dalam satu dekade terakhir. Tidak hanya melanda negara Indonesia, namun juga seluruh dunia.

Sementara itu, apabila dilihat dari perkembangan data statistik per 2019 di Indonesia, terdata bahwa pengguna internet telah mencapai 132 juta penduduk, yang berarti sekitar 50 persen dari total penduduk Indonesia mengakses internet dalam aktivitas kesehariannya. Lebih detail lagi penggunaan *YouTube* di Indonesia telah berkembang dengan begitu pesat. Faktanya jumlah orang yang menonton *YouTube* telah meningkat sebesar 130 persen pada tahun 2016.

YouTube di Indonesia telah menjadi suatu *platform chanel* untuk menampung ide-ide kreatif, khususnya dari kalangan anak muda. Selain itu, *YouTube* juga bisa menjadi ajang untuk mempromosikan diri. Hal yang terpenting adalah semua dapat dilakukan secara gratis, dan bahkan bila beruntung bisa memberikan pemasukan atau pendapatan.

Selain itu, data statistik juga menunjukkan terjadi peningkatan yang signifikan sebesar 600 persen terkait jumlah video yang diunggah dari pengguna *YouTube* di Indonesia. Pertumbuhan ini pun tiga kali lebih besar dibandingkan dengan negara-negara lainnya di kawasan Asia Pasifik. Orang-orang kini sudah tidak ragu lagi untuk mempromosikan diri melalui video-video menarik yang diunggah melalui *YouTube* (Marsela, 2015).

Menurut Chandra (2018) dalam artikelnya, secara umum media sosial memiliki ciri-ciri, yaitu: (a) pesan yang disampaikan dan diterima tidak meliputi antar personal tetapi meliputi multi pengguna; (b) pesan yang disampaikan tidak terkontrol dan bebas; (c) pesan yang disampaikan diproses lebih cepat dibandingkan media lainnya; (d) penerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Lebih lanjut dijelaskan salah satu bagian media sosial yang menjadi perhatian khusus bagi pengguna dari segala umur adalah media sosial *content*, yaitu situs *video sharing YouTube*. Berbagai kalangan umur tertarik untuk menggunakan situs *video sharing YouTube*, sesuai dengan tema masing-masing dekade umur. Perkembangannya sangat pesat, terbukti pada tahun 2006 *YouTube.com* telah mengunggah video baru sebanyak 65.000 dan mencapai 100.000 video hingga bulan Juli 2006 ke situs *video YouTube*. Rekor tersebut mampu menembus 5 situs terpopuler di situs *Alexa.com*, jauh mengalahkan situs *MySpace.com*. Pada bulan Juni 2006 situs *video YouTube* memasuki bidang kerja sama pemasaran dan periklanan dengan NBC. Situs *video YouTube* sebagai salah satu bagian dari *social networking* dalam kategori media sosial dalam perkembangannya telah menghasilkan berbagai dampak nilai bagi para penggunanya, selain kemudahan dalam berhubungan satu dengan lainnya tanpa dipengaruhi jarak dan waktu. Progres dan kecepatannya dalam mencapai sebuah popularitas telah terwujud bagi para penggunanya. Tak luput pula dari berbagai kalangan masyarakat yang mulai gemar mengunggah video-video mereka ke situs *video YouTube*. Dalam waktu singkat karya mereka bahkan ada yang menjadi pembicaraan berbagai media *infotainment* di masyarakat.



Akibatnya keberadaan *YouTube*—dan media sosial lainnya, seperti *Instagram* dan *Facebook*—pemasaran model lama nyaris tidak berlaku lagi, pemasaran model baru ini bahkan dapat menghasilkan uang, bukan mengeluarkan uang dengan jumlah yang tidak sedikit, sebagaimana yang terjadi pada model pemasaran lama. Inilah yang disebut dengan disrupsi (yang menjungkirbalikkan konsep lama terkait pemasaran). Anggaran pemasaran untuk promosi jauh berkurang, sebaliknya pemasaran justru menghasilkan uang atau pendapatan.

Pak Basiri adalah salah satu contoh yang memanfaatkan cara ini. Sebagai seorang lulusan SPMA Pertanian, dari Desa Kanigoro, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang, beliau menemukan cara menanam padi dengan istilah *hidrogranik* (memanfaatkan sistem tanam seperti hidroponik tetapi menggunakan media tanam berbahan organik). Berbekal pengetahuan yang diperolehnya dari SPMA Pertanian serta terus-menerus melakukan riset di bidang pertanian, atas usul anak-anak asuhnya ditemukannya *hidrogranik* tersebut. Bermula dari rasa keprihatinannya mengetahui lahan produktif pertanian semakin hari semakin berkurang, sedangkan kebutuhan pangan semakin meningkat, pria yang sederhana ini, berjuang bersama dengan istrinya dalam mendanai riset-risetnya yang membutuhkan waktu cukup lama (sekitar lima tahun dari sekarang) dan dana yang tidak kecil untuk ukuran keluarga tersebut, akhirnya membuahkan hasil.

Orang desa yang tidak menguasai teknologi informasi di masa revolusi 4.0 yang begitu canggih itu akhirnya memperoleh jalan untuk menyebarkan temuannya tersebut. Dengan kesalehan perilakunya, Pak Basiri, berdasarkan saran yang disampaikan oleh anak-anak asuhnya yang masih muda belia, setuju untuk memilih media *youtube* sebagai sarana untuk menyebar-luaskan hasil temuannya tersebut. Akibat selanjutnya banyak tamu berkunjung ke kediamannya. Ada yang hanya melihat-lihat dan bertanya-tanya tentang hidrogranik, ada juga yang berguru serta mempraktikkan di tempat yang lain. Dengan keikhlasannya semua tamu diterima dengan baik. Dari pergaulannya dengan para pengunjung, baik di alam nyata maupun di alam maya, Pak Basiri sering diundang untuk memberikan ilmunya di seminar-seminar di luar Kabupaten Malang, bahkan sekarang ini dia memenuhi permintaan pengusaha burung walet di Kalimantan. Bagi tamu yang berguru dan mempraktikkan di tempat lain yang mengalami kendala teknis, tidak segan-segan Pak Basiri mau dijadikan tempat untuk konsultasi, semuanya dilayani dengan senang hati tanpa dipungut biaya.

Gaya hidup Pak Basiri yang masih tetap bertahan dengan kebersahajaan, kesederhanaan, dan apa adanya itu mengundang sejumlah tanya terkait dengan sikap dan cara pandang kehidupannya. Untuk mengetahui mengapa semua itu dapat terjadi pada Pak Basiri, maka dipilihlah penelitian kualitatif dengan analisis studi kasus, meskipun masih sangat sederhana.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan studi kasus, karena hanya akan mendalami kasus Pak Basiri, sebagai subjek penelitian, yang terkenal dengan penemuan *hidrogranik*-nya. Studi kasus yang digunakan untuk menganalisis isu ini termasuk ke dalam tipe studi kasus intrinsik. Studi kasus ini mengandung arti bahwa studi yang dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang suatu kasus khusus. Studi kasus cenderung berfokus untuk mendeskripsikan dan menjelaskan secara menyeluruh, atau suatu penelitian yang sangat mendalam mengenai satu masalah/subjek satu tempat yang sangat khas. Hal ini didukung oleh Rahardjo (2017) yang menyatakan bahwa studi kasus ialah suatu rangkaian kegiatan ilmiah yang dilakukan secara intensif, terinci, dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut. Oleh karena itu, tingkat kedalaman



studi kasus, menurut Yin (1993), tidak cukup jika hanya menanyakan “apa” (*what*), tetapi juga harus disertai dengan pertanyaan “bagaimana” (*how*) dan “mengapa” (*why*) kasus yang dijadikan subjek itu dapat terjadi. Penjelasan adalah bahwa pertanyaan “apa” hanya dimaksudkan untuk memperoleh pengetahuan deskriptif (*descriptive knowledge*); “bagaimana” (*how*) untuk memperoleh pengetahuan eksplanatif (*explanative knowledge*); sedangkan pertanyaan “mengapa” (*why*) ditujukan untuk memperoleh pengetahuan eksploratif (*explorative knowledge*).

Informan dalam riset ini terdiri dari tiga orang, yaitu: Bapak Basiri, Ihsan (anak asuh), Bapak Bagyo (tamu). Subjek tunggal yang merupakan *condito sine qua non* (Raco, 2018) mendudukkan Pak Basiri sebagai informan utama, sedangkan dua yang lainnya merupakan informan pendukung. Informasi yang lain diambil dari *YouTube*. *Conditio sine qua non* mempunyai pengertian suatu sebab yang menjadi sumber dari banyak akibat. Raco (2018) mencontohkan, untuk mengerti perilaku manusia maka pemahaman budaya merupakan *conditio sine qua non*. Dalam menganalisis data dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: reduksi data, penyajian atau pemaparan data, dan penarikan kesimpulan dan pengecekan atau verifikasi (Miles & Huberman, 1992). Selain itu, ditempuh pula langkah triangulasi yang dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan hasil observasi langsung yang disebut triangulasi sumber (Moleong, 2018). Demikian juga dilakukan perbandingan pada hasil wawancara dengan wawancara berikutnya, serta melakukan konsultasi atau diskusi dengan pakar. Pakar yang dipilih tentu harus terkait dengan informasi yang bersangkutan. Dengan dilaksanakannya teknik-teknik tersebut, keabsahan informasi dapat terjamin (Peräkylä, 2004).

HASIL

Barangkali sudah banyak ahli yang telah mengungkap ciri-ciri orang yang berhasil. Meskipun demikian, mencari dan mendiskusikan pendapat mereka menjadi kurang relevan ketika ditemukan sebuah buku karya Jennie.S. Bev (2006), yang berjudul *Rahasia Sukses Terbesar*. Oleh sebab itu, rumusnya digunakan untuk menganalisis kasus Pak Basiri. Menurut Bev (2006) orang sukses itu memiliki sepuluh sikap dan kepribadian, yaitu keberanian berinisiatif, tepat waktu, senang melayani dan memberi, membuka diri lebih dahulu, bekerja sama dan membina hubungan baik, mempelajari hal-hal baru, tidak pernah mengeluh, tanggung jawab dan berani menanggung resiko, berpikir positif, dan nyaman dengan diri sendiri. Selanjutnya, kesepuluh sikap dan kepribadian itu akan diterapkan satu per satu.

1. Keberanian Berinisiatif

Kekuatan terbesar dari orang-orang yang sukses yaitu mereka selalu punya ide-ide cemerlang. Inisiatif sebenarnya adalah kekayaan semua orang, tinggal orang itu mau atau tidak untuk berinisiatif mengemukakan ide-idenya. Hal ini sangat relevan jika dikaitkan dengan keprihatinan Pak Basiri terhadap informasi bahwa Indonesia akan kehilangan banyak lahan pertanian. Dalam hal ini dia menyatakan,

saya baca di situsnya kementerian tahun 2016, lahan pertanian kita itu 8 juta hektar. Tahun 2018 lahan pertanian berkurang tinggal 7 juta hektar. Pak Menteri waktu itu di Gorontalo menyatakan, jadi kita kehilangan 1 juta hektar dalam kurun 2 tahun. Sementara hanya mampu menyetak lahan sawah konvensional baru sebesar 300.000 hektar dalam waktu 4 th. Jadi lahan yang hilang sebesar 700.000 hektar. Per hektar bisa menghasilkan padi 6 ton terutama di pulau Jawa. Di luar pulau Jawa? Tanah bergambut, sehingga tidak optimal, per hektar hanya menghasilkan 3 ton. Dua puluh tahun lagi makan apa? Kayak gini kan bisa ditanam di atas gedung. Seharusnya ada aturan atau kewajiban dari pemerintah, kamu boleh bangun pabrik, tapi 10% untuk nanam padi. Indonesia akan menjadi pengimpor beras terbesar di dunia. Aku kepingin cepet, ayo..., sana..sana...sana, [dengan menggebu-gebu dikatakan] kita itu butuh makan, butuh pangan, nanti tahun 2040 kita jadi



pengimpor beras terbesar di dunia karena sawahnya habis. Cepet ayo bikin sana...bikin sana. (Wawancara tanggal 21-7- 2019)

Keunggulan *hidrogranik*, padi ditanam tidak di lahan sawah, menggunakan tanam benih langsung (tabela). Salah satu kenapa anak-anak milenial tidak mau ke sawah adalah takut kotor, *blethok-blethok*, ini bertani dengan bersih. Banyak keuntungan yang lain dari *hidrogranik*, misalnya: tidak usah memupuk, tidak perlu membajak, tidak perlu *matun*. Hasilnya jauh lebih banyak, empat kali lipat dibandingkan dengan lahan konvensional, belum lagi hasil panen ikan. Bertanam padi *hidrogranik* bisa di atas lahan yang bergambut atau bisa juga di lahan kering. Tidak tergantung musim, musim panas pun bisa menanam padi. Air yang dibutuhkan tidak sebanyak lahan konvensional, tidak perlu mengganti air, hanya menambah bila kurang. Memang pada awalnya, menyediakan uang untuk membeli peralatan, seperti paralon, terpal, pompa air, dan lain-lain. Akan tetapi peralatan tersebut tidak sekali pakai, bisa untuk beberapa kali menanam padi.

Ketakutan Pak Basiri akan anak cucu yang tidak bisa makan beras karena semakin habisnya lahan sawah, juga ketakutan bangsa Indonesia menjadi pengimpor padi terbesar di dunia melatarbelakangi risetnya tentang makanan pokok bangsa Indonesia ini. Generasi milenial yang tidak suka bertani, yang salah satunya karena bergelut dengan lumpur, mengilhami penemuan *hidrogranik* ini. Keinginan yang menggebu-gebu agar banyak orang yang menanam padi secara *hidrogranik* sehingga kekhawatiran Pak Basiri tidak terwujud.

Keberanian Pak Basiri berinisiatif untuk mengatasi kelangkaan pangan, terutama makanan pokok orang Indonesia, tanpa diduga telah membawanya pada satu titik keberhasilan. Ditambah dengan terobosan yang lain di bidang pertanian (pupuk organik dan mikroba yang terjangkau petani) dalam mewujudkan inisiatifnya menambah kapitalnya untuk memperoleh keberhasilan tersebut. Terlebih lagi isu makanan organik dewasa ini juga semakin menarik perhatian bersama.

2. Tepat Waktu

Kita semua memiliki jumlah waktu yang sama, yaitu 24 jam sehari. Seorang yang menepati janji dan tepat waktu menunjukkan bahwa dia adalah seorang yang memiliki kemampuan mengatur/*manage* sesuatu yang paling terbatas tersebut. Kemampuan untuk hadir sesuai janji adalah kunci dari keberhasilan, terutama keberhasilan berbisnis dan berinteraksi. Memberikan perhatian lebih terhadap waktu merupakan pencerminan dari rasa hormat terhadap diri sendiri, kolega maupun mitra kita.

Untuk kasus Pak Basiri, berdasarkan pengalaman pertemuan dan wawancara tanggal 13-6-2020, pengertian tepat waktu tidak hanya terkait dengan, misalnya, janji bertemu dengan seseorang. Seiring dengan kesibukannya yang semakin meningkat akibat penemuannya, semakin banyak orang yang ingin menemuinya, baik dari sekitar desa tempat tinggalnya maupun bahkan dari daerah-daerah lain. Mengenai hal ini pun dia termasuk orang yang sangat menghargai waktu karena hal tersebut bukan hanya menyangkut dirinya tetapi juga tamu yang akan menemuinya. Untuk menghindari terjadinya selisih waktu, Pak Basiri membekali diri dengan telepon pintar untuk membuat menentukan waktu pertemuan. Selain dalam bentuk membuat janji dengan para tamu, penghargaannya terhadap waktu juga tampak terkait dengan pelaksanaan shalat wajib. Ketika terdengar adzan shalat Dhuhur dari masjid di dekat rumahnya, misalnya, dia dengan hati-hati meminta diri untuk melaksanakan shalat atau bahkan mengajak tamunya untuk shalat di masjid jika diketahuinya bahwa tamunya seorang Muslim.

Selain itu, penemuannya itu pun tepat dari sisi momentum. Bisa dibayangkan jika, misalnya belum ada *Youtube*, Pak Basiri tentu akan mengalami kesulitan untuk menyebarkan penemuannya tersebut. Oleh sebab itu, ketika ada usulan dari anak



asuhnya untuk memanfaatkan saluran tersebut langsung disambutnya dengan gembira. Berkurangnya lahan pertanian, terutama di pulau Jawa, serta hadirnya kaum milenial yang tidak suka bertani secara konvensional (*blethok-blethok*, tidak keren) saat ini terjawab dengan adanya terobosan baru melalui *hidrogranik* tersebut. Dengan penemuan tersebut diharapkan banyak petani muda akan mengikutinya dengan mempraktikkan di daerah masing-masing, sehingga ketakutan Pak Basiri bangsa Indonesia menjadi pengimpor beras atau makanan pokok orang Indonesia tidak terjadi.

3. Senang Melayani dan Memberi

Sebuah rumus terkait dengan kesuksesan dari banyak orang yang berhasil meraihnya dalam kehidupan berkelompok adalah mampu memimpin. Sikap pemimpin yang bagus bukanlah mereka yang pandai memerintah, tetapi mereka justru pandai melayani dan memberi. *The more you give to others, the more respect you get in return* (Semakin banyak kita memberi, akan semakin banyak orang menghormati/menghargai kita). Untuk dapat melakukannya, keikhlasan adalah kuncinya. Dengan demikian, melayani dan memberi tidak akan terasa membebani sebaliknya justru menjadi pembuka untuk berbuat baik. Setidaknya dengan memberi dan melayani berarti menunjukkan kepada teman, kolega serta rekan kita betapa pedulinya kita kepada mereka sehingga mereka lebih yakin untuk bermitra dan bergaul dengan kita.

Sebagaimana telah disampaikan, akibat dari unggahannya di *YouTube*, tidak sedikit orang atau organisasi yang tertarik pada produk unggahannya datang menemuinya atau berkomunikasi melalui telepon untuk menerapkan model bertani yang ditawarkannya. Semua itu tidak pernah disangka akan terjadi sehingga Pak Basiri dinilai berperilaku unik. Anggapan demikian itu terjadi karena banyak orang dari berbagai kota yang datang untuk belajar *hidrogranik* tanpa dipungut biaya. Lebih dari itu, mereka dilayani dengan baik seperti saudara sendiri walaupun baru saja kenal. “Memberi ke orang itu harus ikhlas, ketemu saudara, karena saudara ya berbagi,” demikian jawabnya ketika ditanya mengenai hal tersebut (Wawancara tanggal 21-7-2020). Tamu dari berbagai kalangan, yang, menurutnya, kebanyakan dari warga keturunan Tionghwa itu, (“ini gak boleh ke mana-mana”), semua dianggap istimewa dengan hanya satu permintaan/perjanjian lisan agar “[penjelasan saya] ini gak boleh [disebarkan] ke mana-mana.” Begitulah Pak Basiri memperlakukan mereka. Walaupun tamunya berjam-jam di rumahnya, dijamu dengan baik, dilayani apabila ada pertanyaan-pertanyaan tentang *hidrogranik* tanpa ditutup-tutupi, dan tidak dipungut sepeserpun uang. Justru kadang-kadang bahkan benih diberikan cuma-cuma. Sebagai tamu merasa sungkan, karena Pak Basiri memperlakukan tamunya seperti saudaranya, tanpa dipungut biaya, malah dijamu dengan disediakannya makanan kecil dan buah, serta minuman. Suatu hari ada tamu yang ahli di bidang perikanan, dengan kesalehan Pak Basiri, tamu tersebut malah memberikan resep-resep penting tentang perikanan, misalnya cara budidaya ikan, supaya ikan tidak mudah mati. Resep tersebut belum pernah diberikan ke siapa pun, sebagai respek dari tamu ke Pak Basiri. Tamu yang lain Pak Bagyo, seorang pensiunan Bank Mandiri yang ingin mengisi waktunya untuk bertani. Informasi diperolehnya dari *YouTube* yang dilihatnya. Setelah alamat didapatkan, berkunjunglah beliau ke kediaman Pak Basiri. Beberapa kali beliau datang, berkonsultasi, akhirnya ilmu tersebut dipraktikkan di Depok, Jawa Barat tempat kediamannya. Banyak juga dari pondok pesantren yang datang, untuk memberi keterampilan kepada santrinya sekaligus untuk sumber makanan masyarakat pondok.

Dalam falsafah Jawa, manusia adalah makhluk sosial yang tidak bisa hidup sendiri atau tidak bisa bertahan hidup tanpa bantuan orang lain. Oleh karena itu sebagai manusia harus selalu menjaga hubungan dengan orang lain, karena suatu saat akan meminta bantuan dan dimintai bantuan oleh saudara, orang tua, dan orang lain (Sulaksono, 2014). Lebih lanjut, *wrip iku urup* (hidup itu nyala). Maksudnya adalah hidup itu hendaknya memberi manfaat bagi orang lain di sekitar kita. Semakin besar manfaat yang bisa kita berikan tentu akan lebih baik, tetapi sekecil apapun manfaat yang dapat kita berikan jangan sampai kita menjadi orang yang meresahkan masyarakat.



Jadi senang melayani dan memberi, terlihat pada waktu ada tamu. Memberi ilmu ke semua tamu secara tulus dan tidak ditutup-tutupi. Demikian juga memberi ilmu kepada anak-anak asuhnya sekaligus *ngopeni* mereka adalah bentuk kesalehan Pak Basiri.

4. Membuka Diri Lebih Dahulu

Rasa percaya dan kebesaran hati untuk membuka diri terhadap lawan bicara merupakan cermin bahwa kita nyaman dengan diri sendiri. Itulah yang dicari oleh para partner sejati dan sebagian besar dari kita akan setuju, bahwa tidak banyak orang yang mau bekerja sama dengan orang yang misterius.

Sebagai seorang yang sederhana dan taat beribadah, membuka diri lebih dahulu adalah perilakunya sehari-hari. Tampil di *YouTube* dengan hidroganiknya merupakan salah satu tanda bahwa Pak Basiri membuka diri tentang hasil temuannya. Selain itu, pilihan tersebut juga terkait dengan mimpinya untuk ikut sedikit membantu bangsa menyelesaikan masalah ketersediaan pangan. Hal ini didasarkan suatu pemikiran bahwa tidaklah mungkin temuannya ditindaklanjuti sendirian, semakin banyak orang yang mengikutinya mimpi tersebut akan menjadi kenyataan, sebagaimana tertuang dalam pernyataan yang sebelumnya telah disampaikan dalam tulisan ini, “Aku kepingin cepet, ayo..., sana...sana...sana, ...” (Lihat kutipan data di bagian 1. Keberanian Berinisiatif.) Gotong royong membangun bangsa sangat diperlukan sehingga bangsa Indonesia bisa memenuhi kebutuhan pangan secara mandiri dan ini tidak mungkin dapat dilakukan dengan baik jika tidak didasari dengan kebersediaan untuk membuka diri lebih dahulu agar orang lain bisa ke dalam pemikiran atau kelompok yang kita bangun.

5. Bekerja Sama dan Membina Hubungan Baik

Tidak ada ceritanya orang bisa sukses tanpa didukung oleh relasi dan mitra kerja karena kemampuan bekerja sama adalah salah satu kunci keberhasilan. Bentuk kerja sama dan membina hubungan baik terlihat di Bengkel Mimpinya. *Hidroganik* ditemukan dari hasil kerja sama antara Pak Basiri sebagai pemimpin dan anak-anak asuhnya. Sekarang, untuk mengembangkan *hidroganik* temuannya dia bekerja sama dengan masyarakat sekitar yang peduli dengan mimpi Pak Basiri. Membina hubungan baik dengan masyarakat sudah dilakukan, bahkan dengan pimpinn daerahnya, Bupati Kabupaten Malang, juga dilakukan. Menurut pengakuan Pak Basiri (Wawancara tanggal 21-7-2020), Bupati Kabupaten Malang telah bersedia melakukan tanam padi perdana dan sekaligus berjanji akan memanennya ketika tiba saat panen. Langkah ini tentulah semakin membuat Pak Basiri dikenal masyarakat, karena kunjungan Pak Bupati diliput oleh media elektronik.

Kebersediaan untuk bekerja sama dan membina hubungan baik dengan sesama, yang sekaligus sebagai petunjuk kesalehan Pak Basiri juga terlihat dari adanya beberapa anak asuh yang tinggal di rumahnya. Selain mereka yang masih bersamanya, ada juga yang sudah dinilai pandai dan diserahkan kembali kepada orang tuanya. Ketika salah satu anak asuhnya yang bernama Ishak tampak akan pergi, Pak Basiri menyapa, “Mau ke mana? Bapak belikan rokok, Nak, uangnya di Ibuk.” Cara memanggil demikian itu dipilih untuk menunjukkan kekrabannya dengan anak asuh tersebut. Waktu anak tersebut didekati dan ditanya apakah sudah lama tinggal bersama Pak Basiri, dia menjawab “Saya anak Pak Basiri.” Jawaban seperti itu mengandung makna bahwa dia sudah lama tinggal di sana karena sebagai anak.

Di Desa Kanigoro sendiri, Pak Basiri beserta teman-teman mendirikan yayasan pendidikan mulai dari TK sampai SMA. “Jadi kalau ada anak asuh ya disekolahkan di sana. Mas Ishak ya lulusan sana. Mereka tidak bayar, tetapi sebenarnya pengurus yang urunan atau ada orang yang *support* untuk biaya pendidikan anak-anak.” Di sekitar sini tingkat pendidikan anak-anak rata-rata 70% hanya sampai SMP. Karena orang tua sudah tidak bisa membiayai sekolah lebih lanjut, mereka pada bekerja di kafe” (wawancara tanggal 21-7-2020). Hal ini membuat Pak Basiri prihatin. Oleh karena itu yang menjadi cita-cita Pak Basiri membeli lahan di sebelah timur rumahnya untuk dijadikan panti atau



rumah singgah yang menampung anak-anak yatim piatu dan dhuafa, untuk diajari keterampilan-keterampilan sebagai bekal mereka hidup. Setelah itu dikembalikan ke daerahnya untuk membangun daerahnya dengan ilmu dari sini. “Seperti Mas Ishak ini nanti kalau sudah selesai akan kita kembalikan” (wawancara tanggal 21-7-2020).

Dalam budaya Jawa ikhlas (*rila*), keikhlasan hati sewaktu menyerahkan segala miliknya, kekuasaannya, dan seluruh hasil karyanya kepada Tuhan dengan tulus ikhlas, dengan mengingat bahwa semua itu ada pada kekuasaanNya. Oleh karena itu harus tidak ada sedikit pun yang membekas di hatinya. Orang yang mempunyai sifat rela, tidak sepatutnya mengharap hasil dari apa yang telah diperbuatnya (Herusatoto, 2013).

Gotong royong sebagai ciri masyarakat pedesaan masih hidup di lingkungan Pak Basiri. Pada waktu ada acara kedatangan Bapak Bupati Malang, tanpa diperintah, tanpa diberi upah, masyarakat sekitar ikut membantu dan mendukung agar jalannya acara sukses.

Salah satu bentuk kemasyarakatan Jawa adalah gotong royong. Sistem hidup kekeluargaan di suku Jawa tergambar dalam hukum adatnya. Adat istiadat yang berlaku, di mana setiap laki-laki dalam keluarga mempunyai pekerjaan yang berat, seperti menggarap sawah, membuat rumah, memperbaiki jalan desa, membersihkan kompleks makam, dan sebagainya. Pekerjaan yang berat tersebut biasanya dilakukan dengan bergotong-royong yang merupakan ciri khas kehidupan di desa. Ciri khas ini dituangkan dalam semboyannya, seperti *saiyeg saekopraya*, yang artinya bergerak bersama untuk mencapai tujuan bersama (gotong royong). Gotong royong merupakan rangkaian hidup tolong-menolong sesama warga maupun keluarga. Hidup bersama dengan menerapkan gotong royong, merupakan ciri khas kekeluargaan. Gaya hidup ini selalu diwariskan dari generasi ke generasi berikutnya. Walaupun sudah mulai luntur dengan berjalannya waktu jiwa gotong royong ini, akan tetapi masih ada juga sisa-sisa semangatnya. Misalnya, adat di desa-desa yang disebut *rembug* desa, tukang batu yang membangun rumah tetangganya meminta tidak dibayar satu hari kerja (istilahnya *soyo*). Demikian juga adanya koperasi, arisan dasa wisma, perkumpulan olah raga, pemuda. Orang Islam punya majelis taklim, kelompok tahlillan, diba'an, Yasinan, dan sebagainya, untuk berkumpul. Lagipula, pekerjaan akan lebih mudah terselesaikan bila dilakukan bersama-sama. Budaya ini terdapat dalam filosofi Jawa yaitu '*guyub agawe santosa*'. Masyarakat yang *panjang-punjung pasir wukir lohjinawi, tata tentrem kerta-raharja* adalah cita-cita dan tujuan masyarakat gotong royong. Oleh karena itu masyarakat Jawa bukanlah persekutuan individu-individu, melainkan satu kesatuan bentuk, satu untuk semua dan semua untuk satu (Herusatoto, 2013).

Pada waktu ada acara penanaman padi oleh Bapak Bupati Malang, masyarakat sekitar rumah Pak Basiri ikut membantu dan mendukung agar acaranya berjalan dengan sukses. Kedatangan warga sekitar tanpa diperintah, tanpa diberi upah, membantu tenaga demi suksesnya acara. Orang Jawa sangat suka akan kebersamaan, sehingga mereka selalu mempertahankan budaya gotong royong, ada ungkapan: berfaedah atau tidaknya, yang penting berkumpul. Hal ini dilakukan untuk selalu menjaga silaturahmi dan tali persaudaraan. Selain itu, kebiasaan ini juga dipercaya dapat mengikis egoisme seseorang, sehingga orang tersebut mengutamakan kepentingan bersama daripada kepentingan diri sendiri.

Nilai kebersamaan manusia Jawa dengan ucapan, tindakan, perbuatan, dan perilakunya. Manusia Jawa harus dapat menjaga, melindungi, mempertahankan, memantapkan nilai kekeluargaan, ketolong-menolong, kegotong-royongan, dan ketenteramdamaian ini sehingga kebersamaan terjaga dan terpelihara. Lebih lanjut, ketolong-menolong yang terkait dengan kekeluargaan ini tampak pada ajaran sekaligus tradisi *tulung-tinulung, sak dulur kudu tulung-tinulung, nepil, nggendong indit, sambatan/sambar-sinambat, mbiyada, njurung, sinoman, melekan/lek-lekan, lan tetulung layat*. Nilai kegotong-royongan manusia Jawa berkenaan dengan kekawanan, kekelompokan, kepartisipasian, kesalinghubungan, kesalingbutuhan, dan kesaling



bertanggungjawaban demi keterjagaan dan keterpeliharaan alam semesta dan manusia Jawa. Kegotong-royongan berhubungan secara mutualistik dengan kekeluargaan dan ketolong-menolong dalam usaha mempertahankan dan memelihara kebersamaan (Saryono, 2011).

6. Mempelajari Hal-hal Baru

Dengan kegemarannya mencari hal-hal baru serta langsung menerapkannya, maka dunia bisnis semakin terbuka luas. Dunia bisnis itu ibarat tempat bermain yang luas dan tidak terbatas. Jadi senang belajar dan mencari hal baru adalah sebuah sikap yang mendukung kesuksesan. Namun demikian, kesuksesan di satu bidang, betapa pun kecilnya, harus sudah dicapai terlebih dahulu sebelum kemudian melakukan ekspansi ke bidang yang lain.

Hidroganik ditemukan sebagai cara yang baru dalam hal bercocok tanam, terutama padi, yang lebih mungkin disukai untuk generasi masa kini—yang lebih dikenal dengan generasi milenial—dibandingkan dengan cara yang lama yang sudah tidak mereka sukai. Salah satu sebab utamanya adalah bahwa, dengan cara tanam demikian, mereka tidak perlu lagi bergelut dengan lumpur yang, tentunya, membuat penampilan mereka “Gak keren,” menurut anak-anak asuh Pak Basiri (Wawancara 21 Juli 2020), selain jauh lebih praktis karena tidak perlu membajak sawah, meratakan dan melembutkan tanah—*nggaru*—dan menyingangi rumput, *matun*. Hal-hal itulah, di antaranya, yang menjadi daya tarik cara bertanam *hidroganik a la* Pak Basiri.

Yang perlu dicatat adalah bahwa hasil tersebut bukan begitu saja dicapai secara *instant*. Pemikiran yang semula dinilai baru itu tentu harus diperjuangkan dengan gigih. Berjuang dengan melakukan riset sendiri, kecuali dengan istri, selama lebih kurang empat tahun, akhirnya membuahkan hasil berupa penemuan inovatif *hidroganik* (cara menanam seperti hidroponik tetapi dengan media tanam menggunakan bahan dan pupuk organik). Walaupun *hidroganik* telah berhasil ditemukan dan menghasilkan produk 4:1, jika dibandingkan dengan cara konvensional, Pak Basiri tidak berhenti bereksperimen. Sambil menanam padi dengan *hidroganik*, penyempurnaan-penyempurnaan terus dilakukan. Dia berharap, misalnya, “... bisa mencapai perbandingan 6:1 atau bahkan 7:1 ‘kan lebih baik,” katanya (Wawancara 21 Juli 2020). Uji coba terus sambil berproduksi, bertahap sampai ketemu formula yang maksimal, seperti kata Pak Bagyo, “... menurut saya beliau ini petani yang mau berinovasi, gak mau diam [dan bukan] yang hanya meniru cara bertani leluhurnya.” Oleh karena itu, membuka diri terhadap hal-hal baru menjadi bagian dari hidup kesehariannya. Akibatnya, darinya akan lahir berbagai inisiatif. Inisiatif yang lain adalah keberaniannya untuk mengasuh anak-anak orang lain dengan membekali keterampilan bertani.

Kecuali masih menyempurnakan *hidroganik*-nya, media tanam dari limbah kotoran sapi dan ayam, yang sekaligus berfungsi sebagai pupuk, juga diproduksi sebagai hasil dari risetnya, yang dikerjakan bersama dengan anak-anak asuhnya di kebunnya yang diberi nama Bengkel Mimpi. Sekarang ini, yang sedang dilakukan dalam penelitiannya adalah pembuatan mikroba murah agar terjangkau oleh petani. Mikroba adalah cairan untuk mengurai pupuk organik agar jadi media tanam yang selama penanaman padi tidak perlu dipupuk lagi. Sementara ini mikroba diberi oleh sponsor yang sekarang berada dalam masa kontrak, “... kalau sudah habis kontraknya dengan sponsor ya beli. Untuk itu sebelum habis kontrak riset mikroba mudah-mudahan selesai,” lanjutnya (wawancara tanggal 21-7-2020). Dalam risetnya, Pak Basiri banyak dibantu dari sebuah balai (pertanian) yang ada di Pandaan dan beberapa sukarelawan orang ahli bidang pertanian. Hasil riset mikrobanya itu diharapkan bisa menekan harga mikroba sampai separuh di bawah harga pasar. Sementara ini, mikroba yang bagus mutunya masih di atas Rp. 100.000,- sampai Rp. 180.000,-. Mikroba di Bengkel Mimpi direncanakan hanya sebesar Rp. 75.000,-. “Jadi harus murah”.

Kecuali temuan *hidroganik*, *YouTube* juga merupakan hal baru yang dipilih Pak Basiri, sebagai media untuk membagikan atau menyebarkan temuan *hidroganik*-nya di



era revolusi 4.0, karena banyak penggemarnya. Sejak *YouTube* PakBasiri dilihat banyak orang, tamu terus berdatangan. Dengan demikian, penggunaan *YouTube* dalam menyebarkan pengetahuan *hidrokanik* yang dipilih Pak Basiri tanpa disadari telah bermetamorfosis menjadi wahana promosi diri dan sekaligus sumber penghasilan.

Di dalam teori pemasaran, media adalah pesan. *Youtube* adalah salah satu media untuk menyampaikan pesan, sebagai bentuk iklan yang mengikuti revolusi 4.0. Proses teknologi komunikasi massa memberikan sejenis pesan tertentu yang sangat imperatif. Di mana-mana komunikasi massa didefinisikan melalui sistematisasi pada tingkat media teknik dan kode, melalui produksi sistematis pesan-pesan, bukan mulai dari orang, tetapi berangkat dari medium itu sendiri (Baudrillard, 2015). Inilah kekuatan disrupsi *YouTube* dalam hubungannya dengan pesan penyebaran *hidrokanik* Pak Basiri.

Selanjutnya, terkait dengan disrupsi, menurut (Kasali, 2017), merupakan karakter perubahan pada abad ke-21: cepat, mengejutkan, dan memindahkan. Sebagian masyarakat merayakan perubahan, maka disrupsi adalah masa depan. Namun, bagi masyarakat yang sudah nyaman dengan keadaan sekarang dan takut dengan perubahan, maka mereka akan berpikir bahwa ini adalah awal kepunahan. Lebih lanjut, Kasali (2016) memberikan tiga hal untuk menghadapi era disrupsi. Pertama, organisasi tidak boleh berada di zona nyaman. Organisasi yang merasa sangat nyaman selalu berasumsi bahwa pelanggan mereka sudah sangat loyal. Padahal, ketika terjadi perubahan fundamental, sebagaimana yang terjadi saat ini, mereka perlu menengok ulang lagi apakah terjadi pergeseran segmen konsumen yang bisa jadi berkarakter lain dengan konsumen lama. Kedua, organisasi tidak boleh takut mematikan (kanibalisasi) produk sendiri dan membuat produk baru, jika produk lama tersebut tidak sesuai dengan perubahan. Cara ini mungkin terlihat ekstrim, tetapi harus dilakukan agar efektif dalam beradaptasi dengan perubahan. Ketiga, organisasi terus-menerus membentuk ulang atau menciptakan inovasi dengan memodifikasi yang sudah ada dalam bentuk lain atau bahkan menciptakan hal baru. Tiga strategi tersebut akan membuat disrupsi bukan sebagai ancaman, melainkan justru peluang untuk mendapatkan keuntungan dan mengembangkan organisasi.

Disrupsi di tangan Pak Basiri ditangkap dengan elegan. Sebagai salah seorang anggota masyarakat yang merayakan perubahan, penemuan *hidrokanik* harus segera diiklankan ke masyarakat luas. Bentuk iklan yang sesuai di era 4.0 adalah *Youtube*, dengan dibantu oleh anak-anak asuhnya jadilah ayahnya tampil memperkenalkan *hidrokanik*-nya. Tujuan tampil di *YouTube* untuk menyebarkan penemuan *hidrokanik* sudah diperoleh hasilnya dan bahkan telah melebihi apa yang diinginkan karena dari *YouTube* pula dia memperoleh tambahan pendapatan meskipun sebenarnya tidak ada keinginan untuk mencari uang darinya.

7. Tidak Pernah Mengeluh

Orang yang sukses bukan berarti bahwa mereka tidak pernah gagal, orang yang sukses adalah orang yang ketika gagal bisa dengan cepat untuk bangkit dan memulai usahanya kembali. Adalah wajar ketika gagal orang akan merasa sedih, kecewa bahkan marah, namun kegagalan tersebut bukan untuk disesali dalam waktu yang lama. Lance Armstrong (dalam Bev, 2006) pernah berkata, "*There are two kinds of days, good days and great days.*" (Hanya ada dua macam hari, hari yang baik dan hari yang sangat baik). Adalah baik jika kita tidak pernah mengeluh, walaupun suatu hari mungkin kita akan jatuh dan gagal. Karena setiap kali gagal, itu adalah kesempatan bagi diri kita untuk belajar mengatasi kegagalan itu sendiri sehingga tidak terulang lagi di kemudian hari.

Pak Basiri orang yang sabar dan tidak takut dengan kegagalan. Oleh sebab itu ketika ditanya tentang target waktu keberhasilan dalam melakukan riset yang dibiayai sendiri bersama istri, dia mengatakan "... terus terang saya jalan sendiri sama istri, ya kita nikmati *mawon*, kalau ndak satu ya dua tahun, kalau ndak dua tahun ya tiga tahun, kalau sampai akhir hayat ndak ya anak-anak saya yang melanjutkan. Anak-anak sudah saya doktrin, kamu harus berbagi" (Wawancara 21-7-2020).



Pak Basiri yang keturunan Madura Jawa sangat taat beribadah seperti yang dituturkan, "... kewajiban kita ya ibadah, kalau teman-teman yang lain mengikuti saya ya *monggo*. Kok sampek begini, *huwaAllahu a'lam*. Rejeki itu yang ngatur, kan bukan kita, saya tidak punya apa-apa, tapi kalau ingin apa-apa mesti dituruti itu lo. Jadi keikhlasan saja bu yang saya lakukan" (Wawancara 21 Juli 2020). Apabila sedang di rumah, terdengar suara adzan, Pak Basiri segera pergi ke masjid dekat rumahnya. Hal ini dilakukan walaupun sedang ada tamu di rumah, bila tamunya Muslim maka diajaklah ke masjid bersama-sama. Masih ada cita-cita luhur yang sedang dirintis,

... saya kepingin membangun panti atau rumah singgah, mudah-mudahan tanah sebelah cepet kebeli, mohon doanya. Rumah singgah khusus untuk anak yatim, piatu, dan dhuafa. Kalau ini [rumah singgah] bikin sesuatu, walaupun tidak banyak, bisa merubah pola pikir mereka. Kita didik keterampilan, kita sekolahkan. Saya kepingin tidak hanya keterampilan di bidang pertanian, tetapi juga teknik, listrik, dan sebagainya. Kita kasih keterampilan di sela-sela mereka sekolah. *Ngopeni* anak asuh (*ngenger*) banyak juga tantangannya, [karena pernah punya anak asuh yang suka mencuri, mencuri milik keluarga sendiri dan milik tetangga,] saya lama mendidik anak itu, butuh sabar, saya malu, mencuri punya warga, punya kita. Sekarang saya selektif, kita lihat sekolahnya kayak apa, di masyarakat kayak apa, baru kita ambil.

Begitulah cara Pak Basiri menyikapi permasalahan hidup, kegagalan dan masalah bukan untuk dikeluhkan melainkan digunakan sebagai pelajaran untuk menjadi lebih baik.

8. Tanggung Jawab dan Berani Menanggung Resiko

Orang yang sukses dalam bidang apapun, mereka selalu memiliki rasa tanggung jawab yang tinggi dan berani mengambil resiko atas semua keputusan dan tindakan yang diambil karena kegagalan dan kesuksesan adalah resiko yang harus siap dihadapi.

Apa yang dilakukan Pak Basiri beserta anak-anak asuhnya termasuk kelompok yang bertanggung jawab dalam melakukan riset dan berani menanggung resiko atas kegagalan yang terjadi. Selama empat tahun berjibaku dengan *hidrogranik*-nya dengan biaya ditanggung keluarga sendiri sebagai bukti bahwa dia sangat berani dalam menanggung resiko atas kegiatan yang dilakukannya. Peralatan untuk menanam padi dengan sistem *hidrogranik* membutuhkan modal sekitar sepuluh juta Rupiah. Angka itu tentu merupakan jumlah yang tidak sedikit bagi seorang petani desa. Kalau terjadi kegagalan, resiko yang ditanggung juga besar, bukan hanya dari segi materi tetapi juga dari segi nama baik. Bagaimana tidak? Pemikiran mengenai *hidrogranik* jelas merupakan sesuatu yang aneh di mata masyarakat desa. Itulah sebabnya maka tidak ada seorang pun yang menaruh perhatian terhadap pemikiran tersebut kecuali istri dan anak-anak asuhnya. Terlebih lagi, pendidikan Pak Basiri pun tidak tinggi: hanya lulusan SPMA atau SMK Pertanian, kalau menggunakan istilah sekarang. Baru belakangan ini *hidrogranik*-nya mendapat perhatian dan diikuti oleh beberapa orang sekitarnya. Itu pun masih disertai catatan bahwa semua bahan yang diperlukan berasal darinya. Meskipun sampai saat ini, menurut Pak Bagyo, salah seorang petani asal Depok Jawa Barat yang telah mengadopsi cara tanam *hidoganik* (Wawancara tanggal 1 Oktober 2020) penghasilan utama Pak Basiri berasal dari *fee channel YouTube* dan presentasi-presentasi yang dilakukannya, jualan produk pendukung, di samping beras dan ikan lele, Pak Basiri masih terus berusaha untuk mengembangkan penemuannya dan mencoba meneliti produk lain yang berhubungan dengan pertanian.

9. Berpikir Positif

Orang yang sukses selalu menata pikirannya untuk positif setiap saat. Dengan pikiran positif, maka perbuatan kita akan didasarkan oleh getaran positif, sehingga hal positif akan semakin besar kemungkinannya. Semakin positif kita menyikapi hambatan, semakin besar kesempatan kita untuk menemukan penyelesaian atas hambatan tersebut.

Hal itu pun sejalan dengan Pak Basiri. Dalam menerima tamu, misalnya, dia selalu berpikiran positif dengan konsep bahwa semua tamunya bertujuan baik, selain



adanya pendapat bahwa bertemu seseorang berarti bertemu saudara. Akibat negatifnya, sampai-sampai pernah, suatu hari, hasil risetnya difoto kopi dan diakui oleh orang bahwa itu adalah risetnya (Wawancara 21-7-2020). Setelah kejadian tersebut Pak Basiri mematenkan temuannya. Sehubungan dengan anak asuh pun demikian, sehingga, sebagaimana telah disampaikan, dia pernah kecolongan: mempunyai anak asuh yang suka mencuri. Mencuri milik tetangga dan milik keluarga sendiri, ketahuan, dan dihakimi massa. Akhirnya diputuskan Pak Basiri kalau semua yang dicuri akan diganti, dan sejak saat itu anak tersebut tidak lagi diakui sebagai anak asuhnya. Mengenai penemuannya, Pak Bagyo (Wawancara 1-10-2020) mengatakan bahwa “Dengan keterbatasan pendidikan formal dan kesederhanaannya, beliau tidak punya pamrih dari *sharing* pengetahuan *hidrogranik* yang diberikan ke orang lain.”

Begitulah, meskipun dengan berfikir positif Pak Basiri pernah dirugikan, dia tidak kemudian berubah menjadi seseorang yang dipenuhi dengan kecurigaan terhadap orang lain. Berfikir positif masih tetap menjadi sifat Pak Basiri.

10. Nyaman dengan Diri Sendiri

Kenyamanan menjadi diri sendiri dan tidak perlu ditutup-tutupi supaya lawan bicara tidak tersinggung merupakan bekal yang baik untuk menjadi orang sukses karena setiap orang mempunyai tempat dan kesuksesannya sendiri. Orang bisa sukses mungkin dengan cara meniru para pendahulu, namun tetap selalu ada inovasi yang disesuaikan dengan pribadi masing-masing. Orang yang sukses selalu pandai mengolah kelebihan yang dimilikinya, tanpa harus berpura-pura menjadi orang lain.

Dalam menjelaskan *hidrogranik* kepada tamu-tamunya Pak Basiri tidak ada hal yang berusaha untuk ditutup-tutupi, karena beliau mempunyai mimpi yang akan terwujud apabila banyak orang yang mau menanam padi secara *hidrogranik*.

Sebagai orang yang sederhana dan memiliki rasa *tepa selira*, namun memiliki banyak relasi, suatu saat dia pernah ditawari oleh seorang pejabat, bahwa tempat istrinya mengajar akan dipindahkan ke sekolah yang dekat dengan rumah. Tawaran tersebut ditolak Pak Basiri dengan mengatakan, “tidak usah,” jawabnya, “... kalau itu menggeser orang lain kan kasihan”, lanjutnya, “Mungkin di sekolah [yang] sekarang juga tidak ada penggantinya. Kalau pemindahan sesuai dengan peraturan dan tidak merugikan orang lain ya boleh-boleh saja” (Wawancara 21-7-2020).

Bupati Kabupaten Malang, misalnya, adalah teman baik Pak Basiri yang sudah lama tidak bertemu, hanya sekali pernah ke rumah dinas. Di suatu hari ketika dia diminta datang ke rumah dinas dia ditanya, “Kamu minta apa, apa yang bisa saya bantu dari kegiatanmu dari jabatanku? Pak Basiri menjawab, “Saya tidak minta apa-apa, buat apa saya minta. Kalau beliau punya wewenang, itu sudah tanggung jawab pemerintah untuk memberikan dan mengasuh rakyat. Gak perlu tanya itu. Saya gak mau dibantu dalam lingkup saya. Sebagai pejabat kalau membantu ya silakan gak perlu bertanya, buat apa saya minta” (Wawancara 21-7-2020). Akhirnya, karena jalan menuju ke rumah Pak Basiri sempit, maka permintaannya hanya dibuatkan jalan menuju ke kediamannya yang tidak begitu panjang. Selain itu, juga karena Bupati akan meresmikan penanaman padi secara *hidrogranik* di tempatnya maka perlu ada jalan yang agak lebar. Bupati pun menyetujuinya, akhirnya lahan yang ada sebelah sungai dijadikan jalan menuju rumah Pak Basiri.

Sampai saat ini, beliau belum berniat untuk menerima pinangan investor, guna pengembangan yang lebih besar proyek *hidrogranik*-nya, dalam skala komersial. Berfikir ke depan tapi sempit, mungkin sesuai tingkat pendidikannya. Pak Basiri ini tidak mau memprospek orang/tamu yang datang, yang utama dari diri [beliau] sendiri. Misalnya, ada tamu yang datang berkeinginan membantu, akan tetapi tidak ditanyakan lebih lanjut bantuannya berupa apa. Cuek, jalan terus” (Pak Bagyo) (wawancara tanggal 1-10-2020).



Sikap dan kepribadian di atas, wajib dimiliki jika kita mau berhasil di bidang yang diinginkan. Meningkatkan kemampuan dan *skill* individu itu penting, namun jangan sampai melalaikan faktor sikap yang memiliki prosentase lebih besar dalam mencapai kesuksesan. Ada sebuah kata bijak yang menyebutkan, "*Your attitude, not aptitude, determines your altitude*" (Sikap Anda, bukanlah bakat (kecerdasan), menentukan tingkat kesuksesan Anda).

Kesepuluh sikap dan kepribadian yang dimiliki Pak Basiri selaras dengan pendapat Mc Clelland (Robbins & Judge, 2013) terkait motivasi untuk berprestasi yang mempunyai tiga ciri dan sikap pokok, yaitu a. pencapaian lebih penting daripada materi; b. mencapai tujuan dan berhasil melaksanakan tugas memberikan kepuasan yang lebih besar daripada menerima pujian atau pengakuan; dan c. umpan balik sangat penting, karena dapat digunakan untuk mengukur keberhasilan suatu langkah. Oleh sebab itu, keberhasilan yang telah dicapainya tidak mengubah pola hidupnya yang sederhana dan apa adanya. Hal ini terlihat dari rumah dan kebun yang ditempati Pak Basiri beserta keluarganya, tergolong biasa saja. Bahkan ketika Pak Bupati menawarkan hadiah kepadanya dengan bertanya "Kamu minta apa, apa yang bisa saya bantu untuk kegiatanmu dari jabatan saya?" Pak Basiri menjawab, "Tidak minta apa-apa, Pak, buat apa minta?" Baginya, penemuan *hidrogranik* dan bisa *ngopèni* anak-anak asuh merupakan kepuasan pribadinya daripada menerima pujian atau pengakuan dari Pak Bupati)

SIMPULAN

Revolusi industri 4.0 mendorong terjadinya disrupsi dalam berbagai bidang, termasuk di dalamnya revolusi *marketing* yang memberikan tantangan dan peluang, termasuk bagi generasi milenial. Disrupsi telah mengakibatkan munculnya media periklanan yang berbeda dari media konvensional. Salah satu yang menarik adalah media *YouTube*. *YouTube* di Indonesia telah menjadi suatu media untuk menampung ide-ide kreatif, khususnya dari kalangan milenial. Selain itu, *YouTube* juga bisa dijadikan ajang untuk mempromosikan diri. Inilah yang terjadi pada Pak Basiri, penggagas dan penemu *hidrogranik*. Akibat tampil di *YouTube* banyak tamu datang ke kediamannya, diundang untuk menjadi nara sumber di berbagai instansi, juga langsung melakukan pelatihan dan pendampingan di luar Jawa.

Pak Basiri, pria keturunan Madura dan Jawa, yang agamis, ringan tangan untuk membantu orang lain, ini mempunyai mimpi Indonesia tidak menjadi pengimpor beras terbesar di dunia. Keprihatinan melihat lahan pertanian yang semakin sempit (pulu Jawa), lahan gambut (luar Jawa) yang tidak optimal untuk bertanam padi, serta generasi milenial yang tidak mau bertani secara konvensional menjadi pendorong utama ditemukannya sistem bercocok tanam *hidrogranik*. Demikian juga keberadaan tanda-tanda atau fenomena untuk kembali ke pertanian organik. Semua itu dilakukan di Bengkel Mimpi. Bersama anak-anak asuhnya, berjibaku selama empat tahun, akhirnya ditemukannya penanaman padi secara *hidrogranik*. Riset yang dibiayai sendiri bersama istri, lambat tapi berjalan terus membuahkan hasil. Mimpi-mimpi Pak Basiri mulai terwujud. Semua itu tidak lepas dari kesalehan dalam perilaku sehari-harinya, seperti ikhlas menolong orang, berbagi, berjalan sesuai aturan, dan taat dalam menjalankan agama.

Disrupsi pemasaran diri yang diakibatkan oleh *YouTube*, tamu Pak Basiri terus berdatangan dari berbagai penjuru di Indonesia. Hal ini membuktikan bahwa cara pemasaran era sekarang tidak lagi menggunakan cara konvensional yang memerlukan banyak biaya, bahkan berbalik menjadi sumber pendapatan. Dengan demikian sekaligus dapat mengubah pandangan lama para pengusaha untuk tidak terbebani oleh biaya pemasaran (periklanan), yang secara tradisional membutuhkan biaya yang sangat tinggi. Di sisi lain, banyaknya tamu yang datang itu diharapkan akan banyak masyarakat yang



menanam padi dengan sistem penanaman *hidrokanik*. Selanjutnya kekhawatiran Pak Basiri bahwa bangsa Indonesia menjadi pengimpor besar terbesar di dunia tidak terjadi.

Hasil temuan Pak Basiri: padi organik (aman dan sehat, bebas pestisida, lahan pertanian secara vertikal dan sempit, tidak perlu *green house*, tidak perlu perawatan khusus dan rutin, menciptakan petani-petani muda), hasil panen ikan yang menambah protein masyarakat, mikroba yang harganya terjangkau. Kendala yang dihadapi: di awal bertani hidrokanik membutuhkan investasi atau modal yang mahal (sebesar 10 juta Rupiah, masa guna 10-12 th), karena berjuang hanya bersama istri maka pembiayaan risetnya tergantung rejeki yang didapat, belajar secara otodidak sehingga lamban. Mimpi Pak Basiri, Indonesia menjadi negara yang tidak mengimpor beras, minimal untuk ketahanan pangan keluarga diharapkan bisa menjadi kenyataan. Mimpi yang lain membeli kebun di sebelah timur rumah beliau yang akan dijadikan panti atau rumah singgah untuk anak-anak yatim piatu dan dhuafa.

DAFTAR PUSTAKA

- Baudrillard, J. P. (2015). *Masyarakat Konsumsi*. Yogyakarta : Kreasi Wacana.
- Bev, J. S. (2006). *Rahasia Sukses Terbesar*. Jakarta. Bornrich Publishing.
- Chandra, E. (2018). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 1(2), 406–417. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v1i2.1035>
- Herusatoto, B. (2013). *Simbolisme Dalam Budaya Jawa*. Yogyakarta: Hanindita Graha Widya.
- Kasali, R. (2017). *Disruption*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Marsela, M. (2015, October 21). *Google Beri Tips Cara Jadi Terkenal di YouTube*. CnnIndonesia.Com. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20151021135103-185-86343/google-beri-tips-cara-jadi-terkenal-di-youtube>
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1992). *Analisis Data Kualitatif: Buku Sumber Tentang Metode-Metode Baru*. Jakarta : Penerbit Universitas Indonesia (UI -Press).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Edisi revi). Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Peräkylä, A. (2004). Reliability and Validity in Research Based on Naturally Occurring Social Interaction. In *In David Silverman (Ed.). Qualitative Research: Theory, Method and Practice* (pp. 283–304). London, Thousand Oaks, & New Delhi. Sage Publications.
- Raco, J. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus dalam Penelitian Kualitatif: Konsep dan Prosedurnya*. <http://repository.uin-malang.ac.id/1104/1/Studi-kasus-dalam-penelitian-kualitatif.pdf>
- Robbins, S. P., & Judge, T. A. (2013). *Organizational behavior* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Saryono, D. (2011). *Sosok Nilai Budaya Jawa: Rekonstruksi Normatif-Idealistis*. Universitas Negeri Malang.
- Sulaksono, D. (2014). *Filsafat Jawa*. Surakarta : Cakrawala Media.
- Wessel, M., & Christensen, C. M. (2012, December). *Surviving Disruption*. Harvard Business Review. <https://hbr.org/2012/12/surviving-disruption>
- Yin, R. . (1993). Case study methods. *Handbook of Complementary Methods in Education Research*, 111–122. [https://doi.org/10.1016/0742-051X\(89\)90032-2](https://doi.org/10.1016/0742-051X(89)90032-2)