

RAHMAYULIS SALEH
Bisnis Indonesia



Bergumul dengan **robot**

Semula sama sekali tidak terlintas dalam pikiran pakar komunikasi dan *public relation* ini akan membuka usaha kursus sekolah robot bagi anak-anak. Semua itu berjalan tanpa sengaja dan mengalir begitu saja.

Dalam kursus robot ini dikembangkan kreativitas anak melalui media membangun dan menyusun robot dengan menggunakan Lego.

Ratna Indrayani dan suaminya Muhammad Budi Suria semula menjalankan usaha pelatihan dan *coaching* di bidang komunikasi. “Awalnya usaha kursus robot ini dimulai dari upaya untuk mengoptimalkan ruang kantor *training* yang kosong. Sebab, klien lebih sering di-*training* atau di-*coaching* di kantor mereka sendiri atau di hotel,” ujar mantan Corporate Communication Director PT Tirta Investama, produsen Aqua Danone ini.

Dia mengatakan kemudian terpikir untuk

mencari bisnis yang tetap sejalan dengan usaha sebelumnya yaitu bidang pendidikan. Maka dipilihlah pendidikan untuk anak, yaitu kursus robot.

“Tujuannya, bagaimana bisa ikut andil dalam mencerdaskan anak Indonesia, dan sekaligus tetap dapat menyalurkan hobi mengajar,” ujarnya.

Kursus robot yang sifatnya waralaba ini resmi dibuka pada Juli 2010 dengan nama Creative Kidz.

Dalam kursus robot ini dikembangkan kreativitas anak melalui media membangun, dan menyusun robot dengan menggunakan Lego.

“Tujuannya tidak hanya memotivasi anak untuk berpikir kreatif, yaitu menciptakan sesuatu bentuk dengan Lego, tetapi juga mengajarkan anak untuk bisa fokus, disiplin menyelesaikan pekerjaannya, dan juga mengajarkan anak untuk berkomunikasi melalui hasil robot yang diciptakannya,” ujar ibu satu anak ini.

Menurut dia, yang menarik dari bisnis ini adalah bagaimana bisa melihat dan membantu anak, untuk berani mengemukakan ide dan pendapatnya melalui robot hasil buatan mereka.

“Dan ternyata, kreativitas dan imajinasi tiap anak terkadang membuat kita juga bisa belajar dari mereka. Tentunya melihat anak binaan kita bisa cepat maju dan berhasil dalam kompetisi antar cabang, adalah kebanggaan dan kepuasan tersendiri,” ujarnya.

Ratna mengatakan target bisnisnya adalah anak-anak berusia 6-13 tahun. Terpenting, katanya, mereka diharuskan sudah bisa membaca dan menulis. Gunanya untuk membuat laporan kegiatan mereka setiap kali kursus, sehingga ada bentuk pertanggungjawaban ke orang tuanya.

Untuk mengajarkan anak-anak tersebut, katanya, dia merekrut tenaga pengajar dengan syarat mereka harus mencintai dan senang bersama anak-anak. “Jika sudah ada itu, barulah kita kirim ke kantor pusat Creative Kids untuk dilatih, sampai guru tersebut dinyatakan siap untuk mengajar di cabang.

Tentunya secara berkala guru ini, tetap diberikan pelatihan untuk meningkatkan kemampuan mereka baik secara teknis

pembuatan robot, juga kematangan mereka sebagai pengajar,” katanya.

Sampai saat ini, ujarnya, ada tiga orang pengajar di lembaganya, dibantu pelajar yang ingin magang sebagai asisten pengajar.

Ratna menuturkan lisensi usaha ini asalnya dari Lego Education di Denmark. “Dan lisensi untuk Indonesia dipegang oleh Gunawan, dengan kantor pusat di daerah Karawaci, Tangerang,” ujarnya.

Setelah berjalan sekitar 3 bulan, katanya, perkembangan usahanya cukup bagus. “Di setiap cabang Creative Kidz perkembangannya cukup pesat. Seperti cabang yang kami kelola di Cipete, baru sekitar 3 bulan berdiri, sudah hampir 20 anak yang ikut kursus,” ungkapnya.

Dia mengatakan lama seseorang mengikuti kursus tersebut, bergantung pada kemauan dan kemampuan anak. Setiap fase kursus lamanya 3 bulan.

Ratna menargetkan program yang ada dalam kursus robot ini, bisa menjadi bagian dari kegiatan ekstrakurikuler di beberapa sekolah baik swasta maupun lama sekolah internasional. “Tujuannya agar semakin banyak anak yang dapat kita tularkan semangat untuk menciptakan sesuatu [*invention*] dan berpikir kreatif,” ungkapnya.

Selain membuka kursus robot, Ratna juga mempunyai usaha sampingan lainnya yang sejalan dengan hobinya yang suka makan dan berwisata kuliner. Suatu ketika, ceritanya, dia makan siang di satu rumah makan Padang, rasanya enak, tetapi harganya tidak mahal.

“Akhirnya saya mencoba dan membuka usaha rumah makan Padang ini, agar lebih banyak lagi yang dapat makan enak tetapi tidak menguras kantong. Selain itu juga dapat membantu lebih banyak lagi orang untuk mendapatkan pekerjaan,” ujarnya.

Dia menuturkan mengenai investasi, harus sesuai dengan target pasar. “Jadi, kalau target saya menengah ke bawah, maka investasinya tidak akan lebih besar dari itu. Sehingga kita bisa jual makanan dengan harga yang terjangkau oleh target pasar kita. Bedanya yang paling mendasar itu tadi, bahwa rasa makanan harus sama enaknya dengan rasa rumah makan yang sudah punya nama, tetapi harga lebih murah,” tambahnya. (*yuli.saleh@bisnis.co.id*)

FOTO-FOTO: *BISNIS*/ANDRY T. KURNIADY

