

DALE CARNEGIE®

Giving Information
Creating Vision

NEWS

Inspirational Story

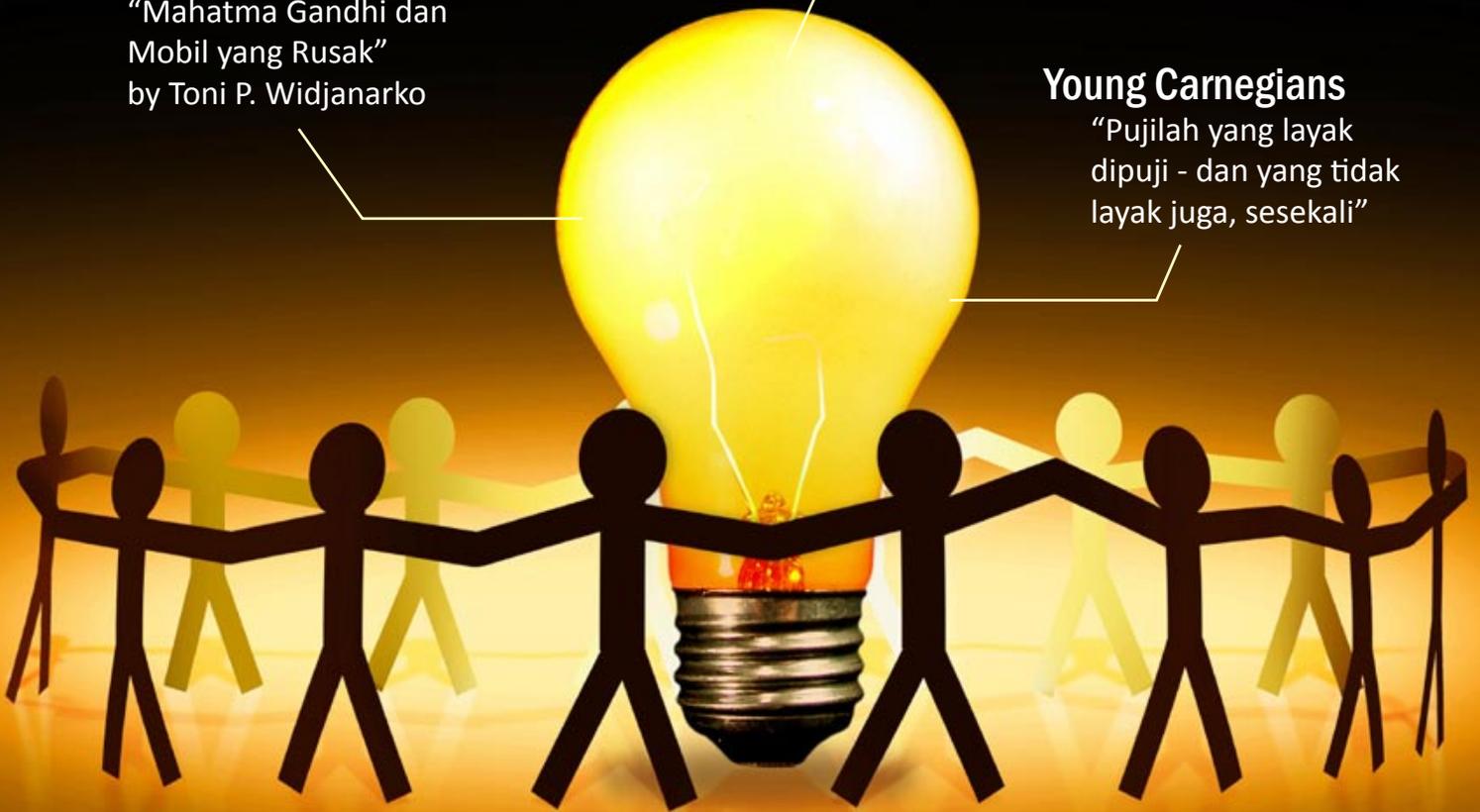
“Mahatma Gandhi dan
Mobil yang Rusak”
by Toni P. Widjanarko

Article

“Menyatukan Pegawai di
Masa Sulit”

Young Carnegians

“Pujilah yang layak
dipuji - dan yang tidak
layak juga, sesekali”



Team Member
Engagement
in Difficult Times

DALE CARNEGIE® NEWS

E-Bulletin/04/Jan 2011

Contents

- 2 Editorial
- 3 Highlight
"Menyatukan Pegawai di Masa Sulit"
- 7 Article
"Tren Baru dalam Penjualan Business-to-Business"
- 9 Young Carnegians
"Pujilah yang Layak Dipuji - dan yang Tidak Layak Juga, Sesekali"
- 11 Schedule
January-March 2011
Public Schedules
- 12 Inspirational Story
"Mahatma Gandhi dan Mobil yang Rusak"
by Toni P. Widjanarko

Editorial

Menjaga dan meningkatkan komitmen tim untuk dapat melewati masa sulit seringkali tidak mudah. Walaupun demikian, kekompakan dan komitmen tim sangatlah penting agar perusahaan mampu melewati masa-masa sulit dengan baik.

Dale Carnegie News edisi ke-4 ini membahas pentingnya menjaga komitmen tim selama masa-masa sulit. Selain itu, kami juga memberikan petunjuk bagaimana cara meningkatkan kerjasama, kekompakan dan loyalitas dari sebuah tim. Bagi Young Carnegians, kami juga memberikan trik untuk mendapatkan kerjasama dari orang lain dengan cara memberikan pujian yang tulus.

Akhir kata, kami dari Dale Carnegie Indonesia mengucapkan selamat Tahun Baru 2011, dan selamat membaca!



DALE CARNEGIE
TRAINING®

Your Global Engagement Partner

Dale Carnegie Training® Indonesia

Founded in 1976

Offices:

JAKARTA
Jl. Sunan Sedayu No. 6
Jakarta 13220
Phone : (021) 4892737
Fax : (021) 489 6926
info@dalecarnegie.co.id

SURABAYA
Jl. Raya Jemursari No. 76 Kav C-5
Surabaya 60237
Phone : (031) 8493300 (hunting)
Fax : (031) 8498250
infosurabaya@dalecarnegie.co.id

BANDUNG
Ruko Setrasari Mall, Plaza II
No. A-10, Jl. Prof. Ir. Sutami
Bandung 40163
Phone : (022) 201 6319
Fax : (022) 201 6305
infobandung@dalecarnegie.co.id

MEDAN
Wisma BII 4th floor, Suite 402
Jl. Diponegoro No. 18
Phone : (061) 456 8600
Fax : (061) 452 6222
infomedan@dalecarnegie.co.id

www.dalecarnegie.co.id

Jan
2011

Menyatukan Pegawai di Masa *Sulit*



Oleh:
Kevin J. Sensenig, Ph.D., RODP
Global Brand Champion
Dale Carnegie & Associates, Inc.
Hauppauge, NY

Masa-masa dimana kondisi ekonomi sedang menurun dan tidak pasti dapat membawa kesempatan dan juga tantangan bagi organisasi di seluruh dunia. Hal ini juga bisa menimbulkan kecemasan tidak hanya bagi pegawai baru tetapi juga pada orang-orang yang sudah berpengalaman di organisasi.

Jadi bagaimana caranya agar organisasi, pemimpin senior, manajer dan pegawai dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan membangun selama masa-masa yang tidak pasti? Artikel yang diambil dari white paper Dale Carnegie ini akan menjawab pertanyaan ini.

Mengapa menciptakan suasana yang menyenangkan dan membangun selama masa sulit sangatlah diperlukan? Menurut Lockwood (2007), pegawai dengan level komitmen tertinggi memiliki kinerja 20% lebih baik dan memiliki

kecenderungan 87% lebih rendah untuk meninggalkan perusahaan dengan niat sendiri. Hal ini berarti level keterikatan pegawai dengan organisasi sangatlah penting, terutama di saat kondisi ekonomi sedang tidak menentu.

Menemukan cara untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan membangun untuk pegawai, dan meningkatkan komitmen mereka untuk meneruskan performa tinggi selama krisis finansial akan membawa hasil positif bagi semua orang, baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.

Cara untuk dapat meningkatkan level keterikatan dan juga menciptakan situasi yang menyenangkan dan membangun dalam sebuah organisasi dapat dilihat dari tiga sudut pandang: dari organisasi, dari level manajer, dan dari sudut pandang pegawai.

Pada dasarnya, pegawai memiliki rasa kebersamaan, dan memiliki keinginan serta kebutuhan untuk menjadi bagian dari organisasi. Pemimpin dalam level organisasi harus dapat menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan membangun – lingkungan yang menyediakan alat dan elemen yang dibutuhkan pegawai untuk membangun komitmen mereka. Oleh karena itu, pemimpin-pemimpin organisasi harus melihat kembali bagaimana cara mereka untuk:

Usaha membangun keterikatan pegawai dari level organisasi

1. Memfokuskan diri pada visi dan misi

Seringkali, masa dimana perekonomian tidak pasti memicu timbulnya ketidakjelasan dan keraguan. Ini adalah waktu yang tepat bagi para pemimpin organisasi untuk menghilangkan keraguan dengan kejelasan dan arah. Ambil kesempatan untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci dari rencana organisasi dan berbagi pilihan-pilihan alternatif yang mungkin timbul dari adanya adaptasi terhadap perubahan pasar saat ini.

2. Menjaga adanya dialog yang terbuka

Masa yang tidak pasti akan mendorong terciptanya

perubahan informasi yang cepat. Sebagai pemimpin organisasi, jangan coba menyembunyikan informasi dari pegawai. Pegawai ingin tahu apa yang sedang terjadi berdasarkan sumber informasi yang akurat, bukan dari gosip. Ambil waktu untuk mengadakan sesi komunikasi rutin dengan tim. Komunikasikan informasi yang ada, dan klarifikasikan hal-hal yang kurang jelas. Bangunlah niat untuk segera memberikan tindak lanjut secepat mungkin ketika ada informasi baru sehingga pegawai membangun dan memegang kepercayaan pada informasi yang diberikan dari level organisasi. Jika kepercayaan ini sampai rusak, maka membangun keterikatan pegawai akan menjadi jauh lebih sulit.

3. Menjaga keinginan untuk menyesuaikan perspektif

Jangan takut untuk menyesuaikan perspektif Anda berdasarkan informasi yang baru. Bila ada penyesuaian, beritahukan kepada pegawai dengan jelas. Ini akan membangun momentum positif dengan pegawai dan menambahkan kepercayaan yang sudah dibangun. Mendemonstrasikan kemampuan beradaptasi dengan perubahan akan meningkatkan kemampuan organisasi untuk mendapatkan masukan berarti dari pegawai. Masukan-masukan ini bisa jadi adalah cara untuk berkembang dan menjaga kestabilan organisasi selama masa peralihan.

4. Menunjukkan penghargaan pada dampak yang terjadi atas pegawai

Ambil kesempatan di masa sulit ini untuk meningkatkan keterikatan pegawai dengan cara menjelaskan bagaimana pegawai akan berkontribusi kepada organisasi selama dan setelah masa kekacauan ekonomi.

5. Memberikan tindak lanjut secara reguler

Masa-masa sulit mendorong peningkatan kebutuhan untuk komunikasi dan interaksi. Pastikan untuk menggunakan beberapa metode komunikasi untuk menyebarkan informasi, misalnya dengan rapat, *e-mail*, *voicemail*, *newsletter* dan lainnya. Pastikan

untuk menindaklanjuti setiap pembicaraan yang membutuhkan tindak lanjut. Berikan setiap manajer informasi yang cukup sehingga mereka dapat bertindak sebagai pengambil keputusan dan perubahan pada rencana strategis. Jangan biarkan mereka kehilangan arah. Mereka adalah sumber langsung dari tindak lanjut positif selama masa yang tidak pasti, karena kebanyakan pegawai memiliki level kepercayaan yang lebih tinggi pada manajer mereka daripada dengan organisasi secara keseluruhan.

Usaha membangun keterikatan pegawai dari level manajer

Perbedaan mendasar dari konsep membangun keterikatan dari sudut pandang organisasi dengan dari level manajer adalah bahwa membangun keterikatan dari level manajer dilihat dari orang per orang dan dari sudut pandang sebuah tim kecil.

Apa yang dapat dilakukan para manajer untuk meningkatkan keterikatan pegawai selama masa yang sulit? Manajer dapat fokus pada hal-hal berikut ini:

1. Visi

Sangat penting bagi tiap manajer untuk memperkirakan bagaimana tim mereka dapat berkontribusi pada visi dan misi secara keseluruhan. Penurunan ekonomi ini merupakan kesempatan bagi tiap manajer untuk menjelaskan kepada tim mereka bagaimana pentingnya peran mereka di dalam departemen.

2. Membangun pengikut (*followership*)

Peran utama pemimpin adalah menciptakan bawahan yang mendukung, loyal dan memiliki potensi. Hal ini bisa dicapai bila seorang manajer bisa dilihat dan bisa didekati. Pegawai yang merasa terhubung dengan manajer mereka cenderung merasa terikat dengan organisasi. Pastikan untuk menjadwalkan waktu untuk menjadikan setiap pegawai tetap terhubung.

3. Komunikasi

Menjaga komunikasi yang terbuka adalah kunci untuk membangun *followership*. Sangatlah penting manajer memberikan waktu untuk mendiskusikan harapan, nilai-nilai dari peran pegawai dan ukuran sukses dari setiap peran dengan setiap pegawai. Ini akan membantu pegawai tetap fokus pada tugasnya dan membuka diskusi yang penting tentang bagaimana peran mereka mungkin berubah di masa depan. Pegawai yang bersemangat tentang apa yang mungkin terjadi di masa depan, atau bagaimana peran mereka mungkin berubah dan berkembang di masa depan, cenderung akan tetap terikat dengan organisasi di masa yang tidak pasti ini.

4. Empowerment

Pegawai umumnya percaya bahwa usaha mereka memberikan kontribusi yang lebih besar dibandingkan dengan mereka sendiri. Untuk membantu pegawai Anda merasa lebih percaya diri, sediakan waktu untuk membantu mereka fokus pada hasil untuk membantu penyelesaian misi, kembangkan kemampuan dan keahlian mereka sehingga mereka dapat terus memberikan kontribusi di masa depan, dan tantanglah



mereka untuk menemukan cara inovatif untuk melakukan peran mereka. Proses ini akan membantu mereka tetap produktif untuk hari ini, dan juga merencanakan jalan untuk terus produktif di masa depan, dan membantu organisasi secara keseluruhan untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas – dua hal yang sangat dibutuhkan tiap organisasi untuk dapat tetap kompetitif.

Usaha membangun keterikatan dari sudut pandang pegawai

Di masa-masa sulit, gunakan beberapa pendekatan ini untuk dapat meningkatkan level keterikatan Anda sebagai pegawai dengan organisasi.

1. Tetaplah terhubung dengan manajer Anda

Di masa-masa sulit seperti inilah Anda perlu untuk menemukan cara-cara untuk tetap terhubung dengan manajer Anda. Jangan mengasingkan diri Anda sendiri karena ketakutan atau karena memikirkan peran Anda. Pastikan Anda melakukan interaksi rutin yang membahas perkembangan proyek, aktivitas dan ide-ide dengan manajer Anda.

2. Berbagilah pemikiran dengan manajer Anda

Ketika menghadapi ketidakpastian, diskusikanlah secara terbuka dengan manajer Anda. Diskusi ini seharusnya menjadi pembicaraan yang membangun yang berfokus pada melihat situasi dari perspektif yang lebih luas. Nyatakan permasalahan Anda dengan jelas, bila perlu

dengan disertai bukti. Bila memungkinkan, berikan juga alternatif penyelesaian yang Anda lihat memungkinkan sehingga manajer Anda dapat memberikan respon pada ide Anda, daripada mencari ide secara langsung. Jika pemecahan belum ditemukan, jadwalkan waktu untuk melakukan tindak lanjut terhadap masalah tersebut.

3. Pastikan proyek Anda tetap penting

Lakukan rapat mengenai proyek secara teratur dengan manajer Anda. Bagi visi Anda mengenai proyek tersebut, perkembangan, rencana langkah berikut dan tantangan yang mungkin Anda hadapi dalam proses penyelesaian proyek itu. Yakinkan manajer Anda bahwa Anda dapat membuat pekerjaan Anda pada proyek tersebut memiliki nilai bahkan bila perubahan dalam organisasi mengubah fokus Anda dalam beberapa hal. Ini akan mendemonstrasikan nilai Anda sekarang dan di masa yang akan datang.

4. Bangunlah relasi dengan rekan kerja Anda

Bersikaplah terbuka untuk mendiskusikan perubahan potensial dengan anggota tim Anda. Pastikan untuk menjaga pembicaraan ini positif dan membangun.

5. Fokuslah pada hasil

Pastikan juga Anda tetap fokus untuk memberikan hasil melebihi harapan Anda. Pegawai yang produktif seringkali menemukan bahwa waktu-waktu perubahan membuka pintu menuju kesempatan-kesempatan baru di bidang profesional yang sebelumnya tidak mereka lihat.

Kesimpulan

Sebagai sebuah organisasi, pastikan bahwa Anda mengambil langkah-langkah untuk menyediakan arah dan informasi yang memungkinkan pegawai Anda untuk tetap bersatu. Sebagai seorang manajer, temukan cara untuk menjaga komunikasi individu tetapi terbuka dan terarah. Pastikan pegawai Anda fokus pada hasil dan kesempatan dibandingkan pada ketakutan dan ketidakpastian. Sebagai seorang pegawai, jagalah agar jalur komunikasi antara Anda dan manajemen juga dengan rekan kerja Anda tetap terbuka. Cari jalan untuk membuat kemajuan pada proyek Anda dan bersiaplah untuk menerima saran-saran alternatif. Menjalankan hal-hal mudah ini akan membuat organisasi Anda kompak dan mudah beradaptasi. Dan Anda akan dapat menyesuaikan organisasi Anda dengan perubahan pasar dengan percaya diri, kemudahan dan rasa terhubung dengan masa depan.

Referensi

Lockwood, N.R. (2007). Leveraging Employee Engagement for Competitive Advantage: HR's Strategic Role. HRMagazine, March, 2007. pp 1-11.

Aktivitas ekonomi dan bisnis yang memburuk karena resesi menciptakan perubahan dalam lingkungan penjualan *Business-to-Business (B2B)*. Dalam sebuah riset yang dilakukan McKinsey Company kepada klien-kliennya, ada tiga tren utama yang akan menjadi pusat perhatian bagi organisasi yang menjalankan penjualan *Business-to-Business* selama 3-5 tahun ke depan.

Yang pertama, klien menjadi lebih menuntut, dan meminta solusi yang lebih kompleks dan lebih spesifik pada permasalahan, dengan tingkat *sales support* yang berbeda. Yang kedua, perusahaan-perusahaan harus mencari cara baru yang lebih murah untuk membuat klien mereka senang dan sekaligus meningkatkan penjualan. Dan yang terakhir, organisasi yang menjalankan penjualan B2B saat ini mulai mengikuti organisasi yang menjalankan penjualan *Business-to-Consumer* untuk menggunakan data klien secara lebih cerdas untuk menentukan perilaku klien, arah penjualan, dan juga meningkatkan relasi.

Tren 1: Klien menginginkan semua

Saat ini, keinginan klien berkembang seiring perkembangan jaman, dan menjadi lebih bervariasi. Tetapi sebaliknya, klien menginginkan transaksi yang mudah, cepat dan tidak mahal, yang diiringi dengan solusi kompleks yang dirancang oleh tim berpengalaman.

Sebagai hasilnya, perusahaan-perusahaan B2B terkadang terlalu berlebihan dalam memberi solusi atau sebaliknya tidak memenuhi harapan klien sebagaimana perubahan kebutuhan ini melebihi kemampuan mereka untuk mengikutinya. Jadi saat ini ada beberapa tantangan yang harus dihadapi oleh perusahaan B2B, yaitu perusahaan harus



Tren Baru dalam Penjualan Business -to- Business

Sumber:

Davie, C., Stephenson, T., & de Uster, M. V. (2010, May). Three trends in business-to-business Sales. *McKinsey Quarterly*.

mengembangkan berbagai alternatif cara yang fleksibel untuk mengurus setiap tipe transaksi secara efektif. Selain itu, saat ini klien menekan *provider* atau *supplier* mereka untuk dapat memberikan pemahaman dan pengertian yang dalam untuk setiap penjualan. Sebagai hasilnya, perusahaan B2B harus memilih antara memiliki sejumlah tenaga wiraniaga untuk menjual produk berbeda atau menambahkan lapisan *sales specialist* yang dapat membantu kolega mereka di garis depan untuk dapat merancang solusi yang tepat.

Tren 2: Akhir dari era “prajurit pejalan kaki”

Klien saat ini cenderung merasa lebih nyaman mendapatkan informasi yang mereka butuhkan melalui telepon ataupun *video conference*. Hal ini juga terjadi saat mengambil keputusan. Hal ini tentu saja membuat *vendor* harus membuat terobosan baru, seperti misalnya menyediakan *website* dengan informasi yang lengkap dan aktual. Meskipun terkesan merepotkan, hal ini juga bisa membawa keuntungan. Ini karena dengan mengembangkan sistem pelayanan virtual, maka para wiraniaga bisa berkonsentrasi dengan aktivitas penjualan bernilai tinggi yang harus dilakukan dengan tatap muka, misalnya interaksi dengan klien saat ini dan usaha untuk mendapatkan klien baru.

Tren 3: Memaksimalkan Penggunaan Data Klien

Tidak hanya pada perusahaan *Business-to-Consumer* saja yang mampu mendapatkan keuntungan dengan menggunakan data klien dan selanjutnya memprediksi arah penjualan. Tim wiraniaga dari perusahaan B2B juga melaporkan dengan menggunakan data klien mereka dapat meningkatkan volume dan juga kualitas dari penjualan. Untuk klien yang lebih kecil, analisis data dapat digunakan untuk memprediksi perilaku pasar, dan untuk klien yang lebih besar, perusahaan dapat memeriksa variasi statistik dalam kinerja klien sehingga bisa membuka kesempatan di bidang-bidang baru untuk melakukan penjualan.

Analisa ini membantu tim wiraniaga dan marketing untuk menciptakan strategi tambahan. Perubahan ini juga akan memaksa wiraniaga dan manajer mereka untuk menjadi pengguna data yang ahli, dan mengurangi budaya lama untuk menggunakan insting untuk mengambil keputusan dalam tim wiraniaga. Sebagai contoh, sebuah perusahaan *wholesaler B2B* memeriksa kinerja dari kliennya dalam setiap kategori produk yang mereka jual. Mereka kemudian memprediksikan pendapatan dari “target” mereka dan membangun model prediktif untuk memperkirakan jumlah dan frekuensi pembelian klien. Model ini membantu perusahaan *wholesaler* tersebut untuk mengambil langkah yang diperlukan bila klien mereka tidak bertindak seperti yang diperkirakan. Hanya dengan menggunakan data, perusahaan membangun sistem peringatan awal untuk kemungkinan adanya penurunan dalam bisnis, dan menjadi sebuah alat yang sangat kuat untuk dapat memprediksi kesempatan dalam penjualan. Hal ini dapat meningkatkan pendapatan perusahaan.

Tren-tren baru ini mempresentasikan tantangan bagi tim wiraniaga, dan juga bagi para profesional di bidang marketing untuk dapat mengatur proses analitis dan juga kreatif, dan bagi divisi pengembangan produk untuk dapat beradaptasi dengan kebutuhan klien yang bervariasi. Walaupun demikian, perubahan situasi ekonomi juga membawa kesempatan bagi organisasi untuk lebih fokus mencari area-area dimana mereka seharusnya menginvestasikan waktu dan energi lebih banyak untuk dapat memposisikan diri mereka untuk mencapai sukses jangka panjang.

Pujilah yang layak dipuji -dan yang tidak layak dipuji, sesekali-

Young Carnegians



Ada cara mudah untuk bisa mendapatkan yang terbaik dari dirimu dan dari orang lain, dan menjadi pemimpin yang baik. Cara itu adalah dengan memuji orang itu dengan murah hati dan menunjukkan padanya (dan juga orang lain) bahwa kamu dengan tulus menghargai bantuan mereka untukmu. Apakah ayahmu memuji pakaianmu saat kamu berangkat ke lomba paduan suara? Katakanlah juga padanya bahwa kamu berterimakasih pada ibunya yang sudah menyetrika bajumu.

Pernahkah kamu nyaris terlambat saat masuk kuliah? Ketika guru atau dosenmu berkomentar bahwa kamu kehabisan napas, tidak ada ruginya berkata, “Ya, aku hampir terlambat, tapi kakakku menolongku. Dia mengantarku naik motor, jadi aku tidak terlambat.” Tidak masalah bila orang yang kamu puji tidak ada di ruangan itu – tentunya kamu sudah berterimakasih pada mereka waktu itu, kan? Dengan menyebutkan peran seseorang dalam kesuksesanmu, kalian semua menang.

Diambil dari buku
“How to Win
Friends and
Influence People
for Teens Girls”,
yang ditulis
oleh Donna Dale
Carnegie

Biasanya sih, komentar negatif sampai kembali pada orang yang dikomentari. Tetapi hal yang sama juga terjadi pada komentar positif. Kalau ibu, adik, kakak, atau pacarmu mendengar bahwa kamu menghargai upaya mereka, pujian itu menjadi lebih bermakna dari pada mendengar langsung darimu.

Kalau mereka tidak mendengar, bagaimana? Tenang saja, kamu tetap menang! Ini terjadi karena kamu akan meningkatkan penilaian orang lain tentang mereka melalui kata-katamu – dan juga meningkatkan penilaian mereka terhadap dirimu, dengan menunjukkan bahwa kamu rendah hati dan mau memuji orang lain.

Kalau kamu benar-benar terampil memuji, kamu mungkin bisa meyakinkan orang lain bahwa sesuatu yang kamu inginkan adalah ide mereka. Misalnya, kamu ingin teman-temanmu membantu kamu dan tim kecilmu mengajar anak-anak putus sekolah di daerah kumuh, tetapi mereka tidak mau karena menganggap hal itu membosankan. Daripada marah dan memaksa mereka, kamu bisa saja menceritakan betapa anak-anak itu sangat berterimakasih kepada teman-temanmu yang mau mengajar mereka. Orang tua anak-anak itu juga sangat menghargai kesediaan timmu untuk mengajar anak-anak mereka, dan berkata bahwa timmu adalah pemuda-pemudi yang hebat. Setelah mendengar ceritamu, mereka mungkin berpikir bahwa mengajar mungkin tidaklah seburuk yang mereka bayangkan, malah akan membuat kita menjadi lebih berguna bagi masyarakat. Dan akhirnya, mereka mau bergabung denganmu.

Apakah penting siapa yang dipuji kalau sasaran utamamu, mendapatkan lebih banyak pengajar untuk anak-anak putus sekolah, tercapai? Tidak, tidak penting sedikitpun. Terutama, kalau setelahnya kamu mendapat serombongan relawan yang antusias. Dengan memberikan pujian dan kata-kata yang baik ataupun saran, kamu bisa membimbing orang lain ke kesimpulan tertentu, bukan menyeretnya sementara dia meronta dan memberontak. Orang lebih mungkin menyepakati cara pikirmu kalau dia sampai ke situ melalui cara pikirnya sendiri. Jadi, agar dapat menarik keluar hal-hal terbaik dari orang lain, dan menjadi pemimpin yang hebat, pujilah yang layak dipuji, dan yang tidak layak juga, sesekali!

Join Us!

Pengen tau lebih banyak cara komunikasi yang baik? Sekaligus meningkatkan kemampuan *leadership*-mu, juga menambah teman dan lebih percaya diri ngomong di depan umum??

Ayo, ikutan program **SUCCESS for STUDENTS / Gen.Next** dan jadilah yang terbaik!

Untuk informasi dan registrasi hubungi:
info@dalecarnegie.co.id

The flyer is titled "Success for Students" and features the Dale Carnegie Training logo. It includes a group photo of five diverse young adults. A red speech bubble contains the question "Are you ready to discover skills that last a lifetime?". The text describes the program as a highly interactive course with real-life scenarios and role-playing. It lists five key areas of focus: Building Self-confidence, Enhancing Communication Skills, Interpersonal Skill Development, and Teamwork and Leadership Skills. A section titled "How Students and Parents Benefit" lists outcomes such as being highly focused on goals, better decision makers, more persuasive communicators, and better prepared for college or job interviews. The flyer also mentions that the course is designed to help students cope with the pressure and stress of adolescence.

Jadwal Dale Carnegie Training® Januari-Maret 2011

Schedule 2011

Kota	Program	Hari	Waktu	
Jakarta	Fundamental Leadership Program	Sabtu	22 Januari-16 April	
		Kamis	10 Februari-28 April	
	Leadership Training for Managers	Selasa-Jumat	15-18 Maret	
	Sales Advantage	Selasa-Kamis	18-20 Januari	
	High Impact Presentations	Rabu-Jumat	16-18 Februari	
	Leadership Training for Supervisors	Rabu-Jumat	23-25 Maret	
Bandung	Fundamental Leadership Program	Jumat	28 Januari-15 April	
		Kamis	10 Maret-26 Mei	
	Leadership Training for Managers	Kamis	17 Februari-10 Maret	
	High Impact Presentations	Senin-Rabu	28 Februari-2 Maret	
	Sales Advantage	Senin-Rabu	28-30 Maret	
Surabaya	Fundamental Leadership Program	Kamis	10 Februari-28 April	
	Leadership Training for Managers	Senin-Kamis	14-17 Maret	
	Leadership Training for Supervisors	Selasa Kamis	18-20 Januari	
	How to Coach Employees for Peak Performance	Kamis	24 Maret	
	How to Stop Wasting Time and Maximizing Productive Time	Selasa	8 Februari	
	Increasing Customer Satisfaction Through Service Quality	Senin	17 Januari	
Medan	Fundamental Leadership Program	Sabtu	19 Februari-02 Maret	
	Leadership Training for Supervisors	Selasa-Rabu	15-16 Maret	
	One Day Seminar	Achievement Motivation Training	Sabtu	29 Januari
		Effective Communication Workshop	Selasa	22 Februari
		Time Management Workshop	Selasa	22 Maret

Ketika menghadapi kesalahan yang dilakukan orang lain, terkadang lebih mudah untuk segera memarahi orang itu dengan kasar. Ada beberapa penyebab mengapa hal ini bisa terjadi. Mungkin karena kurangnya kemampuan mengendalikan emosi, atau karena adanya kecemasan bahwa tanpa dimarahi maka orang yang berbuat salah itu akan mengulangi kembali kesalahannya. Tetapi apakah benar hanya kemarahan yang bisa membuat orang jera dengan kesalahannya? Cerita berikut ini mungkin dapat memberikan sedikit gambaran mengenai jawaban pertanyaan tersebut.

Mahatma Gandhi dan mobil yang rusak



oleh: Toni P. Widjanarko

Pagi itu Mahatma Gandhi pergi ke kota dari desa pembuangannya di Afrika. Dia mengajak anaknya untuk membantunya membawa mobilnya yang rusak ke bengkel. Setelah mengantar Mahatma ke ruang pertemuan, anak muda ini segera ke bengkel.

Tetapi anak muda ini tidak bisa menahan diri dan memutuskan pergi menonton bioskop. Maka setelah selesai dari bengkel, dia langsung menuju ke bioskop. Setelah menonton bioskop dengan terburu-buru dia ke gedung pertemuan untuk menjemput ayahnya.

Ternyata dia terlambat dan ayahnya telah lama menunggunya.

“Mengapa terlambat?” tanya ayahnya. Dengan spontan anaknya pun menjawab, “ Baru saja dari bengkel. Tadi memperbaiki mobilnya lama, dan baru saja selesai,” kata anaknya berbohong.

Lalu Mahatma berkata, “Aku menyesal, karena aku tidak bisa mendidik anakku berlaku jujur. Aku tahu kamu berbohong karena aku telah menelpon bengkel. Dan orang bengkel mengatakan bahwa mobil sudah selesai sejak tadi.”

“Untuk menghukum kesalahanku karena tidak dapat mendidik anakku, maka aku akan pulang dengan jalan kaki,” kata Mahatma lagi.

Anak itu terdiam dan tidak tahu apa yang harus dilakukan. Ia hanya bisa mengendarai mobil itu perlahan-lahan di belakang ayahnya yang berjalan kaki. Dia sangat menyesal dengan apa yang telah dilakukannya, dan seumur hidupnya dia berjanji tidak akan berbohong lagi.

SAHABAT, untuk menyadarkan kesalahan orang lain tidak harus dengan omelan yang kasar. Pendekatan yang halus seperti yang digambarkan dalam cerita ini justru akan menghasilkan perubahan mendasar dan tanpa dendam, tulus dari dalam hati orang yang berbuat salah itu.

Dalam dunia bisnis, tunjukkanlah kesalahan orang lain secara tidak langsung. Bila kita melakukannya maka orang itu dengan sukarela akan memperbaiki kesalahannya dan juga akan memiliki rasa hormat terhadap kita.