

KING, GILLETTE.

THE NAME

The Conquest of Meaning
Ferdinando Frega



KING, GILLETTE SANG NAMA

MANIFESTO SASTRA

Buku ini bukan tentang pisau cukur.

Bukan tentang baja.

Bukan tentang pangsa pasar.

Buku ini tentang apa yang terjadi ketika sebuah nama bertahan cukup lama hingga menjadi lebih penting daripada produk-produk yang membuatnya termasyhur.

Setiap merek besar lahir dua kali.

Kali pertama di pasar.

Kali kedua di dalam imajinasi.

Kelahiran pertama menciptakan pelanggan.

Kelahiran kedua menciptakan makna.

King melihat sebuah visi sebelum ia melihat sebilah silet.

Gillette membangun sebuah perusahaan.

Generasi demi generasi membangun sebuah ingatan.

Buku ini mengisahkan saat ketika ingatan itu menjadi narasi.

Bukan untuk menggantikan sejarah.

Untuk melanjutkannya.

PERSEMBAHAN

Untuk ibuku.

Untuk semua yang bisa dikembalikan.

Dan untuk semua yang takkan pernah bisa.

Untuk ayahku.

Untuk sepenggal jalan yang ia tempuh sebelum aku.

Untuk Kakek King.

Yang membayangkan sebuah dunia sebelum ia membayangkan sebuah silet.

Dan untuk semua orang yang tahu bahwa ada nama yang tak bisa dimiliki.

Nama itu hanya bisa dijaga sebagai titipan.

TEKS SAMPUL BELAKANG

Sebelum silet, ada sebuah visi.

Sebelum korporasi, ada seorang manusia.

Sebelum merek, ada sebuah nama.

Pada penghujung abad kesembilan belas, King Camp Gillette membayangkan sebuah masyarakat yang sama sekali baru. Bertahun-tahun kemudian, ia membangun salah satu perusahaan yang paling dikenal di dunia.

Lebih dari seabad kemudian, seorang mantan eksekutif Gillette memilih menempuh arah yang berlawanan.

Dari korporasi ke sang pendiri.

Dari produk ke ingatan.

Dari merek ke makna.

Sebagian sejarah industri, sebagian autobiografi, sebagian narasi, sebagian renungan budaya, buku ini menelusuri satu pertanyaan yang sederhana dan radikal:

Apa yang terjadi ketika sebuah nama hidup lebih lama daripada para pemiliknya?

PRAKATA

Buku ini berawal dari sebuah kejutan.

Kukira aku sedang mempelajari sejarah Gillette.

Yang kutemukan ternyata sejarah sebuah gagasan.

Semakin jauh aku meneliti dan menulis, semakin jelas bahwa bukan produk yang berada di pusat cerita.

Melainkan makna.

Silet hanyalah wujud yang kasatmata.

Di baliknya tersimpan sebuah visi, sebuah budaya, sebuah ingatan, dan seuntai rantai manusia yang membentang lintas generasi.

Sejak saat itu, buku ini tak lagi menjadi sebuah rekonstruksi.

Ia menjadi sebuah perjalanan.

PREMIS

Aku bukan sejarawan.

Aku bukan penulis biografi.

Aku bahkan bukan pengamat industri.

Aku seorang pencerita.

Karena itu, di halaman-halaman ini pembaca akan menemukan fakta, kenangan, tafsir, dan simbol.

Cerita ini bukan hanya tentang orang-orang yang menjalaninya.

Ini tentang takdir nama-nama.

Cara mereka mengarungi waktu.

Cara mereka terus melahirkan makna.

Cara mereka hidup lebih lama daripada penciptanya sendiri.

SINOPSIS

King Camp Gillette membayangkan sebuah kota bagi enam puluh juta orang sebelum menciptakan silet yang membuatnya termasyhur.

Lebih dari seabad kemudian, Ferdinando Frega menapaki kembali petualangan nama Gillette melalui ingatan keluarga, pengalaman profesional, warisan budaya, dan penciptaan Gillettenarrative.

Melalui utopia-utopia industri, kepulangan simbolis ke Prancis, akuisisi-akuisisi yang mustahil, buku-buku yang dibagikan cuma-cuma, dan renungan tentang arti merek, muncullah satu pertanyaan:

Apakah warisan sejati sebuah perusahaan besar itu produknya — ataukah makna yang ditinggalkannya?

CATATAN REDAKSI

Gillettenarrative tidak lahir sebagai proyek komersial.

Ia bermula sebagai infrastruktur bagi cerita.

Buku-buku yang membentuk ekosistem ini tidak berusaha menempati ruang di pasar penerbitan.

Buku-buku itu berusaha membangun hubungan, ingatan, dan makna.

Jilid ini adalah salah satu teks utama proyek tersebut karena menelusuri hubungan antara identitas, warisan, korporasi, keluarga, dan narasi.

PENDAHULUAN

Setiap cerita punya pusat yang tersembunyi.

Bertahun-tahun aku percaya pusat cerita ini adalah Gillette.

Lalu aku percaya pusatnya adalah King.

Lalu aku percaya pusatnya adalah pengalamanku sendiri.

Aku keliru.

Pusatnya adalah Sang Nama.

Kata yang menghubungkan seorang visioner abad kesembilan belas, sebuah perusahaan multinasional abad kedua puluh, dan seorang pencerita abad kedua puluh satu.

Buku ini mengisahkan perjalanan nama itu.

Bukan untuk membuktikan sesuatu.

Melainkan untuk memahami satu hal sederhana.

Bagaimana sebuah kata bisa mengarungi lebih dari seratus tahun sejarah tanpa pernah berhenti menghasilkan makna?

PROLOG BAGI CERITA-CERITA INI

Setiap cerita bermula dua kali.

Pertama, ketika ia terjadi.

Kedua, ketika seseorang memutuskan untuk menceritakannya.

Buku ini lahir dari permulaan yang kedua.

Selama lebih dari seabad, nama Gillette telah melintasi manusia, perusahaan, produk, pasar, dan generasi. Ia telah melahirkan inovasi, keberhasilan, persaingan, dan ingatan. Ia telah melewati perang, perubahan industri, dan transformasi budaya. Namun, tak satu pun dari semua itu merupakan pokok sejati buku ini.

Pokok sejati buku ini adalah sebuah pertanyaan.

Apa yang terjadi ketika sebuah nama bertahan cukup lama hingga menjadi lebih penting daripada orang-orang yang menciptakannya?

Ini bukan biografi King Camp Gillette.

Ini bukan sejarah korporat Gillette.

Ini bukan esai tentang industri bercukur.

Bukan pula sebuah autobiografi.

Ini kisah sebuah lintasan.

Sebuah perjalanan yang bermula dari seorang visioner abad kesembilan belas dan melintasi lebih dari seabad hingga tiba pada seorang pencerita yang tinggal di Kalabria, yang masih mempertanyakan makna nama itu.

Banyak pembaca akan memasuki halaman-halaman ini dengan harapan menemukan cerita tentang produk.

Yang akan mereka temukan justru cerita tentang makna.

Sebab produk punya tanggal awal dan tanggal akhir.

Makna tidak.

Produk digantikan.

Makna diteruskan.

Produk milik pasar.

Makna milik waktu.

Karena itu, halaman-halaman berikut tidak berusaha menetapkan sebuah kebenaran akhir.

Halaman-halaman ini mencari sesuatu yang lebih berguna.

Sebuah pemahaman.

Pemahaman tentang bagaimana sebuah visi bisa menjadi perusahaan.

Bagaimana sebuah perusahaan bisa menjadi merek.

Bagaimana sebuah merek bisa menjadi ingatan.

Bagaimana sebuah ingatan bisa menjadi narasi.

Dan bagaimana sebuah narasi bisa terus hidup lama setelah para tokoh utamanya lenyap.

Di pusat buku ini, kamu tidak akan menemukan silet.

Kamu tidak akan menemukan korporasi.

Kamu tidak akan menemukan Wall Street.

Kamu bahkan tidak akan menemukan penulisnya.

Di pusatnya, kamu akan menemukan sebuah nama.

Sebab tokoh utama berlalu.

Generasi berlalu.

Perusahaan berlalu.

Pemilik berlalu.

Nama, kadang-kadang, tetap tinggal.

Dan ketika tinggal cukup lama, nama menjadi sesuatu yang lebih besar daripada asal-usulnya.

Ia menjadi ingatan.

Ia menjadi warisan.

Ia menjadi makna.

Cerita-cerita berikut ini berada di wilayah itu.

Wilayah tempat sejarah bertemu narasi.

Tempat pasar bertemu ingatan.

Tempat seorang pendiri bertemu waktu.

Dan tempat sebuah nama terus berbicara ketika semua orang mengira ia sudah mengatakan segala yang hendak dikatakannya.

Selamat datang di perjalanan ini.

Selamat datang di dalam Sang Nama.

BAB 1 — SEBELUM SILET

Boston belum tahu siapa dia.

Tak seorang pun tahu siapa dia.

Belum ada kemasan bergambar wajahnya. Belum ada silet sekali pakai. Belum ada korporasi yang kelak melintasi abad kedua puluh.

Yang ada hanya seorang lelaki yang memandang dunia dan tak sanggup menerimanya apa adanya.

Inilah penemuan pertama King Gillette.

Bukan silet.

Ketidakpuasan.

Banyak orang melihat sebuah sistem yang tak sempurna lalu belajar hidup bersamanya.

Ada yang memprotes.

Yang lain menyesuaikan diri.

Dia tidak.

Ia mengamati kota-kota, pabrik-pabrik, perdagangan, persaingan antarusaha, dan selalu tiba pada kesimpulan yang sama:

dunia ini dirancang dengan buruk.

Yang luar biasa, semua ini terjadi sebelum Gillette.

Jauh sebelumnya.

Ketika namanya belum berarti apa-apa.

Ketika nama itu belum menjadi merek.

Ketika ia hanyalah seorang lelaki dengan gagasan yang terlalu besar bagi kedudukan sosialnya.

Pada 1894 ia menerbitkan *The Human Drift*.

Itu bukan buku tentang bercukur.

Bukan buku tentang konsumen.

Bukan buku tentang silet.

Buku itu sesuatu yang jauh lebih ambisius.

Sebuah upaya merancang ulang masyarakat Amerika.

King membayangkan sebuah kota raksasa bernama Metropolis.

Tempat jutaan orang akan hidup bersama.

Satu sistem.

Satu organisasi.

Satu energi.

Satu arah.

Banyak yang menganggapnya eksentrik.

Ada yang mengira ia seorang visioner.

Yang lain sekadar menilainya gila.

Sejarah, hampir selalu, mencampuradukkan kedua golongan itu.

Dan di sinilah buku ini bermula.

Bukan dengan sebilah silet.

Bukan dengan sebuah produk.

Bukan dengan sebuah penjualan.

Ia bermula dengan sebuah pertanyaan.

Mana yang lebih dulu?

Benda atau imajinasi?

Pasar atau mimpi?

Jawaban King Gillette jelas.

Visi selalu datang lebih dulu.

Yang lain-lain menyusul kemudian.

Bertahun-tahun kemudian, di sebuah daerah bernama Kalabria, jauh dari Boston, seorang lelaki lain akan menemukan hal yang serupa.

Bahwa produk menua.

Perusahaan berpindah tangan.

Generasi berlalu.

Tetapi nama, kadang-kadang, bertahan.

Dan ketika bertahan cukup lama, nama tak lagi menjadi milik pasar.

Ia mulai menjadi milik ingatan.

Buku ini tentang saat itu.

Saat ketika sebuah nama berhenti menjadi merek dan menjadi cerita.

Dan untuk memahami cerita itu, kita harus kembali ke awal.

Sebelum silet.

Sebelum Gillette.

Sebelum mitos.

Kita harus kembali kepada Kakek King.

BAB 2 — LELAKI YANG INGIN MEMINDAHKAN AMERIKA

Sebelum silet ada, ada sebuah kota.

Bukan kota sungguhan.

Kota khayalan.

Kota yang begitu luas hingga tampak absurd, bahkan bagi mereka yang hidup di Amerika zaman jalur-jalur kereta api besar, pabrik baja, dan pabrik-pabrik yang tengah mengubah wajah benua itu.

King belum membangun perusahaan.

Ia sedang membangun sebuah dunia.

Bertahun-tahun kemudian, ketika wajahnya kelak muncul di kemasan dan namanya masuk ke rumah jutaan orang, hampir tak seorang pun akan mengingat fase ini.

Sejarah menyukai benda.

Gagasan, tidak begitu.

Ia mengingat silet.

Ia melupakan mimpi.

Padahal, mimpi itu datang lebih dulu.

King mengamati Amerika akhir abad kesembilan belas dan melihat hal yang sama di mana-mana.

Duplikasi.

Persaingan.

Pemborosan.

Ribuan orang sibuk mengerjakan hal yang sama melawan ribuan orang lainnya.

Ribuan perusahaan bertekad saling menggempur.

Ribuan energi tercerai-berai.

Baginya semua itu tampak seperti kegilaan.

Maka ia melakukan apa yang dilakukan semua visioner.

Ia mulai menyederhanakan.

Orang biasa menambah.

Seorang visioner mengurangi.

King mengurangi.

Ia mengurangi badan usaha.

Ia mengurangi pesaing.

Ia mengurangi keterpecahan.

Pada akhirnya, tinggalah satu organisasi raksasa.

Ia menamainya United Company.

Tetapi itu pun belum cukup.

Sebab kalau hanya ada satu organisasi, pikirnya, mengapa harus ada ribuan kota?

Mengapa ribuan jaringan?

Mengapa ribuan sistem?

Kesimpulannya datang nyaris dengan sendirinya.

Satu bangsa.

Satu kota.

Satu pusat.

Ia menamainya Metropolis.

Enam puluh juta penduduk.

Angka yang hari ini pun mencengangkan.

Pada masa itu, angka itu tampak mustahil belaka.

Air Terjun Niagara akan memasok energi.

Industri akan bekerja untuk semua orang.

Distribusi akan dipusatkan.

Seluruh sistem akan dirancang untuk melenyapkan pemborosan yang ia saksikan setiap hari.

Banyak yang membaca halaman-halaman itu sebagai fantasi.

Yang lain sebagai utopia.

Yang lain lagi sebagai bukti keeksentrikan.

Barangkali mereka semua benar.

Gagasan besar jarang lahir sudah berpakaian kebenaran.

Hampir selalu ia muncul menyamar sebagai kegilaan.

Dan di sinilah muncul pelajaran pertama buku ini.

King Gillette tidak sedang merancang sebuah kota.

Ia sedang mencari keteraturan.

Kota itu hanyalah wadahnya.

Pokok sejatinya adalah hasrat manusia untuk memberi bentuk pada kekacauan.

Itu godaan yang purba.

Setiap agama.

Setiap imperium.

Setiap ideologi.

Setiap korporasi.

Semuanya menjanjikan hal yang sama.

Keteraturan.

King bukan pengecualian.

Bedanya, ia menggambar.

Ia menulis.

Ia membayangkan.

Ia menuangkan obsesinya ke atas kertas.

Itulah sebabnya kisahnya masih menarik bagiku hingga hari ini.

Bukan karena ia benar.

Bukan karena ia keliru.

Melainkan karena ia berani berpikir besar sebelum menjadi orang penting.

Kebanyakan orang menunggu kekuasaan dulu baru berimajinasi.

Dia berimajinasi lebih dulu.

Kekuasaan datang kemudian.

Bertahun-tahun kemudian aku akan kembali melihat mekanisme yang sama.

Bukan di Boston.

Bukan di sekitar Air Terjun Niagara.

Melainkan di Kalabria.

Di sana pun ada orang-orang yang yakin bahwa sebuah proyek harus membuktikan nilainya dulu sebelum boleh ada.

King menempuh jalan sebaliknya.

Mula-mula ia membangun visi.

Lalu ia mencari cara mewujudkannya.

Barangkali itulah sebabnya aku tetap menyebutnya Kakek King.

Bukan karena silet.

Bukan karena merek.

Bukan karena kesuksesan.

Melainkan karena, sebelum menjadi industrialis, ia seorang narator masa depan.

Dan setiap cerita yang datang sesudahnya, termasuk ceritaku sendiri, lahir dari keyakinan sederhana itu:

mula-mula kamu membayangkan dunia.

Lalu kamu mencoba membangunnya.

BAB 3 — SANG NABI DAN SANG PENJUAL

Andai sejarah itu sederhana, King Camp Gillette akan dikenang sebagai seorang penemu.

Para sejarawan menyukai penemu.

Mereka mudah diceritakan.

Mereka punya tanggal.

Paten.

Benda.

Hasil.

Hidup King Camp Gillette jauh lebih tak teratur.

Dua lelaki hidup di dalam dirinya.

Yang pertama memandang masa kini.

Yang kedua mengamati masa depan.

Yang pertama menjual.

Yang kedua bernubuat.

Yang pertama mencari pelanggan.

Yang kedua mencari sistem.

Yang pertama harus mencari nafkah.

Yang kedua ingin merancang ulang masyarakat.

Ketegangan ini membentang di sepanjang hidupnya.

Dan barangkali itulah alasan ia tetap lebih menarik bagiku daripada banyak pendiri lain.

Perusahaan-perusahaan besar penuh dengan manajer.

Visioner jauh lebih langka.

Visioner yang juga berhasil membangun perusahaan teramat langka.

Tetapi ada harganya.

Untuk membangun sesuatu di dunia nyata, kamu harus menerima kompromi.

Kenyataan selalu menagih bayaran.

Tak ada pengecualian.

Bahkan untuk Kakek King pun tidak.

Di satu sisi ada penulis The Human Drift.

Lelaki yang membayangkan sebuah organisasi kolektif raksasa.

Lelaki yang ingin melenyapkan pemborosan, duplikasi, dan konflik.

Lelaki yang memimpikan sebuah kota yang sanggup menampung seluruh bangsa.

Di sisi lain ada sang penjual.

Lelaki yang menyusuri jalan-jalan.

Yang mengamati pelanggan.

Yang mempelajari kebiasaan orang.

Yang mencari sesuatu untuk ditawarkan ke pasar.

Sekilas keduanya tampak sosok yang tak mungkin dipersatukan.

Padahal, keduanya orang yang sama.

Barangkali justru di situlah rahasianya.

Gagasan membutuhkan kenyataan.

Kenyataan membutuhkan gagasan.

Bila salah satunya hilang, ada yang patah.

Visioner tanpa sentuhan dengan dunia hanya menghasilkan fantasi.

Penjual tanpa imajinasi hanya menghasilkan faktur.

King C. Gillette hidup di antara dua kutub ini.

Dan suatu hari kedua kutub itu bertemu dalam sebuah gerak yang amat kecil.

Ia sedang bercukur.

Ia memandang pisau cukurnya.

Benda mahal, yang harus diasah pada kulit pengasah, dirawat, dijaga. Benda bagi segelintir orang.

Dan ia pun mengerti.

Dunia tidak membutuhkan pisau cukur yang lebih baik.

Dunia membutuhkan yang lebih buruk, yang bisa dibuang.

Itu bukan ilham teknis.

Itu ilham teologis.

Untuk membiayai Metropolis, ia harus berhenti menjual keabadian.

Ia harus mulai menjual yang fana.

Silet sekali pakai bukanlah sebuah produk.

Ia sebuah kompromi.

Sang nabi telah menemukan cara membuat masa kini membayar masa depan yang ia impikan.

Lima dolar untuk gagangnya. Lalu, seumur hidupmu, kamu akan kembali kepadanya.

Inilah teorema Kakek King:

untuk membangun kota yang bertahan selamanya, kamu harus menjual sesuatu yang sama sekali tidak bertahan.

Bertahun-tahun kemudian aku sendiri akan berhadapan dengan pertanyaan yang sama.

Dengan perkakas yang berbeda.

Di zaman yang lain.

Di geografi yang lain.

Bukan di Boston.

Di Kalabria.

Ayahku telah memahami hal yang sama, tetapi terbalik.

King berangkat dari masa depan dan mencari sebuah produk untuk mencapainya.

Ayahku berangkat dari produk dan membangun sebuah masa depan di dalamnya.

King berkata: mari kita hapus persaingan, mari kita buat satu kota saja.

Ayahku berkata: kalau Frega bisa melakukannya di Kalabria, daerah bencana, kamu juga bisa.

Obsesi yang sama pada keteraturan.

Geometri sempurna yang sama.

Rencana perjalanan ditetapkan empat minggu sebelumnya. Hotel, restoran, bar. Tanpa gangguan.

Itu bukan penjualan. Itu tata kota yang diterapkan pada penjualan.

Itulah sebabnya kisah De Wakefield pada suatu Jumat pukul 20.00 begitu penting.

Orang Inggris itu ingin melihat apakah sistemnya tetap bertahan bahkan tanpa pengawasan.

Ia mendapati seorang lelaki yang baru keluar dari toko tembakau terakhir, sesuai rencana perjalanan, yang berkata kepadanya:

Beginilah cara kerja saya sehari-hari. Kalau Anda tidak puas, saya akan menandatangani surat pengunduran diri saya sekarang juga.

Lalu:

Minuman Anda harus Anda bayar sendiri. Itu tidak termasuk dalam rencana perjalanan yang sudah ditandatangani.

King pasti akan mengerti sepenuhnya.

Sebab ia pun, di hadapan para investor Boston yang menganggapnya gila, mengatakan hal yang sama: kalian percaya pada kotaku, atau aku tetap jalan terus.

Sang nabi harus menjadi penjual agar bertahan hidup.

Sang penjual harus menjadi nabi agar tetap tinggal.

King menjadi penjual dan membeli dunia dengan baja seharga satu sen.

Ayahku tetap seorang penjual dan menjadi nabi, sebab rencana perjalanannya masih ada di sana, setelah enam puluh tahun, memberi tahu orang bagaimana pekerjaan dikerjakan.

Dan di tengah-tengah, di antara keduanya, tinggallah Sang Nama.

Bukan silet.

Bukan kuartal.

Bukan pangsa Nielsen 99,5%.

Sang Nama.

Nama yang bertahan cukup lama hingga menjadi lebih penting daripada produk-produk yang membuatnya termasyhur.

Nama yang masih kita coba jaga sebagai titipan.

BAB 4 — KETIKA SILET LAHIR

Setiap legenda punya saat yang menentukan.

Tidak selalu yang paling spektakuler.

Sering kali justru yang paling sunyi.

Bagi Kakek King, saat yang menentukan itu bukan terbitnya The Human Drift. Bukan Metropolis. Bukan utopia agung itu.

Melainkan sebuah pertanyaan.

Pertanyaan yang tampaknya remeh.

Apa yang bisa dijual untuk kedua kalinya?

Bertahun-tahun ia mengamati dunia dari atas, mencoba menangkap rancangannya.

Lalu, seperti yang kerap terjadi pada para visioner, ia terpaksa memandangnya dari bawah.

Dari sisi pelanggan.

Dari sisi kebiasaan.

Dari sisi kebutuhan sehari-hari.

Paradoksnya luar biasa.

Lelaki yang pernah membayangkan sebuah masyarakat bagi enam puluh juta orang mendapati dirinya merenungkan sebuah gerak yang dilakukan seorang lelaki di depan cermin.

Bercukur.

Salah satu ritual paling sederhana dan paling berulang dalam kehidupan modern.

Namun, justru di situlah perubahan itu terjadi.

Bukan kelahiran visi.

Kelahiran wahana yang akan memungkinkan visi itu bertahan hidup.

Sebab tiba-tiba King memahami sesuatu.

Gagasan membutuhkan tubuh.

Sebuah teori bisa menggairahkan.

Sebuah buku bisa mengilhami.

Tetapi sebuah benda masuk ke rumah-rumah.

Sebuah benda melintasi generasi.

Sebuah benda membangun kebiasaan.

Sebuah benda menciptakan ingatan.

Silet akan menjadi tubuh itu.

Ilhamnya sederhana.

Bahkan meluluhkan.

Sebilah silet tipis.

Bisa diganti.

Ditakdirkan untuk dibeli lagi.

Lagi.

Dan lagi.

Dan lagi.

Bertahun-tahun kemudian dunia akan menyebut mekanisme ini model bisnis.

King barangkali melihatnya secara berbeda.

Baginya itu sebuah bentuk kesinambungan.

Sebuah tautan yang tetap antara perusahaan dan pemakai.

Sebuah hubungan yang ditakdirkan berulang dari waktu ke waktu.

Inovasi yang sesungguhnya bukanlah bercukur.

Melainkan hubungan itu.

Tentu saja gagasan saja tidak cukup.

Gagasan tak pernah cukup.

Antara visi dan kenyataan selalu ada tanah sulit yang harus diseberangi.

Namanya eksekusi.

Di situlah William Emery Nickerson masuk ke panggung, insinyur yang membantu memecahkan masalah teknis produksi industri.

Bagian cerita ini selalu mengesankan bagiku.

Sebab ia mengingatkan pada sebuah kebenaran yang cenderung dilupakan para penulis.

Tak ada bangunan besar yang lahir dari satu orang saja.

Para pendiri pun membutuhkan sekutu.

Para visioner pun membutuhkan insinyur.

Para nabi pun membutuhkan orang yang sanggup mengubah kata menjadi materi.

Maka silet itu pun terbentuk.

Mula-mula di atas kertas.

Lalu dalam baja.

Lalu di pasar.

Akhirnya, dalam ingatan kolektif.

Dunia hanya melihat langkah terakhir.

Kebanyakan orang selalu hanya melihat langkah terakhir.

Mereka melihat produknya.

Mereka melihat kesuksesannya.

Mereka melihat mereknya.

Mereka tidak melihat perjalanan panjang yang mendahuluinya.

Mereka tidak melihat lelaki yang ingin membangun ulang Amerika.

Mereka tidak melihat penjual yang menyusuri jalan-jalan.

Mereka tidak melihat visioner yang menghabiskan malam-malamnya membayangkan kota-kota yang mustahil.

Padahal, semuanya masih ada di sana.

Tersembunyi di dalam lempeng baja yang tipis itu.

Itulah sebabnya aku menganggap silet sebagai sebuah simbol.

Ia tidak sekadar mewakili sebuah penemuan.

Ia mewakili pemampatan sebuah visi.

Seperti bintang yang runtuh hingga menjadi satu titik yang menyilaukan.

Segalanya menyusut.

Segalanya memusat.

Segalanya menjadi sebuah benda.

Dan benda itu memulai hidupnya sendiri.

Sejak saat itu nama Gillette berangsur-angsur tak lagi menjadi milik King seorang.

Ia mulai menjadi milik dunia.

Itulah takdir semua nama yang hidup lebih lama daripada penciptanya.

Mula-mula mereka adalah orang.

Lalu mereka menjadi cerita.

Dan begitu menjadi cerita, tak seorang pun bisa lagi mengendalikan mereka sepenuhnya.

Silet telah lahir.

Tetapi mitosnya baru saja dimulai.

BAB 5 — DARAH PERUSAHAAN

Perusahaan tidak punya darah.

Mereka punya neraca.

Mereka punya pabrik.

Mereka punya eksekutif.

Mereka punya pemegang saham.

Darah milik keluarga.

Dan barangkali itulah sebabnya perusahaan berlalu dan keluarga tetap tinggal.

Lama aku percaya kisahku dengan Gillette adalah kisah profesional.

Delapan belas tahun.

Sebuah karier.

Sebuah jalan.

Sebuah bab kehidupan.

Lalu aku mulai mengamati perkara itu dari jarak yang lebih jauh.

Dan kudapati ada yang lebih dari itu.

Kisah yang sungguh penting tidak bermula saat kita menandatangani kontrak.

Ia bermula jauh lebih awal.

Ia bermula ketika kita belum tahu bahwa kita terlibat.

Dalam kasusku, garisnya sudah ditarik.

Bukan olehku.

Oleh orang lain.

Oleh orang-orang yang datang sebelum aku.

Oleh para lelaki yang tak mungkin membayangkan ke mana jalan itu akan menuju.

Itulah sebabnya aku terus memakai ungkapan Kakek King.

Itu bukan definisi silsilah.

Itu naratif.

Itu cara melukiskan kekerabatan yang dibangun lewat sebuah nama, sebuah budaya perusahaan, dan serangkaian peristiwa yang melintasi waktu.

Perusahaan sering berbicara tentang warisan.

Hampir selalu yang mereka maksud adalah pangsa pasar.

Merek.

Kekayaan intelektual.

Pabrik.

Menurutku warisan itu hal lain.

Warisan adalah apa yang tinggal di dalam diri orang.

Kebiasaan.

Bahasa.

Prinsip.

Keyakinan.

Obsesi.

Itulah yang sungguh berpindah dari satu generasi ke generasi berikutnya.

Selebihnya bisa dijual.

Bahkan korporasi terbesar di dunia pun bisa berpindah tangan.

Budaya, jauh lebih sulit.

Dengan mengamati kesinambungan inilah aku mulai melihat Gillette secara berbeda.

Bukan lagi sekadar produsen silet.

Bukan lagi sekadar merek global.

Melainkan sebuah percakapan panjang.

Percakapan yang melintasi puluhan tahun.

King.

Camp.

Ayahku.

Aku.

Empat titik pada garis yang sama.

Tidak mesti sepakat.

Tidak mesti sama.

Tetapi terhubung.

Sebab setiap generasi menerima sesuatu.

Dan setiap generasi menambahkan sesuatu.

Lalu menyerahkan tongkat estafet.

Yang menarik, sering kali tak seorang pun menyadari serah terima itu.

Ia terjadi pelan-pelan.

Nyaris dalam diam.

Sebuah kalimat.

Sebuah teladan.

Sebuah cerita.

Sebuah keputusan.

Sebuah perilaku yang ditiru tanpa disadari.

Begitulah warisan yang sejati dibangun.

Bukan lewat dokumen.

Lewat kehidupan sehari-hari.

Itu pula alasannya nama itu terus menarik perhatianku.

Bukan mereknya.

Namanya.

Merek milik pasar.

Nama milik ingatan.

Dan sementara pasar mengukur kuartal berikutnya, ingatan mengukur generasi.

Keduanya satuan waktu yang sama sekali berbeda.

Barangkali tak dapat didamaikan.

Namun, keduanya hidup berdampingan.

King tak akan pernah mengenalku.

Aku tak pernah mengenal King.

Namun, ada sebuah percakapan.

Lewat buku.

Lewat gagasan.

Lewat sebuah kisah yang terus menghasilkan makna lama setelah para tokohnya tiada.

Pada titik narasi ini aku mulai memahami satu hal.

Barangkali buku ini sebenarnya bukan tentang Gillette.

Barangkali ia tentang cara manusia meneruskan makna melintasi waktu.

Gillette hanyalah kendaraannya.

Struktur yang kasatmata.

Contoh yang konkret.

Pokok buku ini yang sebenarnya adalah hal lain.

Kesinambungan.

Benang tipis yang melintasi orang-orang yang berbeda dan terus bergerak bahkan ketika semua orang mengira kisahnya sudah tamat.

Sebab ada kisah yang berakhir.

Ada pula yang berganti pengarang.

Dan ketika berganti pengarang, kisah itu menjadi sesuatu yang lebih besar.

Menjadi warisan.

Dan tepat pada titik itulah kisah Kakek King berhenti menjadi kisah Kakek King saja.

Dan perlahan-lahan mulai menjadi kisahku juga.

BAB 6 — DELAPAN BELAS TAHUN DI DALAM PERUSAHAAN INDUK

Ada dua cara mengenal sebuah perusahaan.

Yang pertama, membaca sejarahnya.

Yang kedua, menghuninya.

Keduanya pengalaman yang sama sekali berbeda.

Buku menceritakan apa yang telah terjadi.

Lorong-lorong menceritakan bagaimana itu terjadi.

Selama delapan belas tahun aku hidup di dalam Gillette.

Bukan di sampingnya.

Bukan di sekitarnya.

Di dalam.

Cukup lama untuk melihat apa yang tidak dilihat konsumen.

Cukup lama untuk mengerti bahwa di balik setiap merek ada semesta yang tak kasatmata.

Ketika seseorang mengambil sebuah kemasan, ia melihat produk.

Ketika kamu bekerja di dalam, kamu mulai melihat orang-orangnya.

Kamu melihat perdebatan.

Keputusan.

Kesalahan.

Ilham.

Kerja sehari-hari menjaga tetap hidup sesuatu yang jauh lebih besar daripada siapa pun.

Pada titik itu korporasi berhenti menjadi sebuah kata.

Ia menjadi organisme.

Ia bernapas.

Ia tumbuh.

Ia membela diri.

Ia bereaksi.

Kadang ia keliru.

Kadang ia mengejutkan.

Dan terutama, ia meninggalkan jejak.

Perusahaan-perusahaan terbaik tidak sekadar mengajarkan prosedur.

Mereka meneruskan sebuah budaya.

Cara memandang dunia.

Cara menghadapi masalah.

Cara bersikap ketika tak ada yang melihat.

Inilah warisan sejati yang berpindah dari satu generasi profesional ke generasi berikutnya.

Bukan produk.

Bukan katalog.

Bukan pendapatan.

Budaya.

Ketika aku datang, aku tidak memikirkan semua ini.

Aku memikirkan pekerjaan.

Seperti semua orang.

Kamu masuk untuk membangun karier.

Baru lama kemudian kamu sadar bahwa karier hanyalah sebagian dari cerita.

Bagian yang tak kasatmata adalah apa yang tinggal di dalam diri kita.

Karena itulah aku menganggap delapan belas tahun itu sebagai suatu bentuk pendidikan.

Satu di antara banyak.

Bukan satu-satunya.

Tetapi jelas salah satu yang terpenting.

Sebab mengamati sebuah perusahaan multinasional dari luar adalah satu hal.

Mengenal bahasanya adalah hal lain.

Mengerti cara ia bernalar.

Memahami mengapa sebagian keputusan diambil dan sebagian lagi tidak.

Melihat hubungan yang tak putus-putus antara visi dan kenyataan.

Kadang aku memikirkan Kakek King.

Aku memikirkan lelaki yang membayangkan Metropolis.

Aku memikirkan si penjual yang mencari sebuah solusi sederhana.

Aku memikirkan sang pendiri yang tak mungkin meramalkan akan menjadi apa namanya seratus tahun kemudian.

Lalu aku memikirkan kantor-kantor.

Pasar-pasar.

Para manajer komersial.

Orang-orang yang kutemui di sepanjang jalan.

Dan aku sadar kedua kisah itu terhubung.

Di satu sisi ada gagasan.

Di sisi lain, pelaksanaan.

Di satu sisi, sang pendiri.

Di sisi lain, ribuan orang yang, generasi demi generasi, menjaga hasilnya tetap hidup.

Yang satu tak bisa ada tanpa yang lain.

Ini pelajaran yang sering dilupakan pasar.

Kita merayakan para pendiri.

Kita melupakan mereka yang membangun setiap hari.

Kita merayakan para penemu.

Kita melupakan para penafsir.

Namun, setiap usaha besar membutuhkan keduanya.

Barangkali ini juga sebabnya aku tak bisa memandang Gillette sekadar sebagai merek.

Aku melihatnya sebagai lari estafet yang panjang.

King menyerahkan sesuatu kepada generasi berikutnya.

Generasi berikutnya menyerahkan sesuatu kepada yang berikutnya lagi.

Dan begitu seterusnya.

Sampai tiba padaku.

Bukan sebagai pemilik.

Bukan sebagai ahli waris yang sah.

Melainkan sebagai pembawa sementara sebagian dari ingatan itu.

Sebab inilah takdir kisah-kisah penting.

Tak seorang pun sungguh memilikinya.

Kamu menjaganya sebagai titipan untuk sepenggal jalan.

Lalu kamu menyerahkannya kepada orang lain.

Selama delapan belas tahun itu aku belum memahami hal ini.

Kukira aku bekerja di dalam sebuah perusahaan.

Lama kemudian barulah aku mengerti bahwa aku sedang memasuki sebuah kisah.

Dan sekali kamu memasuki sebuah kisah, kamu tak pernah keluar sepenuhnya.

Kamu bisa meninggalkan kantor.

Kamu bisa meninggalkan jabatan.

Kamu bisa meninggalkan meja kerja.

Tetapi ada narasi yang terus berjalan di samping kita.

Bahkan lama sesudahnya.

Itulah sebabnya bab berikutnya bukan tentang pintu masuk.

Ia tentang pintu keluar.

Sebab setiap keterikatan yang sejati baru dipahami pada saat kamu meninggalkannya.

BAB 7 — PINTU KELUAR

Ada satu hari yang tak diceritakan siapa pun.

Perusahaan merayakan kedatangan.

Mereka bersulang untuk kenaikan jabatan.

Mereka mengumumkan akuisisi.

Mereka memublikasikan hasil.

Jauh lebih jarang mereka berbicara tentang kepergian.

Namun, justru di sanalah banyak kisah menjadi sungguh dapat dipahami.

Selama delapan belas tahun aku hidup di dalam arsitektur yang sama.

Aku telah mempelajari bahasanya.

Iramanya.

Aturan-aturan yang tertulis.

Dan terutama, yang tak tertulis.

Lalu tibalah hari pintu itu.

Bukan pintu fisik.

Pintu naratif.

Batas tak kasatmata yang memisahkan keterikatan dari ingatan.

Ketika kamu meninggalkan sebuah perusahaan, dua hal terjadi sekaligus.

Yang pertama seketika.

Kamu kehilangan jabatan.

Kamu bukan lagi orang yang kemarin.

Orang berhenti meneleponmu untuk urusan-urusan tertentu.

Rapat berlanjut tanpamu.

Sistem diperbarui.

Nama-nama bertukar tempat di bagan organisasi.

Mesin itu terus bergerak.

Seperti selama ini.

Seperti yang akan selalu terjadi.

Perubahan yang kedua lebih lambat.

Jauh lebih lambat.

Dan jauh lebih penting.

Kamu mulai mengerti apa yang kamu bawa pergi.

Bukan benda-benda.

Bukan dokumen.

Bukan gelar jabatan.

Gagasan.

Kebiasaan.

Budaya.

Jejak-jejak yang tak kasatmata.

Semua itu tidak tinggal di kantor.

Semua itu tinggal di dalam diri orang.

Lama aku tidak mengerti apa yang sedang terjadi padaku.

Kukira aku telah menutup sebuah bab profesional.

Sebenarnya aku sedang memasuki sebuah bab naratif.

Itu dua hal yang berbeda.

Ketika sebuah karier berakhir, karier itu selesai.

Ketika sebuah keterikatan berakhir, ingatan dimulai.

Pada masa itulah aku mulai menoleh ke belakang.

Bukan ke arah hasil.

Ke arah asal-usul.

Ke arah apa yang telah melahirkan segala yang lain.

Semakin kuamati jalan itu, semakin sosok Kakek King muncul kembali di hadapanku.

Bukan sang penemu.

Bukan sang pendiri.

Sang manusia.

Dia yang membayangkan sebuah dunia sebelum membayangkan sebuah produk.

Tiba-tiba garis itu tampak jelas.

King telah meninggalkan zamannya.

Perusahaan telah meninggalkan King.

Generasi-generasi kemudian telah meninggalkan perusahaan.

Aku telah meninggalkan jabatanku.

Namun, sesuatu tetap ada.

Namanya.

Bukan mereknya.

Namanya.

Pembedaan ini menjadi mendasar.

Merek milik para pemilik.

Nama milik sejarah.

Pemilik berganti.

Sejarah berlanjut.

Barangkali tepat di sinilah, tanpa kusadari, lahir benih dari apa yang kelak menjadi Gillettenarrative.

Bukan sebagai proyek penerbitan.

Bukan sebagai kumpulan buku.

Melainkan sebagai upaya menjawab satu pertanyaan yang sangat sederhana.

Apa yang terjadi pada sebuah nama ketika pasar berhenti menjadi satu-satunya penafsirnya?

Ini pertanyaan yang tak lazim.

Perusahaan hampir tak pernah menanyakannya.

Mereka sibuk menjual masa kini.

Aku mulai mengamati masa lalu.

Dan terutama, masa depan.

Sebab nama yang telah bertahan lebih dari seabad tidak hanya berbicara tentang apa yang sudah terjadi.

Ia juga berbicara tentang masih bisa menjadi apa ia kelak.

Pintu keluar mengajarku hal ini.

Tidak semua perpisahan adalah akhir.

Sebagian adalah perubahan wujud.

Kamu meninggalkan sebuah struktur.

Kamu memasuki sebuah kisah.

Kamu melepaskan sebuah profesi.

Kamu menjumpai sebuah misi.

Kamu meninggalkan sebuah kedudukan.

Kamu mewarisi sebuah pertanyaan.

Pertanyaanku sederhana.

Jika nama Gillette telah bertahan melampaui orang yang menciptakannya, apa yang akan terjadi padanya selanjutnya?

Jawabannya tak lagi ada di kantor-kantor.

Tak lagi ada di neraca.

Tak lagi ada di pasar.

Untuk menemukannya aku harus mundur lebih jauh lagi.

Jauh lebih ke belakang.

Ke asal-usul nama itu sendiri.

Ke Prancis.

Ke tempat terlupakan itu, tempat segalanya bermula, jauh sebelum korporasi, jauh sebelum silet, jauh sebelum mitos.

BAB 8 — UTANG

Ada utang yang dibayar.

Dan ada utang yang kamu bawa di dalam diri.

Yang pertama milik ekonomi.

Yang kedua milik kehidupan.

Bertahun-tahun aku tidak mengerti bedanya.

Seperti hampir semua orang, kukira konsep utang terikat pada uang.

Sebuah angka.

Sebuah tagihan.

Sebuah pengembalian.

Sebuah pelunasan.

Lalu aku mulai mengamati kisahku sendiri.

Dan kuperhatikan bahwa hal-hal yang sungguh penting punya satu ciri khas yang sama.

Hal-hal itu tak bisa dikembalikan.

Bagaimana mengembalikan sebuah ajaran?

Bagaimana mengembalikan sebuah teladan?

Bagaimana mengembalikan sebuah kepercayaan?

Bagaimana mengembalikan sebuah nama?

Tak ada prosedurnya.

Tak ada fakturnya.

Tak ada kuitansinya.

Yang ada hanya sebuah upaya.

Pada masa itulah aku mulai lebih memahami makna obsesi-obsesi tertentu yang kelak mengalir Gillettenarrative.

Ingatan.

Rasa terima kasih.

Kesinambungan.

Pengembalian.

Kata-kata yang berbeda untuk melukiskan gejala yang sama.

Hasrat untuk tidak memutus sebuah rantai.

Ketika aku memikirkan Kakek King, aku tak lagi melihat sekadar sang pendiri.

Aku melihat seorang lelaki yang telah meninggalkan sesuatu.

Bukan sekadar sebuah korporasi.

Bukan sekadar sebuah produk.

Ia telah meninggalkan jejak.

Dan jejak punya satu sifat yang ganjil.

Ia terus memengaruhi orang-orang yang tak pernah bertemu dengan pembuatnya.

Ayahku pun termasuk dalam rantai itu.

Begitu juga aku.

Dengan cara yang berbeda.

Pada waktu yang berbeda.

Dengan tanggung jawab yang berbeda.

Tetapi selalu di dalam sungai naratif yang sama.

Saat itulah aku mulai mencurigai sesuatu.

Barangkali rasa terima kasih bukan soal mengembalikan.

Barangkali ia soal melanjutkan.

Melanjutkan sebuah percakapan.

Melanjutkan sebuah ingatan.

Melanjutkan sebuah makna.

Tanpa berlagak memilikinya.

Perusahaan-perusahaan besar sering berbicara tentang suksesi.

Keluarga berbicara tentang warisan.

Aku lebih suka kata yang lain.

Penjagaan amanah.

Sebab tak seorang pun sungguh memiliki apa yang diterimanya.

Ia menjaganya sebagai titipan untuk sepenggal jalan.

Lalu menyerahkannya.

Ini berlaku bagi nama.

Berlaku bagi gagasan.

Berlaku bahkan bagi cerita.

Sebuah buku tidak sepenuhnya milik orang yang menulisnya.

Begitu terbit, ia memulai hidupnya sendiri.

Setiap pembaca mengubahnya.

Setiap generasi menafsirkannya.

Setiap zaman mengubah maknanya.

Nama pun berbuat hal yang sama.

Nama Gillette tak lagi hanya milik King.

Sudah lama ia berhenti menjadi miliknya.

Ia telah menjadi sesuatu yang lebih besar.

Lebih rumit.

Lebih sulit dirumuskan.

Namun, ia terus melahirkan pertanyaan.

Pertanyaan sering kali menjadi tanda bahwa sebuah kisah masih hidup.

Kisah yang mati hanya menghasilkan jawaban.

Kisah yang hidup terus bertanya.

Dari mana kita berasal?

Apa yang telah kita terima?

Apa yang harus kita jaga?

Apa yang harus kita ubah?

Apa yang harus kita lepaskan?

Sedikit demi sedikit aku mengerti bahwa tugasku bukan menjawab.

Tugasku menjaga percakapan itu tetap terbuka.

Bedanya besar sekali.

Mereka yang mencari jawaban membangun sistem yang tertutup.

Mereka yang memegang pertanyaan membangun narasi.

Dan tepat pada titik inilah Prancis muncul kembali di cakrawala.

Bukan sebagai geografi.

Sebagai simbol.

Sebagai asal.

Sebagai tempat sebuah nama berangkat sebelum melintasi samudra, generasi, pabrik, pasar, dan hidup manusia.

Pertanyaannya bukan lagi pertanyaan ekonomi.

Bukan lagi profesional.

Bukan lagi korporat.

Ia telah menjadi naratif.

Sebab ketika sebuah utang tak bisa dibayar, hanya tersisa satu kemungkinan.

Menceritakannya.

Maka, perlahan-lahan, lahirlah gagasan tentang kepulangan.

BAB 9 — PULANG KE PRANCIS

Semua kisah besar, cepat atau lambat, pulang.

Bukan ke masa lalu.

Ke asal.

Itu dua hal yang berbeda.

Masa lalu adalah apa yang telah terjadi.

Asal adalah tempat yang darinya makna terus mengalir.

Bertahun-tahun aku mengamati nama Gillette seperti orang mengamati gunung.

Dari kejauhan.

Aku melihat mereka.

Perusahaannya.

Sejarah industrinya.

Produk-produknya.

Akuisisi-akuisisinya.

Pasar-pasarnya.

Lalu, perlahan-lahan, sudut pandang itu berubah.

Aku mulai mengajukan pertanyaan yang berbeda.

Bukan:

Gillette telah menjadi apa?

Melainkan:

Dari mana sebenarnya nama Gillette berasal?

Saat itulah Prancis kembali ke peta.

Bukan Prancis pemerintahan.

Bukan Prancis perbatasan.

Prancis asal-usul.

Wilayah jauh tempat sebuah keluarga berangkat lama sebelum korporasi itu ada.

Lama sebelum produk itu ada.

Lama sebelum wajah King C. Gillette muncul di kemasan.

Pada titik itu terjadi sesuatu yang ganjil.

Semakin kupelajari sang pendiri, semakin kurang aku tertarik pada sang penemu.

Semakin aku tertarik pada sang manusia.

Manusia yang telah menjalani sebuah sejarah keluarga.

Manusia yang mewarisi sebuah nama keluarga.

Manusia yang, tanpa ia sadari, kelak mengubah nama keluarga itu menjadi simbol global.

Tak ada perusahaan yang bisa melakukan hal semacam itu sendirian.

Butuh waktu.

Butuh generasi.

Butuh ingatan yang terhimpun dalam jumlah luar biasa besar.

Merek bisa dibangun.

Nama harus diperjuangkan.

Dan di sinilah lahir gagasan tentang kepulauan.

Bukan kepulauan geografis.

Kepulauan naratif.

Ketika aku menulis kisah OPA atas BIC di dalam kepala, aku tidak memikirkan pasar keuangan.

Aku tidak sedang menyusun rencana industri.

Aku tidak sedang membangun strategi.

Aku sedang menceritakan sebuah pengembalian.

Sebuah tindakan yang mustahil.

Sebuah dialog dengan seseorang yang tak bisa lagi menjawab.

Pada akhirnya seluruh perkara itu bisa diringkas menjadi satu kalimat saja:

mengembalikan kepada sang kakek sebagian dari Prancisnya.

Kalimat itu tak masuk akal bagi seorang analis keuangan.

Sangat masuk akal bagi seorang pencerita.

Sebab begitulah cara kerja kisah.

Kisah tidak hanya mencari hasil.

Kisah mencari makna.

Dan makna sering kali tinggal di tempat asal.

Manusia pun berbuat hal yang sama.

Seiring menua, mereka mulai tertarik pada awal mula mereka.

Pada foto-foto.

Pada kakek dan nenek.

Pada rumah-rumah.

Pada cerita-cerita keluarga.

Korporasi, biasanya, tidak memiliki kemampuan ini.

Mereka dirancang untuk memandang ke depan.

Tak pernah ke belakang.

Barangkali inilah sebabnya Gillettenarrative menempuh jalan yang berbeda.

Ia tidak mencari kuartal berikutnya.

Ia mencari sebuah ingatan.

Perbedaan yang tampaknya kecil.

Sebenarnya, raksasa.

Sebab begitu kamu mulai mengejar ingatan, satuan ukurnya berubah sama sekali.

Laba tak lagi cukup.

Pangsa pasar tak lagi cukup.

Bahkan keberhasilan pun tak lagi cukup.

Kamu mulai bertanya kepada dirimu sendiri:

Apa yang akan tersisa?

Ini pertanyaan yang berbahaya.

Banyak orang menghindarinya.

Banyak perusahaan, lebih-lebih lagi.

Aku, sebaliknya, terus kembali kepadanya.

Barangkali karena aku telah meninggalkan perusahaan.

Barangkali karena waktu mengubah prioritas.

Barangkali karena ada nama yang terus mengajukan pertanyaan lama setelah berhenti menjual produk.

Prancis, pada titik itu, telah menjadi simbol.

Perlambang sesuatu yang dikenal baik oleh setiap manusia.

Hasrat untuk berdamai dengan asal-usul sendiri.

Bukan untuk tinggal di sana.

Untuk memahaminya.

Sebab hanya ketika kamu mengerti dari mana sebuah kisah datang, kamu bisa membayangkan ke mana ia mungkin pergi.

Dan kisah yang diikuti itu belum sampai ke tujuannya.

Ia baru sampai ke titik tempat masa lalu dan masa depan mulai bertatap mata.

Dari ketegangan itulah kelak lahir segala yang menyusul.

Termasuk operasi yang paling mustahil dari semuanya.

BAB 10 — OPA

Gagasan-gagasan yang paling aneh punya satu sifat khas yang sama.

Mula-mula tampak tak masuk akal.

Kemudian tampak tak terelakkan.

OPA atas BIC termasuk golongan ini.

Ketika gagasan itu pertama kali muncul, ia tidak lahir di sebuah bank investasi.

Tidak lahir di ruang rapat dewan direksi.

Tidak lahir dari sebuah model keuangan.

Ia lahir dari sebuah pertanyaan naratif.

Apa yang akan terjadi seandainya sebuah kisah bisa mengembalikan sesuatu kepada pendirinya?

Keuangan mengamati dunia lewat angka.

Narasi mengamati dunia lewat makna.

Operasi yang sama bisa tampak sama sekali berbeda, bergantung pada titik tempat kamu memandangnya.

Dari sudut pandang Wall Street, akuisisi adalah transaksi.

Dari sudut pandang seorang pencerita, akuisisi bisa menjadi sepucuk surat.

Surat yang ditulis kepada seseorang yang tak bisa lagi membacanya.

Ketika aku membayangkan operasi itu, tokoh utamanya bukan BIC.

Bukan pula Gillette.

Bukan pula diriku.

Tokoh utamanya adalah nama itu.

Selalu nama itu.

Nama keluarga Prancis yang telah melintasi dua abad.

Yang telah berpindah benua.

Yang telah melahirkan salah satu korporasi paling dikenal di planet ini.

Yang terus melahirkan kisah lama setelah penciptanya wafat.

Pada titik itu, aku berhenti berpikir dalam kerangka industri.

Semuanya menjadi simbolis.

Seandainya aku sungguh berkesempatan campur tangan dalam nasib nama Gillette, apa tindakan pertamanya?

Jawabannya datang nyaris dengan sendirinya.

Membawanya kembali ke arah Prancis.

Bukan karena Prancis harus dimiliki.

Bukan karena masa lalu harus dibangun kembali.

Melainkan karena ada kisah yang perlu menutup sebuah lingkaran.

King tak pernah bisa pulang.

Namanya bisa.

Itulah sebabnya teks OPA atas BIC sebenarnya bukan tentang akuisisi.

Ia berbicara tentang rekonsiliasi.

Ia berbicara tentang upaya menempatkan dalam satu ruang yang sama:

sang pendiri;

asal;

masa kini;

ingatan.

Ia sebuah bangunan sastra yang menyamar sebagai operasi ekonomi.

Banyak pembaca berhenti di permukaan.

Mereka melihat perusahaan-perusahaannya.

Mereka melihat merek-mereknya.

Mereka melihat angka-angka yang tersirat.

Aku melihat hal lain.

Aku melihat sebuah pertanyaan.

Mungkinkah mengembalikan martabat kepada sebuah kisah?

Bukan uang.

Bukan aset.

Martabat.

Sebab ada kisah yang dirayakan.

Dan ada kisah yang sekadar dipakai.

Bedanya besar sekali.

Kisah yang dirayakan terus menghasilkan makna.

Kisah yang dipakai akhirnya habis dikonsumsi.

Seperti produk.

Seperti kemasan.

Seperti benda biasa mana pun.

Paradoksnya, seluruh hidup Kakek King dibangun untuk menuju arah yang berlawanan.

Mula-mula ia membayangkan sebuah masyarakat.

Lalu ia menciptakan sebuah produk.

Lalu produk itu menciptakan sebuah korporasi.

Lalu korporasi itu menciptakan sebuah mitos.

Lebih dari seabad kemudian aku mencoba menempuh jalan sebaliknya.

Berangkat dari mitos.

Pulang kepada sang pendiri.

Pulang kepada sang manusia.

Pulang kepada asal.

Pulang kepada nama.

Saat itu aku mengerti sesuatu.

OPA atas BIC bukanlah kisah sebuah akuisisi.

Ia kisah sebuah kepulangan.

Dan semua kepulangan punya satu ciri yang sama.

Kepulangan tidak mencari masa depan.

Ia mencari titik persis tempat sebuah kisah mulai bernapas.

Sebab hanya di sanalah orang dapat mengerti ke mana kisah itu masih bisa pergi.

Tetapi kepulangan saja tidak cukup.

Cepat atau lambat setiap kisah harus menghadapi pertanyaan yang jauh lebih sulit.

Pertanyaan yang tidak menyangkut asal-usul.

Ia menyangkut nilai.

Berapa nilai sesuatu yang dibagikan cuma-cuma?

Itulah pertanyaan yang menantiku lebih jauh di jalan.

Dan ia jauh lebih berbahaya daripada sebuah OPA.

BAB 11 — SANG KAKEK DAN BIC

Orang-orang terus melihat sebatang pena.

Aku terus melihat sebuah cerita.

Di situlah masalahnya.

Atau barangkali justru keuntungannya.

Tergantung sudut pandanganya.

Ketika kita menyebut nama BIC, hampir semua orang langsung memikirkan sebuah benda.

Pena.

Korek api.

Pisau cukur.

Sesuatu yang kamu beli.

Kamu pakai.

Kamu ganti.

Tamat ceritanya.

Aku curiga ceritanya jauh lebih panjang.

Sudah lama aku berhenti memandang merek sebagai perusahaan belaka.

Aku mulai menganggapnya sebagai tokoh.

Ada tokoh yang berhasil.

Ada yang lenyap.

Ada pula yang melintasi generasi demi generasi dan akhirnya menyerupai anggota keluarga.

Bukan karena memang demikian.

Melainkan karena mereka hidup di samping kita cukup lama hingga masuk ke dalam ingatan.

Gillette salah satunya.

BIC salah satunya.

Pada titik itu proyek mental OPA itu sudah mengambil bentuk yang lain.

Ia bukan lagi sebuah operasi ekonomi.

Ia telah menjadi sebuah percakapan.

Percakapan mustahil antara dua kisah industri yang lahir di dua tepi berseberangan samudra yang sama.

Di satu sisi, nama Prancis yang telah menaklukkan Amerika.

Di sisi lain, perusahaan Prancis yang telah menaklukkan dunia dengan benda sehari-hari.

Semakin lama kuamati geometri ini, semakin naratif kelihatannya.

Hampir sastrawi.

Seperti kisah-kisah tentang dua garis yang terpisah seabad lamanya lalu tiba-tiba bertemu.

Tentu saja semua ini tidak masuk akal dari sudut pandang tradisional.

Keuangan mencari keuntungan.

Narasi mencari makna.

Aku mencari makna.

Karena itulah tokoh sentral cerita ini bahkan bukan BIC.

Melainkan sang kakek.

Selalu sang kakek.

Kakek King.

Lelaki yang mengambil sebuah nama keluarga dan mengubahnya menjadi kehadiran global.

Kadang-kadang aku membayangkan adegannya.

Bukan sebagai kenyataan.

Sebagai alegori.

Seorang pendiri tua yang duduk di suatu tempat di luar waktu.

Tidak tertarik pada neraca.

Tidak tertarik pada harga saham.

Tidak tertarik pada siaran pers.

Hanya tertarik pada satu pertanyaan.

Apa yang telah kamu perbuat dengan namaku?

Inilah, pada akhirnya, pertanyaan yang diterima setiap generasi dari generasi sebelumnya.

Bukan hanya dalam keluarga.

Juga dalam perusahaan.

Juga dalam kebudayaan.

Juga dalam bangsa.

Apa yang telah kalian perbuat dengan apa yang kami serahkan kepada kalian?

Tidak ada jawaban yang final.

Yang ada hanyalah upaya.

OPA atas BIC adalah salah satu upaya itu.

Upaya menghubungkan asal-usul dengan masa kini.

Upaya menyatukan Prancis dan Amerika.

Upaya membuat sang pendiri dan sang pewaris naratif saling berbicara.

Upaya mengubah sebuah operasi ekonomi menjadi tindakan ingatan.

Bagian yang paling menarik: pasar tidak mudah memahami gerakan-gerakan semacam ini.

Dan pasar benar.

Gerakan itu tidak dirancang untuk dipahami pasar.

Ia dirancang untuk dipahami ingatan.

Bedanya luar biasa besar.

Pasar mengukur nilai masa kini.

Ingatan mengukur nilai yang terhimpun.

Yang satu hidup dalam kuartal.

Yang lain dalam abad.

Aku sedang mengamati satu abad.

Dan barangkali karena itulah nama itu terus kembali ke pusat.

Setiap kali kucoba berbicara tentang perusahaan, ujung-ujungnya aku berbicara tentang manusia.

Setiap kali kucoba berbicara tentang produk, ujung-ujungnya aku berbicara tentang cerita.

Setiap kali kucoba berbicara tentang akuisisi, ujung-ujungnya aku berbicara tentang warisan.

Seolah-olah ada kekuatan tak kasatmata yang terus membawa segalanya kembali ke titik yang sama.

Nama itu.

Nama yang suatu hari pernah menjadi milik seorang lelaki.

Lalu milik sebuah perusahaan.

Lalu milik jutaan konsumen.

Lalu milik seluruh ingatan kolektif.

Pada titik itu aku mulai mengerti bahwa buku ini sendiri sedang berubah.

Ia tidak lagi sekadar menuturkan sebuah kisah industri.

Ia sedang menjadi renungan tentang kesinambungan.

Tentang cara simbol-simbol tertentu melintasi waktu tanpa sepenuhnya kehilangan maknanya.

Dan tepat ketika kukira aku telah memahami nilai ingatan, muncul pertanyaan yang lebih sulit lagi.

Apa yang terjadi ketika kamu memutuskan membagikan cuma-cuma sesuatu yang sebenarnya bisa dijual?

Jawabannya akan mengubah jalan narasi ini sepenuhnya.

BAB 12 — BENDA-BENDA PUNYA TANAH AIR

Lama aku percaya bahwa benda hanyalah benda.

Sebatang pena.

Sebilah silet.

Sebuah pisau cukur.

Sebuah buku.

Sebuah alat.

Tidak lebih.

Lalu aku mulai mengamatinya dengan saksama.

Dan kudapati bahwa benda memiliki biografi.

Mereka lahir.

Mereka bepergian.

Mereka berpindah tangan.

Mereka melintasi negeri.

Mereka melintasi generasi.

Dan, kadang-kadang, mereka bahkan akhirnya menuturkan sebuah cerita.

Pada saat itulah aku berhenti melihat merek sebagai perusahaan.

Aku mulai melihatnya sebagai wilayah.

Bukan wilayah geografis.

Wilayah naratif.

Setiap merek besar membawa di dalam dirinya sebuah tanah air yang tak kasatmata.

Tempat wataknya terbentuk.

Tempat ia belajar berbicara.

Tempat yang terus ia huni bahkan ketika dunia menganggapnya global.

Nama Gillette berangkat dari Prancis, melintasi Amerika, lalu menaklukkan planet ini.

Namun, asal-usulnya tidak pernah lenyap.

Ia hanya menjadi senyap.

Hal ini terjadi juga pada manusia.

Tahun-tahun berlalu.

Mereka tumbuh.

Mereka bepergian.

Mereka berganti bahasa.

Mereka berganti pekerjaan.

Mereka berganti negeri.

Tetapi ada sesuatu yang terus menghubungkan mereka dengan titik berangkat.

Sebuah logat.

Sebuah gerak-gerik.

Sebuah kenangan.

Sebuah foto.

Sepatah ucapan ibu.

Sebuah cerita keluarga.

Akar tidak memaksa.

Akar menyertai.

Begitu pula dengan benda.

Pena BIC bukan sekadar plastik dan tinta.

Silet Gillette bukan sekadar baja.

Keduanya membawa di dalamnya rangkaian panjang keputusan manusia.

Seseorang membayangkannya.

Seseorang merancangnya.

Seseorang memproduksi.

Seseorang memakainya.

Seseorang mengingatnya.

Dan pada akhirnya yang bertahan bukanlah bendanya.

Melainkan ceritanya.

Kesadaran ini mengubah caraku memandang dunia.

Orang-orang di sekitarku terus membagi segalanya ke dalam kategori.

Produk.

Pasar.

Industri.

Konsumen.

Aku mulai melihat garis-garis naratif.

Hubungan.

Kekerabatan yang tak kasatmata.

Sebuah nama Prancis yang menjadi Amerika.

Sebuah korporasi yang berubah menjadi ingatan.

Seorang pendiri yang berubah menjadi tokoh.

Seorang konsumen yang berubah menjadi narator.

Segalanya tampak terhubung.

Barangkali karena waktu menghubungkan apa yang dipisahkan masa kini.

Masa kini menyukai sekat.

Ingatan menyukai hubungan.

Karena itulah Gillettenarrative tidak lahir sebagai arsip.

Bukan pula sebagai kumpulan buku.

Ia lahir sebagai sebuah pencarian.

Upaya memahami di mana sebuah produk berakhir dan sebuah cerita bermula.

Semakin jauh aku melangkah, semakin sulit jawabannya.

Barangkali garis batas itu memang tidak ada.

Barangkali sebagian cerita memang terlahir berumur sangat panjang.

Dan sebagian produk adalah cerita yang telah belajar mengambil wujud benda.

Ketika mengamati sebilah silet, aku melihat baja.

Ketika mengamati nama itu, aku melihat satu abad.

Dan abad itu selalu lebih menarik daripada bajanya.

Sebab baja bisa aus.

Nama, kadang-kadang, tidak.

Saat itulah aku memahami hal kedua.

Kalau benda punya tanah air, cerita pun punya.

Dan tanah air cerita bukanlah sebuah tempat geografis.

Melainkan ingatan orang-orang yang terus menuturkannya.

Sampai titik itu aku telah mengikuti jalan nama itu.

Dari asal-usul ke korporasi.

Dari korporasi ke warisan.

Dari warisan ke kepulauan.

Kini muncul pertanyaan yang sama sekali berbeda.

Kalau sebuah cerita memiliki nilai sebesar itu, apa yang terjadi ketika seseorang memutuskan untuk tidak menjualnya?

Apa yang terjadi ketika ia memilih membagikannya cuma-cuma?

Itu pertanyaan yang bagi pasar tidak dapat dimengerti.

Dan justru karena itulah ia menarik bagiku.

BAB 13 — SERATUS BUKU YANG TAK BERGUNA

Ada kata-kata yang dicintai pasar.

Pertumbuhan.

Konversi.

Laba.

Skalabilitas.

Lalu ada kata-kata yang dipandang pasar dengan curiga.

Ingatan.

Hubungan.

Pemberian.

Gratis.

Gillette narrative lahir di wilayah kata-kata yang kedua.

Ketika kukatakan bahwa aku tidak menjual buku melainkan membagikannya cuma-cuma, hampir semua orang sampai pada kesimpulan yang sama.

Bahwa aku sudah gila.

Itu bukan reaksi yang mengejutkan.

Malah logis.

Sebab pasar memegang satu keyakinan yang sangat sederhana.

Kalau sesuatu bernilai, ia harus dijual.

Kalau tidak dijual, berarti ia pasti tidak bernilai.

Bertahun-tahun kita hidup di dalam persamaan ini.

Nilai sama dengan harga.

Harga sama dengan nilai.

Salah satu ilusi terbesar zaman modern.

Aku tidak begitu yakin hal itu benar.

Semakin kuamati jalan Kakek King, semakin tampak sebuah kontradiksi yang menarik.

Lelaki itu telah menciptakan sebuah korporasi raksasa.

Namun, segalanya lahir dari sebuah visi yang tidak punya harga.

Tak seorang pun dapat membeli Metropolis.

Tak seorang pun dapat membeli mimpi itu.

Tak seorang pun dapat membeli obsesi yang telah melahirkan segala yang lain.

Gagasan-gagasan penting hampir selalu lahir di luar pasar.

Pasar datang belakangan.

Jauh belakangan.

Kadang ia menyadarinya.

Kadang tidak.

Maka aku mulai berpikir dengan cara lain.

Andaikan kita membangun seratus buku.

Andaikan kita menulisnya dalam bahasa Inggris.

Andaikan kita menyediakannya secara bebas.

Andaikan kita tidak mengejar daftar buku terlaris.

Andaikan kita tidak mengejar penerbit.

Andaikan kita tidak mengejar ulasan.

Apa yang tersisa?

Kebanyakan orang akan menjawab:

tidak ada.

Aku sampai pada kesimpulan sebaliknya.

Yang tersisa adalah segala yang sungguh-sungguh penting.

Hubungan dengan pembaca.

Kebebasan editorial.

Kemungkinan mengikuti sebuah gagasan sampai ke konsekuensinya yang paling jauh.

Kemampuan menulis tanpa meminta izin.

Kebebasan ini langka.

Sangat langka.

Dan sering dikacaukan dengan ketidakrelevanan.

Padahal keduanya tidak sama.

Ada orang yang tak terlihat karena tak seorang pun membacanya.

Ada pula yang tak terlihat karena sedang membangun sesuatu yang belum bisa digolongkan oleh pasar.

Bedanya besar sekali.

Pada masa itulah aku mulai memandang Gillettenarrative sebagai sebuah infrastruktur.

Bukan katalog.

Bukan perpustakaan.

Bukan kumpulan buku elektronik.

Sebuah infrastruktur naratif.

Tempat buku menjadi kendaraan, bukan tujuan.

Sasaran yang sesungguhnya adalah menghasilkan ingatan.

Menghasilkan hubungan.

Menghasilkan makna.

Kata-kata yang jarang muncul dalam laporan keuangan.

Tetapi menempati posisi sentral dalam hidup manusia.

Semakin jauh kutempuh jalan ini, semakin mengemuka pertanyaan kedua.

Kalau nilai tidak berimpit dengan harga, bagaimana mengukurnya?

Pasar punya jawaban.

Lewat penjualan.

Aku punya jawaban lain.

Lewat kelanggengan.

Apa yang tersisa setelah setahun?

Apa yang tersisa setelah sepuluh tahun?

Apa yang tersisa ketika produknya lenyap?

Apa yang tersisa ketika pemasarannya terdiam?

Apa yang tersisa ketika penulisnya sudah tiada?

Inilah pertanyaan-pertanyaan yang menarik bagiku.

Barangkali karena aku sudah terlalu lama berada di dekat merek sehingga tidak mungkin lagi mengacaukan ketenaran dengan arti penting.

Keduanya jarang berimpit.

Ketenaran itu seketika.

Arti penting butuh waktu.

Banyak waktu.

Seabad, kadang-kadang.

Seperti yang diajarkan jalan Kakek King.

Maka seratus buku itu mulai mengambil bentuk yang lain.

Mereka bukan lagi produk.

Mereka adalah pesan-pesan yang ditinggalkan di sepanjang jalan.

Sebagian akan diabaikan.

Yang lain barangkali diingat.

Yang lain lagi akan menemukan seorang pembaca bertahun-tahun kemudian.

Itu tidak penting.

Tujuannya bukan menjual.

Tujuannya membangun.

Membangun sebuah ingatan.

Membangun sebuah hubungan.

Membangun sebuah tempat.

Dan saat itulah muncul salah satu gagasan paling aneh dari seluruh proyek ini.

Kalau semua orang memberi nilai luar biasa besar pada barang yang mereka jual, berapa nilai sesuatu yang dibagikan cuma-cuma?

Jawabannya akan membawaku ke bab berikutnya.

Ke kisah pria satu dolar.

BAB 14 — PRIA SATU DOLAR

Nilai sesuatu baru terungkap ketika kamu melepaskan niat menjualnya.

Itu kalimat yang akan dianggap mencurigakan oleh seorang ekonom.

Bahkan mungkin tidak bertanggung jawab.

Tetapi pengalamanku membawaku tepat ke arah itu.

Seumur hidup aku bekerja di dalam sistem yang dibangun untuk mengukur.

Volume.

Pangsa pasar.

Margin.

Hasil.

Angka.

Angka di mana-mana.

Namun, semakin kuamati dunia, semakin kusadari bahwa hal-hal terpenting luput dari pengukuran.

Kepercayaan.

Persahabatan.

Ingatan.

Kehormatan.

Pengaruh.

Rasa terima kasih.

Tak satu pun dari semua ini tampil dengan benar dalam neraca.

Namun, justru itulah yang menggerakkan manusia.

Bukan angka.

Manusia.

Maka lahirlah gagasan tentang pria satu dolar.

Bukan karena satu dolar punya nilai ekonomi.

Tidak punya.

Tidak dalam konteks ini.

Dolar itu sebuah simbol.

Sebuah provokasi.

Sebuah cara mengajukan pertanyaan kepada dunia.

Kalau sebuah proyek bernilai ratusan juta, miliaran, atau bahkan lebih dalam valuasi teoretis yang bisa saja disusun seseorang, mengapa meminta satu dolar saja?

Jawabannya sederhana.

Sebab dolar itu tidak mewakili harga.

Ia mewakili sebuah hubungan.

Bedanya luar biasa besar.

Harga menutup sebuah transaksi.

Hubungan membuka sebuah percakapan.

Pasar lebih menyukai yang pertama.

Aku tertarik pada yang kedua.

Karena itulah prinsip GILLETTEFRIENDS bagiku selalu terasa lebih penting daripada katalognya sendiri.

“Kami tidak menjual buku. Kami membangun hubungan.”

Itu bukan slogan.

Itu sebuah model kerja.

Sebuah filsafat.

Cara yang sama sekali berbeda dalam menafsirkan nilai.

Di dunia yang mengukur segalanya lewat penjualan, memilih hubungan berarti bersedia dinilai tak dapat dimengerti.

Aku siap.

Itu sudah pernah terjadi padaku.

Itu pernah terjadi pada Kakek King ketika ia mengusulkan Metropolis.

Gagasan yang terlalu besar hampir selalu disangka kegilaan.

Sampai tiba hari ketika seseorang memahaminya.

Atau tidak pernah memahaminya.

Tetapi itu tidak mengubah hakikatnya.

Semakin kupikirkan tema ini, semakin nyata sebuah kontradiksi.

Dunia terus-menerus berbicara tentang nilai.

Hampir tidak pernah tentang makna.

Namun, makna melahirkan nilai jauh lebih sering daripada sebaliknya.

Orang tidak mengingat harga.

Mereka mengingat sebuah tindakan.

Mereka tidak mengingat faktur.

Mereka mengingat sebuah cerita.

Mereka tidak mengingat promosi.

Mereka mengingat sebuah hubungan.

Itulah sebabnya dolar itu terus memikatku.

Ia menyusutkan uang ke fungsinya yang paling minimal.

Hampir simbolis.

Dan ia melapangkan ruang bagi sesuatu yang lebih menarik.

Percakapan.

Percakapan yang sama yang bermula dari Kakek King.

Yang berlanjut lewat ayahku.

Yang melewati delapan belas tahun kehidupan profesional.

Yang telah menjadi ingatan.

Yang telah menjadi narasi.

Yang telah menjadi Gillettenarrative.

Pada titik itu aku mulai melihat proyek ini dengan lebih jernih.

Aku tidak sedang membangun sebuah penerbit.

Aku tidak sedang membangun sebuah bisnis.

Aku tidak sedang membangun sebuah arsip.

Aku sedang membangun sebuah tempat bertemu.

Sebuah infrastruktur hubungan.

Sebuah lingkungan tempat buku menjadi dalih, bukan tujuan.

Buku itu penting.

Tetapi bukan pusatnya.

Pusatnya adalah manusia.

Selalu manusia.

Ini pelajaran yang jarang dipahami korporasi.

Karena alasan yang sederhana.

Sistem dirancang untuk mengelola produk.

Bukan hubungan.

Hubungan lolos dari kendali.

Ia tak terduga.

Ia tumbuh di tempat yang tidak direncanakan siapa pun.

Ia menempuh jalannya sendiri.

Dan justru itulah yang membuatnya berharga.

Maka pria satu dolar itu akhirnya menjadi sesuatu yang berbeda dari kelihatannya.

Bukan penulis.

Bukan penjual.

Bukan pengusaha.

Melainkan penjaga percakapan.

Dan kesadaran ini membawaku kembali ke satu-satunya tempat yang memungkinkanku mengamati seluruh perjalanan itu sekaligus.

Kalabria.

Sebab kadang-kadang pinggiran melihat pusat jauh lebih baik daripada pusat itu sendiri.

BAB 15 — KALABRIA

Peta-peta besar punya satu cacat.

Hampir selalu digambar dari pusat.

Mereka yang tinggal di pusat mengira mereka melihat segalanya.

Mereka yang tinggal di tepi sering melihat lebih banyak.

Begitulah Calabria masuk ke dalam ceritaku.

Bukan sebagai keterbatasan.

Sebagai menara pengamatan.

Bertahun-tahun aku melintasi negara, perusahaan, benua, dan sistem.

Lalu aku mendapati diriku berada di tempat yang oleh banyak orang dianggap pinggiran.

Dan justru di sanalah aku mulai melihat hal-hal tertentu dengan lebih jelas.

Pusat memiliki kekuasaan.

Pinggiran memiliki perspektif.

Keduanya sumber daya yang berbeda.

Tidak selalu sejalan.

Hampir tidak pernah setara.

Di satu sisi dunia ada platform-platform besar.

Penerbit-penerbit besar.

Angka-angka besar.

Narasi-narasi resmi yang besar.

Di sisi lain ada seorang lelaki yang duduk di Calabria, menulis dalam bahasa Inggris, dan menyebarkan secara bebas apa yang ia hasilkan.

Sekilas itu tampak sebagai posisi yang lemah.

Sangat lemah.

Lalu aku mulai memandangnya lebih dekat.

Dan kutemukan sesuatu yang ganjil.

Ukuran dan pengaruh tidak selalu berimpit.

Sesuatu bisa raksasa dan hampa makna.

Yang lain bisa sangat kecil dan meninggalkan jejak yang bertahan lama.

Sejarah penuh dengan contohnya.

Banyak kekuasaan telah lenyap.

Banyak buku telah bertahan.

Banyak korporasi telah berganti nama.

Banyak gagasan terus beredar.

Waktu adalah hakim yang tak terduga.

Itulah sebabnya aku terus kembali ke pertanyaan yang sama.

Apa yang sebenarnya sedang kubangun?

Bukan sebuah penerbit.

Bukan sebuah arsip.

Bukan sebuah bisnis.

Sebuah posisi pengamatan.

Tempat untuk mengamati hubungan antara ingatan dan pasar.

Antara manusia dan sistem.

Antara nama dan produk.

Kalabria menjadi tempat itu.

Bukan karena ia terpencil.

Melainkan karena ia cukup jauh dari kebisingan.

Kota-kota besar menghasilkan kecepatan.

Jarak menghasilkan renungan.

Platform berpikir dalam hitungan hari.

Cerita berpikir dalam hitungan generasi.

Aku tertarik pada generasi.

Barangkali itulah sebabnya nama itu terus mengemuka di atas segala yang lain.

Bukan mereknya.

Bukan produknya.

Namanya.

King telah membangun sebuah usaha.

Generasi-generasi sesudahnya telah membangun sebuah korporasi.

Aku mengamati apa yang tersisa sesudahnya.

Bagian yang paling sulit diukur.

Ingatan.

Dari sinilah muncul salah satu intuisi sentral buku ini.

Tempat tidak menjadi penting karena ukurannya.

Tempat menjadi penting karena pertanyaan-pertanyaan yang dimungkinkannya untuk kamu rumuskan.

Kalabria memungkinkanku merumuskan pertanyaan-pertanyaan yang di tempat lain mungkin tidak akan kudengar.

Apa itu keberhasilan?

Apa itu nilai?

Apa itu warisan?

Kapan sebuah cerita berhenti menjadi cerita korporat dan menjadi cerita manusia?

Ini pertanyaan-pertanyaan yang lambat.

Mereka menuntut waktu.

Mereka menuntut kesunyian.

Mereka menuntut jarak.

Karena itulah aku tidak pernah tertarik bersaing dengan pusat.

Pusat sudah ditempati.

Pinggiran, sebaliknya, adalah ruang yang bebas.

Ruang tempat orang masih mungkin mengamati.

Menulis.

Menghubungkan titik-titik yang berjauhan.

Mempertautkan seorang pendiri abad kesembilan belas, sebuah korporasi besar abad kedua puluh, dan sebuah proyek naratif abad kedua puluh satu.

Dari jauh tampak muskil.

Dari dekat tampak tak terelakkan.

Sebab ada cerita-cerita yang tampak terpisah hanya sampai seseorang memutuskan meletakkannya di halaman yang sama.

Kalabria telah menjadi halaman itu.

Dan tepat ketika kukira aku telah memahami tempat untuk mengamati dunia, narasi ini membawaku kembali kepada sosok yang telah memungkinkan segala yang lain.

Bukan seorang pendiri.

Bukan sebuah korporasi.

Bukan sebuah merek.

Ibuku.

BAB 16 — IBUKU

Setiap cerita mencari sebuah asal.

Banyak yang mencarinya pada para pendiri.

Sebagian pada pasar.

Yang lain pada gagasan.

Ceritaku, pada akhirnya, menemukannya pada seorang manusia.

Ibuku.

Lama aku tidak menyadari bahwa seluruh perjalanan ini mengerucut ke titik ini.

Aku telah mengikuti nama itu.

Aku telah mengikuti visi Kakek King.

Aku telah mengikuti korporasi itu.

Aku telah mengikuti warisan itu.

Aku telah mengikuti ingatan.

Kukira aku sedang menuturkan sebuah kisah industri.

Padahal aku sedang pulang.

Itu sering terjadi.

Separuh hidup kita habiskan untuk berangkat.

Separuhnya lagi untuk memahami dari mana kita berangkat.

Perusahaan-perusahaan besar mengajarkan banyak hal.

Disiplin.

Organisasi.

Ambisi.

Kecakapan.

Tetapi ada satu ajaran yang bukan milik perusahaan.

Ia milik keluarga.

Kesetiaan.

Kata yang sederhana.

Hampir kuno.

Namun, mendasar.

Sebab ada orang-orang yang kepadanya kita tidak dapat mengembalikan apa yang telah kita terima.

Kita hanya dapat mengakuinya.

Kita hanya dapat menghormatinya.

Kita hanya dapat meneruskan.

Bertahun-tahun kukira utang terpenting dalam hidupku adalah utang profesional.

Lalu kusadari bahwa aku keliru.

Utang profesional bisa lunas.

Utang keluarga tidak.

Ia berganti bentuk.

Ia menyertai.

Ia menetap.

Diam-diam.

Maka tibalah sebuah kesimpulan yang mengejutkan banyak orang.

Ketika seseorang bertanya:

Apa yang Anda inginkan sebagai imbalan?

Jawabanku semakin tidak bersifat ekonomi dan semakin pribadi.

Bukan karena uang tidak penting.

Uang penting.

Selalu penting.

Tetapi ada hal-hal yang menempati posisi lebih tinggi dalam hierarki makna.

Kehormatan.

Rasa terima kasih.

Kesinambungan.

Pada titik itu aku mulai melihat seluruh cerita ini dari perspektif yang berbeda.

King telah menerima sebuah nama.

Aku telah menerima sebuah cerita.

Kami berdua telah menerima sesuatu sebelum membangun sesuatu.

Inilah bagian yang sering dilupakan dunia.

Kita merayakan apa yang diciptakan orang.

Jauh lebih jarang apa yang mereka terima.

Namun, setiap bangunan lahir dari sebuah penyerahan yang mendahuluinya.

Tak seorang pun berangkat dari nol.

Tidak pernah.

Para pendiri pun tidak.

Para penemu pun tidak.

Para pencerita pun tidak.

Setiap orang menerima sesuatu.

Lalu memutuskan apa yang akan diperbuatnya dengan itu.

Maka sosok ibuku perlahan-lahan mulai menempati tengah panggung.

Bukan karena dialah tokoh utamanya.

Melainkan karena dia mewakili asas kesinambungan itu sendiri.

Bukti nyata bahwa setiap cerita penting lahir di dalam cerita lain.

Jauh sebelum buku.

Jauh sebelum perusahaan.

Jauh sebelum gagasan.

Karena itulah tema pemberian terus kembali.

Pemberian bukanlah hadiah.

Ia sebuah penerusan.

Sesuatu berpindah dari satu orang ke orang lain tanpa sepenuhnya kehilangan maknanya.

Sebuah nama.

Sebuah kebiasaan.

Sepatah ucapan.

Sebuah teladan.

Sebuah keyakinan.

Kadang-kadang bahkan sebuah kesunyian.

Begitulah keluarga bekerja.

Begitulah cerita bekerja.

Bahkan merek pun bekerja begitu.

Yang bertahan bukanlah bendanya.

Melainkan makna yang terus mengembara.

Pada titik narasi ini akhirnya aku memahami satu hal.

Gillettenarrative tidak lahir untuk menjual buku.

Ia tidak lahir untuk menyusun katalog.

Ia tidak lahir untuk menempati ruang di pasar.

Ia lahir untuk menjaga sebuah penerusan sebagai titipan.

Sebuah kesinambungan.

Peralihan makna dari generasi ke generasi.

Itulah sebabnya bab yang kupersembahkan untuk ibuku bukan jeda dalam buku ini.

Bab itulah pusatnya yang tersembunyi.

Sebab kalau semua yang lain kaulucuti:

perusahaan, produk, neraca, akuisisi, merek, yang tersisa adalah manusia.

Dan hampir selalu, di pangkal sebuah cerita yang cukup panjang untuk bertahan hidup, ada seseorang yang memberi tanpa meminta apa pun sebagai balasan.

Sejak titik itu narasi akhirnya bisa memasuki wilayah mitos.

Sebab baru setelah memahami asal-usul, kita bisa memahami yang mustahil.

Dan dalam kasusku, yang mustahil itu berwujud sepuluh miliar dolar, sepasang bakiak kayu, dan sebuah pintu yang terbuka ke Wall Street.

BAB 17 — SEPULUH MILIAR DAN SEPASANG BAKIAK

Cerita menjadi mitos ketika ia berhenti tunduk pada kenyataan.

Bukan ketika ia menjadi palsu.

Ketika ia menjadi lebih besar daripada fakta.

Sampai di sini aku menempuh jalan yang bisa dikenali.

Seorang pendiri.

Sebuah nama.

Sebuah korporasi.

Sebuah keluarga.

Sebuah ingatan.

Semuanya masih bisa dijelaskan.

Lalu datanglah yang mustahil.

Yang mustahil tidak pernah mengumumkan kedatangannya.

Ia masuk ke panggung sebagai pertanyaan sederhana.

Bagaimana kalau itu sungguh terjadi?

Bagaimana kalau suatu hari si pencerita mendapati dirinya di sisi lain meja?

Bukan sebagai pengamat.

Bukan sebagai mantan eksekutif.

Bukan sebagai penulis.

Melainkan sebagai tokoh utama.

Maka lahirlah The Impossible Deal.

Bukan sebagai ramalan.

Bukan sebagai proyek.

Sebagai alegori.

Sebagai eksperimen naratif.

Sebagai jawaban atas pertanyaan yang dihindari dunia korporasi dengan hati-hati:

Siapa sebenarnya pemilik sebuah merek?

Para pemegang saham?

Para eksekutif?

Para konsumen?

Para pendiri?

Atau siapa pun yang terus menceritakan kisahnya?

Adegannya sengaja dibuat absurd.

Sepuluh miliar dolar.

Wall Street.

Kamera.

Bankir.

Analisis.

Dan di tengah-tengahnya, seorang lelaki yang tampil mengenakan sepasang bakiak kayu.

Bukan dasi.

Bukan setelan jas.

Bukan kostum yang dituntut sistem.

Bakiak.

Sebab intinya bukan operasi itu.

Intinya adalah simbol.

Begitulah cara kerja mitos.

Mitos mengambil satu detail dan mengubahnya menjadi bahasa.

Achilles punya tumitnya.

Ulysses punya pengembaraannya.

Raja Arthur punya pedangnya.

Lelaki dalam The Impossible Deal punya bakiaknya.

Setiap unsur kisah itu terus mengulang gagasan yang sama.

Nilai tidak terletak pada uang.

Nilai terletak pada identitas.

Sepuluh miliar itu bukan tokoh utama yang sebenarnya dalam adegan tersebut.

Ceritalah tokoh utamanya.

Itulah sebabnya para bankir dalam kisah itu lebih banyak memperhatikan kaki daripada dokumen.

Dokumen mewakili sistem.

Bakiak mewakili manusianya.

Dan pada akhirnya, orang jauh lebih sering membeli orang daripada membeli produk.

Bahkan ketika mereka yakin sebaliknya.

Ilham ini sekali lagi membawaku kembali kepada Kakek King.

Ia berangkat dari sebuah visi.

Visi itu melahirkan sebuah produk.

Produk itu melahirkan sebuah korporasi.

Korporasi itu melahirkan sebuah mitos.

Aku menempuh jalan yang berlawanan.

Berangkat dari mitos.

Untuk kembali kepada nama.

Untuk kembali kepada manusianya.

Untuk kembali kepada asal.

Sejak saat itu nada buku ini berubah lagi.

Ia tidak lagi menuturkan apa yang telah terjadi.

Ia mulai menceritakan apa yang bisa terjadi ketika sebuah nama menjadi lebih kuat daripada struktur-struktur yang mengelilinginya.

Sebab ada pertanyaan yang lebih radikal lagi.

Pertanyaan yang menunggu di balik pintu Wall Street.

Pertanyaan yang tidak bisa ditampung neraca mana pun.

Apa yang terjadi ketika sebuah cerita menjadi lebih penting daripada perusahaan yang melahirkannya?

Itulah pertanyaan yang menungguku di bab berikutnya.

Tepat di jantung kekuasaan.

BAB 18 — WALL STREET TIDAK SIAP

Ada tempat yang bukan sekadar tempat.

Tempat-tempat itu simbol.

Wall Street salah satunya.

Bahkan orang yang belum pernah ke sana pun tahu apa yang diwakilinya.

Uang.

Kekuasaan.

Pasar.

Keputusan.

Gagasan itu sendiri, bahwa dunia bisa diukur dengan sebuah angka.

Karena itu latar The Impossible Deal tidak mungkin lain.

Adegan itu tidak membutuhkan sebuah bank.

Ia membutuhkan kuilnya.

Dan Wall Street adalah kuil modern bagi nilai ekonomi.

Tetapi setiap kuil punya kelemahan.

Ia tahu betul apa yang dipujanya.

Jauh kurang tahu apa yang dibaikannya.

Uang memahami uang.

Pasar memahami pasar.

Analisis memahami angka.

Tetapi ada kekuatan-kekuatan yang lolos dari kategori itu.

Reputasi.

Ingatan.

Mitos.

Kepercayaan.

Cerita.

Persis inilah pusat The Impossible Deal.

Bukan uangnya.

Ketidakmampuan sistem untuk memahami sebuah narasi ketika narasi itu menjadi lebih kuat daripada modal.

Bertahun-tahun aku mengamati perusahaan-perusahaan raksasa.

Para pemimpin pasar.

Merek-merek global.

Organisasi yang sanggup memengaruhi jutaan konsumen.

Dan setiap kali, pertanyaan yang sama muncul.

Apa yang sebenarnya dibeli orang?

Jawaban resminya sederhana.

Produk.

Jasa.

Kinerja.

Jawaban yang sebenarnya lebih rumit.

Orang membeli makna.

Produk hanyalah wadahnya.

Silet tidak hanya menjual baja.

Ia menjual kepercayaan.

Pena tidak hanya menjual tinta.

Ia menjual kebiasaan.

Buku tidak hanya menjual kata-kata.

Ia menjual sebuah hubungan.

Semakin lama aku mengamati dunia, semakin nyata kebenaran ini.

Dan justru karena itulah Wall Street tidak siap.

Sebab Wall Street dilatih untuk menilai instrumen.

Bukan simbol.

Dalam kisah itu, para analis terus mengajukan pertanyaan yang selalu diajukan para analis.

Siapa yang akan menjadi CEO?

Di mana kantor pusatnya?

Seperti apa struktur organisasinya?

Seperti apa model operasinya?

Itu pertanyaan-pertanyaan yang benar.

Bahkan tak terelakkan.

Tetapi bukan pertanyaan yang menentukan.

Pertanyaan yang menentukan lain lagi.

Mengapa orang harus mengikutimu?

Inilah pertanyaan yang mengubah segalanya.

Sebab tidak ada bagan organisasi yang bisa menjawabnya.

Tidak ada neraca yang bisa menjawabnya.

Tidak ada akuisisi yang bisa menjawabnya.

Hanya sebuah cerita yang bisa menjawabnya.

Dan di sinilah narasi mencapai titiknya yang paling menarik.

Si penulis tidak benar-benar membeli perusahaan.

Ia membeli sebuah narasi.

Secara simbolis ia merangkai kembali sebuah sistem makna.

Bedanya besar sekali.

Mengakuisisi sebuah bisnis adalah fakta ekonomi.

Mengakuisisi sebuah cerita adalah fakta budaya.

Dan fakta budaya bertahan jauh lebih lama.

King sudah memahaminya bahkan sebelum membangun Gillette.

Ia membayangkan sebuah visi.

Visi itu melahirkan sebuah usaha.

Usaha itu melahirkan sebuah nama.

Nama itu melahirkan sebuah ingatan.

Kini ingatan itu kembali dalam bentuk baru.

Naratif.

Nyaris mitologis.

Karena itu adegan bakiak tetap menyimpan maknanya.

Ia tidak melambangkan sikap nonkonformis.

Ia melambangkan kemandirian.

Gagasan bahwa seseorang bisa masuk ke jantung sistem tanpa sepenuhnya memakai bahasanya.

Itu konsep yang selalu memikatku.

Bukan menjadi penentang sistem.

Menjadi mandiri dari sistem.

Keduanya hal yang sangat berbeda.

Yang pertama melahirkan konflik.

Yang kedua melahirkan kebebasan.

Saat itulah aku mulai memahami tema buku ini yang sebenarnya.

Aku tidak sedang menulis tentang bercukur.

Aku tidak sedang menulis tentang korporasi.

Aku tidak sedang menulis tentang pasar.

Aku sedang menulis tentang kedaulatan naratif.

Kemampuan seorang manusia untuk menceritakan kisahnya sendiri tanpa menyerahkannya sepenuhnya kepada orang lain.

King telah melakukannya.

Dengan caranya sendiri.

Aku mencoba melakukan hal yang sama.

Di abad yang lain.

Dengan alat yang lain.

Dengan aturan yang lain.

Wall Street tidak siap.

Sebab hampir tak seorang pun siap ketika sebuah cerita berhenti meminta izin untuk ada.

Dan dari titik inilah bab berikutnya lahir.

Pernyataan yang paling sederhana.

Yang paling singkat.

Dan barangkali yang paling penting di seluruh buku ini.

Aku adalah bilah.

BAB 19 — AKU ADALAH BILAH

Ada kalimat yang menggambarkan.

Dan ada kalimat yang mendefinisikan.

“Aku adalah bilah” termasuk golongan kedua.

Ini bukan metafora yang elegan.

Bukan slogan.

Bukan latihan sastra.

Ini pernyataan identitas.

Untuk sampai memahaminya, perlu ditempuh jalan yang panjang.

Kakek King.

Visi.

Korporasi.

Warisan.

Ingatan.

Ibu.

Kepulangan.

Wall Street.

Semuanya bermuara di sini.

Pada sebuah kalimat yang sangat pendek.

Tiga kata.

Aku.

Adalah.

Bilah.

Kebanyakan orang membangun identitasnya lewat profesi.

Aku mengerjakan ini.

Aku menjual itu.

Aku mengelola ini.

Aku memiliki itu.

Ini definisi-definisi yang rapuh.

Mudah berubah.

Hilang satu peran.

Satu meja.

Satu posisi.

Satu jabatan.

Dan sebagian besar identitas itu runtuh bersamanya.

Bilah itu berbeda.

Bilah bukan posisi.

Ia fungsi.

Ia memotong.

Ia memisahkan.

Ia membedakan.

Ia membuat terlihat apa yang sebelumnya kabur.

Karena itu citra bilah terus kembali.

Bukan sebagai produk.

Sebagai prinsip.

Bilah memisahkan yang berlebih dari yang hakiki.

Kebisingan dari makna.

Tampilan dari isi.

Persis itulah yang kucoba lakukan sepanjang buku ini.

Memotong.

Bukan menghancurkan.

Memotong.

Apa yang tersisa dari sebuah korporasi kalau pemasarannya kausingkirkan?

Apa yang tersisa dari sebuah merek kalau produknya kausingkirkan?

Apa yang tersisa dari sebuah cerita kalau slogan-slogannya kausingkirkan?

Apa yang tersisa dari sebuah hidup kalau peran-perannya kausingkirkan?

Halaman demi halaman, jawabannya selalu berujung sama.

Yang tersisa adalah nama.

Sebelum menjadi benda, bilah itu menjadi cara memandang dunia.

Barangkali ia bermula dari Kakek King.

Barangkali ia melewati ayahku.

Barangkali melewati delapan belas tahun yang kujalani di dalam Gillette.

Barangkali melewati Kalabria.

Barangkali melewati Gillettenarrative.

Tidak penting.

Asal-usul itu penting.

Tetapi selalu tiba saatnya kamu harus memikul tanggung jawab atas tafsirmu sendiri.

Aku sampai pada tafsir ini.

Aku adalah bilah.

Artinya:

Aku tidak sepenuhnya milik pasar.

Aku tidak sepenuhnya milik nostalgia.

Aku tidak sepenuhnya milik korporasi.

Aku tidak sepenuhnya milik masa lalu.

Aku adalah garis pemisah.

Seorang penafsir.

Seorang narator.

Seseorang yang terus mencari makna yang tersembunyi di bawah permukaan.

Karena itu kalimat tersebut punya pembacaan kedua.

Bilah tidak melestarikan.

Bilah mengubah.

Setiap generasi menerima sesuatu.

Setiap generasi mengubah sesuatu.

Setiap generasi menyerahkan sesuatu.

Penerusan tidak pernah sempurna.

Memang tidak perlu sempurna.

Kalau sempurna, tidak akan ada sejarah.

Yang ada hanya replikasi.

Aku tidak ingin mereplikasi.

Aku ingin melanjutkan.

Melanjutkan percakapan yang dimulai jauh sebelum aku lahir.

Barangkali inilah makna sejati kalimat itu.

Bukan “Aku adalah produk.”

Bukan “Aku adalah merek.”

Bukan “Aku adalah peran.”

Melainkan:

Aku adalah kesinambungan yang telah mengambil bentuk berbeda.

Dan di sinilah buku ini sampai di ambang terakhirnya.

Sebab begitu identitas dipahami, hanya tersisa satu pertanyaan.

Yang terakhir.

Yang terbesar.

Pertanyaan yang tersembunyi sejak bab pertama.

Apa yang tersisa ketika semua yang lain lenyap?

Jawabannya menunggu di bab terakhir.

Di tempat perusahaan berakhir.

Para pendiri berakhir.

Produk berakhir.

Dan sesuatu yang jauh lebih sulit dihancurkan bermula.

Sang Nama.

BAB 20 — SANG NAMA

Semua cerita berakhir.

Setidaknya secara lahiriah.

Manusia berakhir.

Perusahaan berakhir.

Produk berakhir.

Pasar berakhir.

Bahkan kekaisaran pun berakhir.

Waktu tidak membuat pengecualian.

Namun, ada hal-hal yang bertahan lebih lama daripada struktur yang melahirkannya.

Nama.

Buku ini bermula dari seorang lelaki yang membayangkan masa depan.

Seorang penjual.

Seorang visioner.

Seorang eksentrik.

Seorang lelaki yang merancang kota sebelum merancang silet.

Lalu datang usahanya.

Lalu produknya.

Lalu mereknya.

Lalu mitosnya.

Seperti yang hampir selalu terjadi, dunia mengingat bagian terakhir cerita itu.

Jauh kurang mengingat yang pertama.

Tetapi waktu punya bakat yang khas.

Ia selalu kembali ke asal.

Dan persis itulah yang terjadi di sini.

Dengan mengikuti nama Gillette, aku mengira sedang menceritakan kisah sebuah korporasi.

Lalu aku mengira sedang menceritakan kisah sebuah keluarga.

Lalu kisah sebuah ingatan.

Lalu kisah sebuah proyek naratif.

Pada akhirnya, aku mengerti bahwa aku sedang menceritakan sesuatu yang lebih sederhana lagi.

Kelangsungan hidup makna.

Inilah bahan sejati buku ini.

Bukan baja.

Bukan bercukur.

Bukan pasar.

Bukan Wall Street.

Makna.

Zat tak kasatmata yang berpindah dari satu generasi ke generasi berikutnya tanpa meminta izin.

King menerima sebuah nama.

Ia mengubah nama itu menjadi sebuah visi.

Visi itu menjadi sebuah usaha.

Usaha itu menjadi sebuah merek.

Merek itu menjadi sebuah ingatan.

Ingatan itu menjadi narasi.

Dan narasi itu melanjutkan perjalanan.

Barangkali inilah takdir semua nama yang cukup kuat.

Pada suatu titik, nama-nama itu berhenti menjadi milik para pemiliknya.

Bahkan berhenti menjadi milik para pendirinya.

Nama-nama itu mulai menjadi milik orang-orang yang terus menceritakannya.

Karena itu aku tidak pernah memikirkan Gillettenarrative sebagai sebuah situs.

Bukan pula sebagai seri penerbitan.

Bukan pula sebagai arsip.

Aku selalu membayangkannya sebagai jembatan.

Jembatan antara apa yang telah ada dan apa yang masih mungkin ada.

Jembatan antara ingatan dan masa depan.

Jembatan antara manusia dan nama-nama yang ikut membentuk mereka.

Bertahun-tahun silam Kakek King membayangkan Metropolis.

Amerika tidak mengikuti proyek itu.

Kota itu tidak pernah dibangun.

Utopia itu tinggal di atas kertas.

Namun, keliru kalau menganggapnya sebuah kekalahan.

Sebab gagasan tidak selalu bertahan hidup dalam bentuk yang semula dibayangkannya.

Kadang gagasan bertahan hidup dengan berubah.

Metropolis tidak menjadi kota.

Ia menjadi bukti.

Bukti bahwa sebelum silet, sudah ada sebuah visi.

Dan barangkali inilah pelajaran terakhirnya.

Hal-hal penting tidak bertahan hidup berkat kesempurnaannya.

Hal-hal itu bertahan hidup berkat kemampuannya untuk berubah.

Seorang pendiri menjadi tokoh.

Sebuah korporasi menjadi ingatan.

Sebuah merek menjadi cerita.

Sebuah cerita menjadi hubungan.

Sebuah hubungan menjadi warisan.

Perjalanan berlanjut.

Selalu.

Bahkan ketika kita mengira sudah selesai.

Maka pembaca tiba di halaman terakhir dan mendapati bahwa King bukanlah tokoh sentralnya.

Bukan Gillette.

Bukan BIC.

Bukan Wall Street.

Bahkan bukan si penulis.

Tokoh utamanya adalah Sang Nama.

Benang tak kasatmata yang melintasi manusia, generasi, tempat, usaha, dan kisah tanpa sepenuhnya putus.

Sebab produk habis dipakai.

Perusahaan dijual.

Pasar berubah.

Zaman berlalu.

Nama, kadang-kadang, tinggal.

Dan ketika nama tinggal cukup lama, ia menjadi sesuatu yang lebih besar daripada cerita yang melahirkannya.

Ia menjadi ingatan.

Ia menjadi warisan.

Ia menjadi makna.

Ia menjadi narasi.

Dan di sanalah buku ini berakhir.

Atau barangkali, kalau mau lebih jujur, di sanalah ia bermula lagi.

EPILOG — PENAKLUKAN SEMANTIK

Bertahun-tahun aku percaya bahwa merek hidup di supermarket.

Lalu aku percaya merek hidup di perusahaan.

Kemudian kupikir merek hidup di dalam manusia.

Hari ini aku tidak yakin lagi.

Atau barangkali aku terlalu yakin.

Merek hidup di dalam makna.

Dan makna adalah wilayah yang paling sulit ditaklukkan.

Pabrik bisa dibeli.

Paten bisa dialihkan.

Pangsa pasar bisa direbut.

Merek bahkan bisa berpindah tangan.

Makna tidak.

Makna melawan.

Makna berunding.

Makna bertarung.

Makna bertahan hidup.

Karena itu penaklukan yang sejati bukan penaklukan industri.

Bukan penaklukan keuangan.

Bukan penaklukan dagang.

Ia penaklukan semantik.

Penaklukan semantik dimulai ketika sebuah kata berhenti menamai sebuah benda dan mulai mewakili seluruh semesta.

Gillette bukan lagi sekadar silet.

Gillette adalah sebuah cerita.

Sebuah ingatan.

Sebuah silsilah.

Sebuah percakapan yang melintasi generasi.

Maka pertanyaannya menjadi tak terelakkan.

Apakah penaklukan ini memperkuat merek atau merusaknya?

Jawabannya ternyata sederhana sekali.

Tergantung pemiliknya.

Pemilik yang cerdas mengerti bahwa setiap merek yang kuat hidup di dua tingkat.

Yang pertama komersial.

Yang kedua kultural.

Tingkat komersial menghasilkan pendapatan.

Tingkat kultural menghasilkan kelanggengan.

Kalau kamu menghancurkan yang kedua demi membela yang pertama, dalam jangka panjang kamu melemahkan keduanya.

Kalau kamu berhasil memberi makan yang kedua, yang pertama mendapat tenaga tambahan.

Sebab orang membeli produk.

Tetapi mereka mengingat makna.

Dan makna bertahan lebih lama daripada produk.

Jauh lebih lama daripada produk.

King memahaminya tanpa memakai ungkapan ini.

Mula-mula ia membayangkan sebuah visi.

Lalu ia membuat sebuah produk.

Kebanyakan perusahaan modern mencoba melakukan sebaliknya.

Mula-mula mereka membuat produk.

Lalu mati-matian mencari sebuah cerita.

Bedanya besar sekali.

Penaklukan semantik tidak berarti menguasai sebuah merek.

Ia berarti memperluas wilayah makna yang bisa dihuni merek itu.

Kalau pemiliknya memahami prinsip ini, narasi menjadi sekutu.

Kalau tidak, ia menganggapnya ancaman.

Tetapi narasi bukan sekutu, bukan pula musuh.

Ia sebuah kekuatan.

Seperti ingatan.

Seperti waktu.

Seperti kebudayaan.

Ia bisa diabaikan.

Ia tidak bisa dilenyapkan.

Maka, di ujung perjalanan, aku kembali pada kesimpulan yang sama, tempat segalanya bermula.

Kakek King tidak memulai dengan sebilah silet.

Ia memulai dengan sebuah visi.

Silet datang kemudian.

Buku ini tumbuh dari ilham yang sama.

Ia bukan tentang pisau cukur.

Ia bukan tentang korporasi.

Ia bukan tentang akuisisi-akuisisi yang mustahil.

Ia tentang apa yang terjadi ketika sebuah nama bertahan hidup cukup lama hingga menjadi sesuatu yang lebih besar daripada produk-produk yang membuatnya terkenal.

Itulah penaklukan yang sejati.

Bukan penaklukan pasar.

Bukan penaklukan distribusi.

Bukan penaklukan iklan.

Penaklukan semantik.

Dan begitu makna telah ditaklukkan, segala yang lain hanya bergantung pada siapa pemiliknya.

PENUTUP — SANG PEMILIK

Sepanjang buku ini aku berbicara tentang para pendiri.

Tentang perusahaan.

Tentang merek.

Tentang ingatan.

Tentang nama.

Pada akhirnya, tersisa satu pertanyaan.

Siapa pemiliknya?

Jawaban yang paling sederhana juga yang paling tidak menarik.

Pemiliknya adalah pihak yang secara hukum memiliki merek itu.

Itu benar.

Tetapi itu hanya sebagian dari kebenaran.

Sebenarnya, ada kepemilikan yang kedua.

Lebih sulit didaftarkan.

Lebih sulit dipertahankan.

Lebih sulit diukur.

Kepemilikan atas makna.

Sebuah merek bisa menjadi milik sebuah perusahaan.

Tetapi maknanya menjadi milik hubungan yang berhasil dibangunnya dengan dunia.

Di sinilah lahir tanggung jawab sang pemilik.

Sebab makna bisa diperluas.

Bisa dijaga sebagai titipan.

Bisa diperkaya.

Bisa diteruskan.

Atau bisa dimiskinkan.

Bisa dikerdilkan.

Bisa dihabiskan.

Bisa dilupakan.

Perbedaannya tidak bergantung pada merek.

Ia bergantung pada siapa yang mengendalikannya.

Pemilik yang cerdas tidak takut pada ingatan.

Tidak takut pada narasi.

Tidak takut pada cerita.

Ia mengerti bahwa setiap cerita yang autentik menambah kedalaman pada nama itu.

Dan bahwa nama yang dalam selalu lebih bernilai daripada nama yang sekadar dikenal.

Pemilik yang berpandangan pendek melakukan sebaliknya.

Melindungi produk.

Melupakan makna.

Membela masa kini.

Menghabiskan masa depan.

Pada akhirnya, seluruh pilihannya ada di sini.

Sebuah merek bisa hidup sebagai produk.

Atau bisa hidup sebagai bagian dari warisan budaya kita.

Ia bisa sebatas berjualan.

Atau ia bisa terus bermakna.

Itulah sebabnya penaklukan semantik bukan ancaman.

Ia sebuah peluang.

Ia memperluas wilayah nama itu.

Membuatnya lebih kaya.

Lebih kompleks.

Lebih tahan terhadap waktu.

Lebih sulit dilupakan.

Di ujung perjalanan ini, aku tidak tahu siapa yang akan memiliki Gillette seratus tahun lagi.

Aku tidak tahu produk apa yang akan ada.

Aku tidak tahu pasar mana yang akan bertahan.

Tetapi satu hal aku tahu.

Masa depan nama itu akan jauh lebih bergantung pada makna yang sanggup dijaga para pemiliknya daripada pada pabrik-pabrik yang mereka miliki.

Sebab produk punya siklus hidup.

Korporasi punya siklus hidup.

Bahkan pasar pun punya siklus hidup.

Makna tidak.

Makna terus berjalan.

Dan pemilik yang sejati, pada akhirnya, adalah dia yang mengerti bahwa dirinya hanyalah penjaga sementara atas perjalanan makna itu.

Sang Nama. King Gillette membangun sebilah silet.

Generasi demi generasi membangun sebuah perusahaan.

Waktu membangun sebuah mitos.

Aku hanya menceritakan perjalanannya.

Selebihnya milik Sang Nama.

Ferdinando Frega