



WARALABA WALL STREET

Kebanyakan orang mengira perusahaan adalah apa yang dijualnya.

Mereka keliru.

Perusahaan adalah apa yang bertahan setelah produknya berubah.

Pasar menyukai produk karena produk mudah dihitung.

Unit yang terjual.

Pendapatan yang dihasilkan.

Pangsa pasar yang direbut.

Para analis membangun model di seputar angka-angka itu karena angka menciptakan ilusi kepastian.

Tetapi produk lahir dan mati.

Seluruh kategori menghilang.

Teknologi menjadi usang.

Kebiasaan konsumen berpindah.

Rak berubah.

Waralabanya tetap ada.

Kesadaran itu datang kepadaku jauh sebelum aku pernah memandang neraca seperti seorang investor.

Pisau cukur bukanlah bisnis.

Pena bukanlah bisnis.

Korek api bukanlah bisnis.

Itu semua hanyalah benda yang bergerak melalui sebuah sistem.

Aset yang sejati adalah kebiasaan.

Distribusi.

Kepercayaan.

Jalan raya tak kasatmata yang menghubungkan jutaan orang asing dengan keputusan yang sama.

Setiap pagi.

Setiap minggu.

Setiap tahun.

Wall Street akhirnya mengajarku bahwa bisnis-bisnis paling berharga di dunia jarang memiliki produk yang paling mengesankan.

Mereka memiliki perilaku yang paling awet.

Begitu memahami perbedaan itu, aku berhenti memandang perusahaan dengan cara konsumen memandangnya.

Konsumen melihat barang dagangan.

Investor melihat pengulangan.

Konsumen membeli benda.

Investor membeli sistem.

Benda menghasilkan satu transaksi.

Sistem menghasilkan satu peradaban.

Itulah sebabnya sebagian perusahaan bertahan turun-temurun sementara yang lain lenyap setelah semusim tepuk tangan.

Pasar menyebut ini nilai.

Aku lebih suka kata lain.

Warisan.

Sebab setiap waralaba yang bertahan pada akhirnya adalah warisan yang diteruskan dari satu generasi pelanggan ke generasi berikutnya.

Bukan lewat darah.

Lewat kebiasaan.

Dan kebiasaan, sekali terbentuk, sering kali lebih sulit digantikan daripada produk itu sendiri.

Ferdinando Frega
BLADEFREGA
Saga Wall Street