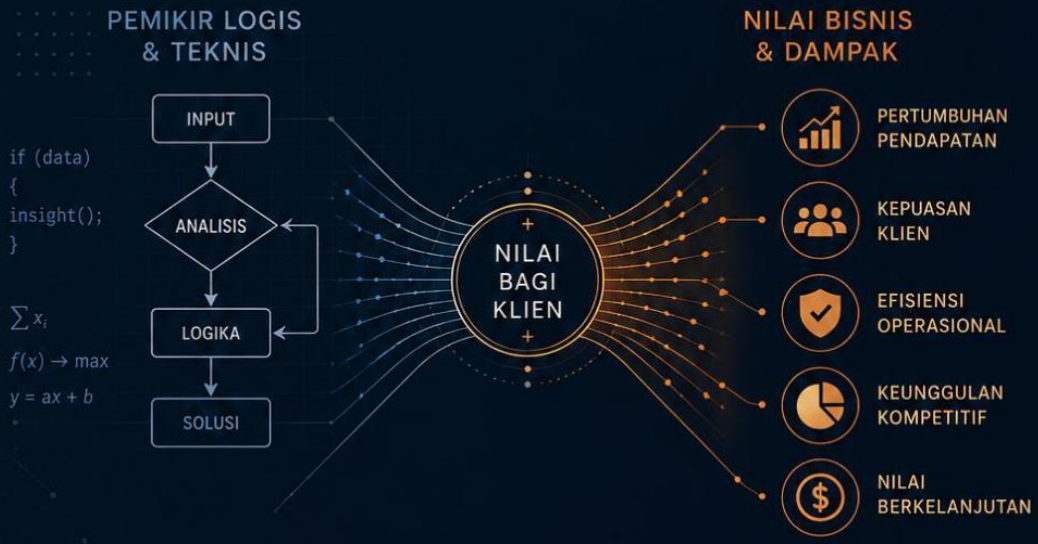
THE SALES ALGORITHM

Cara Pemikir Logis Menjual Nilai di Era AI



DATA → INSIGHT → SOLUSI → NILAI

Esa Rijal Mustaqbal

Depok, 2026

PREVIEW 15 MENIT

Kemampuan membuat tidak lagi cukup.

Di era AI, nilai Anda tidak hanya ditentukan oleh apa yang bisa Anda bangun—tetapi oleh kemampuan membuat orang lain memahami mengapa hasilnya penting.

> **Produk yang baik tidak otomatis menjadi produk yang dibeli.**

Anda bisa memiliki solusi yang kuat, pengalaman bertahun-tahun, dan teknologi yang tepat—namun tetap kalah oleh seseorang yang lebih mampu menghubungkan kemampuan dengan masalah, dampak, dan keputusan.

Preview ini memberi Anda satu bagian penting dari cara berpikir The Sales Algorithm: bagaimana profesional teknis, freelancer, konsultan, dan technical founder mengubah kompetensi menjadi nilai yang terlihat, dipercaya, dan dipilih.

YANG AKAN ANDA DAPATKAN

Sebuah cerita, satu framework, tiga perubahan cara pandang, dan latihan singkat yang bisa langsung diterapkan pada karier, jasa, atau produk Anda.

SEBUAH CERITA YANG TERLALU DEKAT

Raka tidak kehilangan pekerjaannya karena ia buruk.

Hari Selasa, Raka menerima email singkat: kontraknya sebagai backend engineer tidak diperpanjang. Alasan resminya adalah “efisiensi operasional.”

Dua minggu sebelumnya, ia baru menyelesaikan migrasi tiga layanan kritis. Tidak ada downtime. Tidak ada error. Integrasi pembayaran berjalan mulus.

Namun pada bulan yang sama, AI coding assistant membantu dua engineer junior menghasilkan empat layanan dalam waktu yang sebelumnya membutuhkan satu bulan. Manajemen melihat output, biaya, lalu mengambil keputusan.

> **Raka mampu menyelesaikan masalah teknis. Tetapi ia tidak pernah membuat organisasi memahami nilai bisnis dari pekerjaannya.**

Ia dikenal sebagai orang yang menerima spesifikasi, mengerjakan tiket, dan mengirim kode. Ia dekat dengan eksekusi—tetapi jauh dari masalah, keputusan, dan hasil bisnis.

Pertanyaan yang mulai menghantuinya bukan lagi, “Teknologi apa yang harus saya kuasai berikutnya?” melainkan:

> **Bagaimana caranya agar kemampuan saya tidak hanya berguna—tetapi juga terlihat, dipahami, dan dipilih?**

PERUBAHAN BESAR

Ancaman terbesar bukan AI. Posisi yang terlalu sempitlah yang berbahaya.

AI mempercepat eksekusi. Pasar kemudian menaikkan standar.

POSISI YANG RAPUH	POSISI YANG KUAT
Menerima tiket dan menjalankan spesifikasi.	Memahami mengapa masalah perlu diselesaikan.
Menjelaskan pekerjaan dengan daftar tools.	Menghubungkan keputusan teknis dengan dampak.
Keberhasilan diukur saat kode selesai.	Mengukur perubahan setelah solusi digunakan.
Menunggu kualitas “berbicara sendiri.”	Membuat stakeholder memahami trade-off dan nilai.

Perbedaannya bukan sekadar senioritas atau bahasa pemrograman. Perbedaannya adalah ownership: apakah Anda hanya mengeksekusi keputusan, atau ikut membentuk keputusan yang layak diambil?

UJI CEPAT

Bisakah orang nonteknis memahami manfaat pekerjaan Anda dalam dua menit—tanpa harus memahami Kubernetes, PostgreSQL, API, funnel, atau fitur produk Anda?

PETA KETAHANAN

Di level mana nilai Anda berada?

LEVEL	POSISI	NILAI UTAMA
1	**Menulis kode / mengeksekusi tugas**	Mampu mengimplementasikan spesifikasi. Nilainya nyata, tetapi semakin mudah dibantu AI dan tooling.
2	**Menyelesaikan masalah teknis**	Menemukan akar masalah, memilih pendekatan, dan menjaga kualitas.
3	**Menyelesaikan masalah bisnis dengan teknologi**	Menghubungkan sistem dengan waktu, uang, risiko, pelanggan, dan prioritas organisasi.
4	**Membuat orang lain memahami dan mendukung solusi**	Memperoleh kepercayaan, anggaran, pengguna, pelanggan, dan komitmen untuk berubah.

Buku ini terutama dirancang untuk membantu Anda bergerak dari level 2 menuju level 3 dan 4—tanpa meninggalkan integritas dan kedalaman teknis.

> **Sales bukan pengganti kompetensi. Sales memperbesar dampak kompetensi.**

REFACTORING MINDSET

Sales bukan membujuk. Sales adalah mendiagnosis.

Banyak pemikir logis menolak sales karena membayangkan tekanan, manipulasi, klaim berlebihan, dan trik closing. Penolakan itu masuk akal—bila definisinya memang buruk.

> **Penjualan konsultatif adalah proses memeriksa kecocokan antara masalah, dampak, solusi, dan kesiapan untuk bertindak.**

Seorang engineer mendiagnosis sistem. Seorang penjual konsultatif mendiagnosis bisnis. Keduanya mencari gejala, akar masalah, dampak, batasan, risiko, dan pilihan perbaikan.

PENDEKATAN LAMA	PENDEKATAN KONSULTATIF
Bicara sebelum memahami.	Bertanya sebelum menawarkan.
Menunjukkan semua fitur.	Menunjukkan bagian yang relevan.
Mengejar semua prospek.	Menyaring kecocokan sejak awal.
Menganggap “tidak” sebagai kegagalan diri.	Membaca penolakan sebagai data.

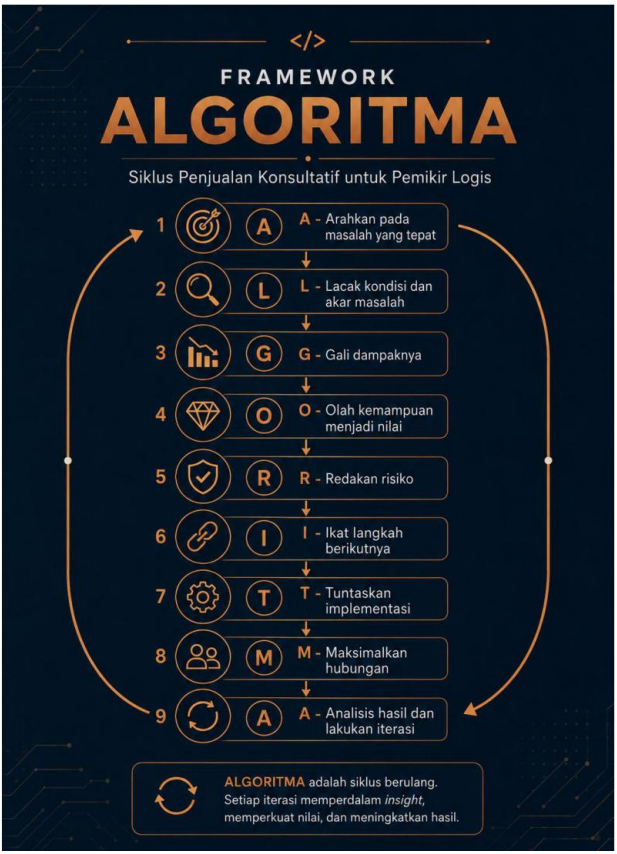
PRINSIP INTEGRITAS

Kadang hasil terbaik dari percakapan penjualan adalah menyimpulkan bahwa solusi Anda tidak cocok. Kejujuran yang menghilangkan satu transaksi dapat membangun reputasi yang menghasilkan transaksi berikutnya.

KERANGKA UTAMA BUKU

Sembilan langkah yang mengubah sales menjadi proses yang bisa dipelajari.

ALGORITMA bukan formula ajaib. Ia adalah siklus penjualan konsultatif yang dapat diulang, ditinjau, dan diperbaiki.



CUPLIKAN BAB 04

Klien meminta dashboard. Raka hampir membuat kesalahan yang sama lagi.

Dimas, CTO sebuah SaaS inventaris, membuka pertemuan dengan permintaan yang terlihat jelas:

> **“Kami butuh dashboard yang menunjukkan stok real-time di semua cabang.”**

Refleks lama Raka adalah bertanya tentang grafik, ekspor Excel, jumlah pengguna, dan spesifikasi teknis. Tetapi kali ini ia menahan diri.

> **“Sebelum saya memahami dashboard yang Anda butuhkan, boleh saya menanyakan beberapa hal lebih dulu tentang bagaimana proses ini berjalan sekarang?”**

Empat puluh lima menit kemudian, ia menemukan bahwa masalah sebenarnya bukan dashboard.

1	Data stok dikirim melalui WhatsApp dari empat cabang.
2	Satu staf menggabungkan semuanya ke spreadsheet selama dua jam setiap hari.
3	Informasi terlambat satu sampai dua hari, sehingga stok tidak dipindahkan tepat waktu.
4	Dalam tiga bulan, tujuh insiden kehabisan barang diperkirakan

menghilangkan Rp105 juta penjualan.

DIAGNOSIS

Permintaan solusi bukan requirement akhir.

Discovery yang baik membedakan tiga lapisan berikut:

GEJALA	Hal yang terlihat atau dikeluhkan. Contoh: “Kami butuh dashboard real-time.”
MASALAH	Mekanisme yang menyebabkan gejala. Data tidak terstruktur, proses manual, dan tidak ada standardisasi input.
DAMPAK	Konsekuensi bagi bisnis dan manusia: penjualan hilang, keputusan terlambat, lembur, serta ketergantungan pada satu orang.

Solusi yang hanya menyentuh gejala sering terlihat bekerja pada minggu pertama—lalu gagal karena akar masalah tetap ada.

> **Jangan mulai dari solusi. Mulai dari masalah. Jangan mulai dari fitur. Mulai dari dampak. Jangan mulai dari teknologi. Mulai dari manusia.**

PERTANYAAN YANG MENGUBAH PERCAKAPAN

“Bila tidak ada perubahan sampai akhir tahun, apa konsekuensi yang paling mungkin?”

MEMBUAT MASALAH TERLIHAT

Pembeli selalu melihat biaya solusi. Bantu mereka melihat biaya tidak berubah.

Tanpa diagnosis, harga solusi dibandingkan dengan nol. Padahal pilihan nyatanya adalah biaya untuk berubah versus biaya mempertahankan kondisi saat ini.

COST OF CHANGE	COST OF INACTION
Implementasi dan integrasi.	Jam kerja manual berulang.
Migrasi data.	Peluang pendapatan yang hilang.
Pelatihan dan perubahan SOP.	Risiko insiden dan ketergantungan.
Gangguan sementara.	Pertumbuhan yang tertahan.

CONTOH KONSERVATIF

Jika tiga staf menghabiskan total enam jam per hari untuk rekonsiliasi, itu sekitar 120 jam per bulan—belum termasuk kesalahan, lembur, dan keputusan yang terlambat.

Angka tidak perlu spektakuler. Angka harus dapat dipertanggungjawabkan. Gunakan estimasi bersama, tandai asumsi, dan hindari presisi palsu.

> **Nilai yang kredibel lebih kuat daripada janji yang spektakuler.**

CUPLIKAN BAB 05

Pembeli tidak membeli fitur. Mereka membeli perubahan.

Gunakan pertanyaan “Lalu kenapa?” sampai teknologi terhubung dengan hasil.

FITUR	Sinkronisasi stok real-time.
↓	
LALU KENAPA?	Pusat dan cabang melihat angka yang sama.
↓	
LALU KENAPA?	Tim tidak perlu menunggu konsolidasi manual.
↓	
LALU KENAPA?	Keputusan pemindahan stok dapat dilakukan lebih cepat.
↓	
NILAI	**Risiko kehilangan penjualan karena stok terlambat dipindahkan dapat dikurangi.**

Hampir semua nilai B2B dapat diterjemahkan ke tiga mata uang utama: waktu, uang, dan risiko.

LATIHAN 5 MENIT

Ubah satu kemampuan menjadi nilai yang bisa dipahami pembeli.

Pilih satu kemampuan, fitur, atau proyek yang paling sering Anda ceritakan. Kemudian isi rantai berikut.

1. KEMAMPUAN / FITUR

Contoh: CI/CD, dashboard, audit cloud, integrasi pembayaran.

2. MEKANISME

Apa yang benar-benar berubah pada proses kerja?

3. MANFAAT

Waktu siapa yang lebih cepat? Biaya apa yang berkurang? Risiko apa yang lebih terkendali?

4. BUKTI

Contoh proyek, data penggunaan, hasil pilot, testimoni, atau demonstrasi apa yang mendukung klaim?

5. BATAS KLAIM

Bagian mana yang Anda kendalikan, pengaruhi, atau tidak dapat janjikan?

UJI HASIL

Bacakan jawaban Anda kepada seseorang yang tidak memahami bidang teknis. Bila ia masih bertanya “jadi manfaatnya apa?”, rantainya belum selesai.

CUPLIKAN BAB 06

Pitch yang baik bukan yang paling menarik. Pitch yang baik adalah yang paling relevan.

PITCH TRADISIONAL	PITCH RELEVAN
Tentang perusahaan kami.	Konteks dan agenda.
Visi, misi, dan daftar klien.	Rangkuman kondisi pembeli.
Semua fitur dan teknologi.	Dampak dan prioritas.
Harga.	Solusi terarah + bukti + risiko.
“Ada pertanyaan?”	Keputusan atau langkah berikutnya.

Raka mengubah presentasinya dari puluhan slide teknis menjadi lima halaman: kondisi, dampak, solusi terarah, bukti dan risiko, lalu langkah berikutnya.

> **Demo bukan tur produk. Demo adalah pembuktian bahwa solusi membantu situasi tertentu.**

STRUKTUR DEMO

Konteks: sebutkan skenario. Tunjukkan: peragakan alur sesingkat mungkin. Konfirmasi: hubungkan kembali dengan hasil yang dipedulikan pembeli.

Saat presentasi selesai, Dimas tidak berkata, “Kami akan pertimbangkan.” Ia bertanya, “Kapan kita bisa mulai?”

CUPLIKAN BAB 07

Jangan jawab kalimat keberatannya sebelum memahami maknanya.

“Harganya terlalu mahal” dapat berarti anggaran tidak tersedia, arus kas bermasalah, manfaat belum terlihat, risiko terlalu besar, atau ruang lingkup belum tepat. Jawaban yang cepat sering menyelesaikan masalah yang tidak ada.

Gunakan LAER:

L	**Listen**	Dengarkan sampai selesai. Jangan menyusun bantahan ketika orang masih berbicara.
A	**Acknowledge**	Akui bahwa kekhawatiran masuk akal dari sudut pandang mereka.
E	**Explore**	Gali arti sebenarnya: total investasi, timing, keyakinan, otoritas, atau risiko?
R	**Respond**	Baru berikan jawaban yang sesuai—bukan diskon otomatis.

> **“Ketika Bapak mengatakan terlalu mahal, apakah kendalanya berada pada total investasi, arus kas tahun ini, atau keyakinan terhadap hasilnya?”**

Buku lengkap melanjutkan ke error code penolakan, diskon tanpa merusak nilai, batas follow-up, dan cara meminta keputusan tanpa memaksa.

PERUBAHAN RAKA

Yang berubah bukan kepribadiannya. Yang berubah adalah prosesnya.

Raka tidak berubah menjadi orang yang paling banyak bicara. Ia justru belajar mendengarkan lebih lama, menyaring lebih awal, menjelaskan lebih sederhana, dan meminta langkah berikutnya dengan lebih jelas.

Daftar teknologi	→	**Bahasa hasil dan dampak**
Mengejar seratus nama	→	**Menyaring dua peluang berkualitas**
Membuat solusi dari permintaan awal	→	**Mendiagnosis akar masalah**
Demo semua fitur	→	**Menunjukkan tiga skenario penting**
Takut pada penolakan	→	**Membaca penolakan sebagai data**

> **Kemampuan teknis membuat solusi mungkin. Kemampuan menjual membuat solusi dapat disetujui, digunakan, dan menghasilkan dampak.**

Namun preview ini baru membuka sebagian siklus. Bagian yang menentukan terjadi setelah prospek tertarik: meredakan risiko, mengikat keputusan, menuntaskan implementasi, mempertahankan klien, memperoleh referral, dan memperbaiki proses dari data nyata.

YANG ADA DI BUKU LENGKAP

Dari “saya bisa membuat” menjadi “orang memahami, percaya, dan bertindak.”

01	**Bertahan dan Bertumbuh di Era AI** — Memetakan posisi karier dan nilai yang sulit dikomoditaskan.
02	**Refactoring Cara Pandang terhadap Penjualan** — Membangun kepercayaan diri berbasis proses dan integritas.
03	**Menemukan Orang yang Tepat untuk Dibantu** — ICP, anti-ICP, kualifikasi empat pintu, dan diskualifikasi.
04	**Mendiagnosis Masalah yang Sebenarnya** — Discovery, akar masalah, dampak, dan cost of inaction.
05	**Menerjemahkan Kemampuan Menjadi Nilai** — Fitur, mekanisme, manfaat, bukti, waktu, uang, dan risiko.
06	**Menyusun Pitch dan Demo yang Relevan** — Problem playback, targeted demo, proposal, dan micro-commitment.
07	**Membaca Penolakan dan Menangani Keberatan** — LAER, error code penolakan, harga, diskon, dan follow-up.
08	**Closing, Retention, dan Referral** — Keputusan yang sehat, implementasi, adopsi, hubungan, dan iterasi.

Total 120 halaman dengan cerita Raka, studi kasus, pertanyaan refleksi, contoh percakapan, checklist, dan framework yang dapat diterapkan pada karier, jasa, maupun produk digital.

KECOCOKAN PEMBACA

Buku ini bukan untuk semua orang.

Dan itu justru membuatnya lebih berguna bagi orang yang tepat.

BUKU INI UNTUK ANDA JIKA	BUKU INI TIDAK COCOK JIKA
Anda ahli membuat, tetapi kesulitan menjelaskan nilai.	Anda mencari trik manipulasi atau skrip tekanan.
Anda ingin proyek konsultasi tanpa menjadi sales agresif.	Anda ingin hasil tanpa berbicara dengan pasar.
Anda membangun produk tetapi pasar tidak otomatis datang.	Anda ingin menutup semua prospek tanpa menyaring kecocokan.
Anda ingin menjual dengan struktur, bukti, dan integritas.	Anda menganggap implementasi tidak sepenting closing.

> **Anda tidak perlu menjadi ekstrovert. Anda perlu belajar bertanya dengan baik, memahami bisnis, menerjemahkan kemampuan menjadi dampak, dan berani meminta keputusan.**

Tiga jalur penerapan di sepanjang buku: profesional teknis yang menjual kompetensi dan keputusan; freelancer atau konsultan yang menjual penyelesaian masalah; serta technical founder yang menjual produk dan perubahan cara kerja.

LANGKAH BERIKUTNYA

Jangan berhenti pada insight. Bangun proses penjualan yang dapat diulang.

Preview ini menunjukkan mengapa kemampuan membuat tidak lagi cukup. Buku lengkap menunjukkan bagaimana mengubah kesadaran itu menjadi tindakan—mulai dari memilih masalah yang tepat sampai membangun retention, referral, dan iterasi.

HARGA NORMAL	HARGA PELUNCURAN
~~Rp179.000~~	**Rp89.000**

Untuk 120 halaman, 8 bab inti, framework ALGORITMA 9 langkah, studi kasus, contoh percakapan, refleksi, dan checklist praktis.

LANJUTKAN KE BUKU LENGKAP

Scan QR Code ini

atau klik link di bawah

https://co.thesalesalgorithm.id

> **Produk yang baik tidak otomatis menjadi produk yang dibeli. Pastikan nilai Anda tidak berhenti sebagai sesuatu yang hanya Anda pahami.**

© 2026 Esa Rijal Mustaqbal. Preview ini ditujukan untuk evaluasi pribadi. Mohon tidak memperbanyak atau mendistribusikannya untuk kepentingan komersial tanpa izin.