

# INFO APLI

Buletin Informasi dan Aspirasi Anggota APLI

Edisi XIV/November 2002

## EDITORIAL

## Jalan Panjang Menuju UU Anti Piramid Telah Dimulai

Langkah menuju terwujudnya UU Anti Piramid sudah diawali oleh APLI. Bermula dari pembentukan Task Force Anti Money Game, kini APLI melalui sebuah tim khusus telah menyiapkan *draft* RUU Anti Piramid. Jalan panjang dan terjal bakal ditempuh untuk mewujudkan *draft* ini menjadi UU yang berkekuatan hukum tetap. Banyak variabel akan mempengaruhinya. Namun, jika industri DS/MLM ingin eksis, memiliki citra lebih baik, dan terus berkembang, UU Anti Piramid harus ada.

Industri ini sudah merasakan pahit getirnya sak wasangka masyarakat yang menyamaratakan bisnis yang benar dan legal, dengan praktek-praktek atau usaha-usaha penipuan berkedok MLM. Ketika media massa mengungkap praktek penipuan yang mirip atau menggunakan mekanisme seperti MLM, maka serta merta praktek itu disebut, dipersepsi, dimengerti, atau diidentifikasi sebagai MLM.

Akibatnya, industri DS/MLM yang benar dan sah, yang telah memberikan sumber penghidupan secara halal bagi sekurang-kurangnya 4,5 juta penduduk Indonesia, menuai citra negatif. Sungguh suatu keadaan yang diyakini menimbulkan perasaan tidak adil bagi mereka. Jika citra negatif begitu tertanam di benak masyarakat, ini bisa berdampak pada perkembangan industri DS/MLM di Tanah Air. Ruang gerak akan terasa jauh lebih sempit dan menimbulkan kesan industri DS/MLM kurang prospektif lagi. Semua yang berkepentingan di dunia DS/MLM pasti tidak menginginkan kondisi seperti ini menjadi kenyataan. Harus dicegah.

APLI telah mengambil urutan langkah yang benar. Bermula dari peran APLI mendorong munculnya institusi IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang), untuk menyaring dan mencegah munculnya praktek-praktek penipuan berkedok MLM. Namun, ketika institusi itu dirasakan punya banyak kelemahan, APLI pun berniat baik menyiapkan gagasan-gagasan penyempurnaannya. Kini langkah APLI lebih strategis lagi, dengan menggulirkan wacana pentingnya UU Anti Piramid, serta mengambil aksi konkrit dengan menyusun *draft* RUU Anti Piramid. Cakupannya pun lebih luas dan lebih menyentuh ke akar permasalahannya. APLI pun memikirkan kemungkinan menjangkau sasaran antara, yaitu mengusulkan pengaturan dalam bentuk peraturan perundangan yang lebih rendah tingkatannya. Terpenting adalah tersedianya perangkat hukum yang bisa segera digunakan oleh para aparat untuk mencegah atau bertindak.

Gayung bersambut, pihak pemerintah, dalam hal ini Direktorat Perlindungan Konsumen Depperindag, mendukung langkah APLI. Lembaga-lembaga konsumen dari berbagai daerah yang sempat berdialog dengan APLI akhir Oktober lalu, juga menunjukkan antusiasme untuk bekerjasama dalam rangka mengedukasi masyarakat tentang bahaya skema piramid dan *money game*. Ini jelas dukungan moral yang sangat konkrit, sekaligus amanat yang mulia. Bahwasannya APLI, sesungguhnya mempunyai peran sosial yang aktual dan patut diperhitungkan.\*



**Penanggung Jawab:** Ketua Umum APLI. **Penasihat:** Jajaran Pengurus APLI. **Editor:** Edy Zaqeus. **Sekretaris Redaksi:** Neni. **Staf:** Soeprapto. **Alamat Redaksi:** Jl. Alam Segar VIII/21 Pondok Indah, Jakarta Selatan. Telp. (021) 7513704. Fax. (021) 75914049. **INFO APLI** diterbitkan oleh Humas Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia. Redaksi menerima tulisan yang relevan dengan industri DS/MLM. Tulisan dapat dikirim melalui fax. (021) 75914049 atau email: [apli@cbn.net.id](mailto:apli@cbn.net.id). All Rights Reserved. Dilarang memperbanyak tanpa seizin penerbit.

# Upaya APLI Memerangi Skema Piramid dan *Money Game*

***Sinergi antara APLI, pemerintah, LSM-LSM perlindungan konsumen, dan media massa, sangat penting untuk mendorong terwujudnya UU Anti Piramid.***

Bermula dari terbentuknya Task Force APLI tanggal 16 Agustus 2001 di Hotel Gran Melia, Jakarta, maka mulailah kampanye yang sistematis untuk membendung laju skema piramid dan *money game*. Tanggal 24 Oktober 2001 bertempat di Hotel Century Park, Jakarta, Task Force APLI mengadakan konferensi pers yang dihadiri 20 wartawan. Task Force APLI ini membeberkan hasil temuannya, termasuk memberi presentasi yang sangat jelas dan detail mengenai cara kerja skema piramid atau *money game*. Sambutan media massa sangat antusias.

Sepanjang tahun 2001, APLI bekerjasama dengan sejumlah pihak, misalnya Depperindag dan YLKI, menyelenggarakan dialog interaktif di sejumlah stasiun televisi tentang IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang), kampanye perlindungan konsumen, sekaligus kampanye anti *money game*. APLI bersama KADIN menggelar seminar mengenai industri DS/MLM dan bahaya praktek-praktek yang mengancam industri ini. Kampanye anti *money game* melalui iklan di media cetak juga sangat intensif sepanjang tahun.

## RUU

Dari berbagai aktifitas tadi, APLI merasakan urgensi perangkat hukum yang cakupannya lebih luas dan segera bisa digunakan oleh pihak berwenang. Maka, sekitar bulan Mei-Juni 2002, Tim Penyusun *draft* RUU Anti Piramid dibentuk. Koen Verheyen (Amway) menjabat sebagai Ketua Tim, dengan anggota-anggota; Helmy Attamimi (Ketua APLI), Upik Susongko, SH (Tupperware), Aan M. Lubis, SH (Amway), Mustangin, SH (CNI), dan Arsul Sani, SH (Tupperware).

Dari evaluasi APLI nampak bahwa IUPB (SK Menperindag No.73/2000) yang ditujukan untuk menyaring dan mencegah munculnya praktek skema piramid atau *money game*, ternyata kurang efektif. Jangkauannya terbatas dan sanksinya hanya sanksi administratif (pencabutan izin usaha berjenjang). Padahal, praktek-praktek skema piramid dan *money game* makin beragam, makin canggih, dan makin marak, sampai ke pelosok-pelosok daerah. Tak sedikit yang berhasil lolos dengan alibi bahwa usaha mereka tidak 'termasuk' dalam wilayah IUPB.

Melihat gelagat itulah, RUU Anti Piramid makin dikedepankan. *Draft* disusun oleh tim didasarkan pada UU Anti Piramid dari berbagai negara, seperti Amerika, India, Singapura, Thailand, Cina, dan Malaysia. Narasumber berpengalaman di bidang UU Anti Piramid, Scott Balfour dari AS, memberikan banyak masukan. APLI mendapat dukungan penuh dari WFDSA tentang RUU ini. APLI pun mendapat dukungan dari Depperindag. Budiyono, Direktur Perlindungan Konsumen Depperindag, yang bersama-sama sejumlah pengurus APLI mengikuti Kongres WFDSA ke-IX di Toronto September lalu, mendukung penuh aspirasi APLI. Ia menyarankan supaya APLI memasukkan substansi RUU itu dalam peraturan yang lebih rendah tingkatannya dulu, seperti perbaikan IUPB, dan menjangkau sasaran antara berupa Keppres atau Peraturan Pemerintah.

## Perlindungan Konsumen

Hal terpenting lain, disadari keterkaitan erat antara substansi RUU Anti Piramid dengan UU Perlindungan Konsumen (UUPK). Jadi, RUU ini punya pijakan yang kokoh. RUU ini punya potensi mendapat dukungan dari institusi perlindungan konsumen. Dalam konteks edukasi masyarakat, perlindungan konsumen, dan kampanye anti *money game*, APLI bisa kerjasama dengan LSM-LSM. Ini langkah strategis untuk menumbuhkan *sense of urgency* di kalangan pemerintah, LSM, dan masyarakat umumnya tentang UU Anti Piramid.

Indikasi sinergi antara APLI dan peran LPKSM (Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat), sudah nampak dalam acara lokakarya "Pelatihan SDM dan Perlindungan Konsumen MLM", 30-31 Oktober lalu di Hotel Ibis, Kemayoran-Jakarta. Wakil-wakil LPKSM berharap bisa bekerjasama lebih erat dengan APLI. Ini berarti, APLI sebenarnya punya *partner* strategis dalam memerangi skema piramid dan *money game*. Semoga sinergi antara APLI, pemerintah, lembaga-lembaga perlindungan konsumen, dan tentu saja media massa dapat semakin mengefektifkan usaha memerangi skema piramid dan *money game*, serta mempercepat terwujudnya UU Anti Piramid.\*

---

**Helmy Attamimi**  
(Ketua APLI)

**Budiyono**  
(Direktur Perlindungan  
Konsumen Depperindag)

## “RUU Anti Piramid Harus Didukung”

### **Apa dasar pemikiran penyusunan draft RUU Anti Piramid?**

IUPB kenapa lahir? Tujuannya diharapkan tidak ada lagi kesempatan untuk mereka melakukan cara-cara yang merugikan masyarakat. Tapi ternyata itu tidak jalan. Mengapa? Karena mereka mengatakan, “Kami bukan MLM...” Ada yang bilang *e-commerce*, bukan *direct selling*, tapi intinya semua adalah MTM, Multi Tipu Marketing. Ini yang ingin kita cegah, bukan hanya memagari orang MLM lewat perizinan supaya tidak boleh begini-begitu. Kita ingin mencakup lebih besar, semuanya, maka itu UU Anti Piramid.

### **Bagaimana draft RUU itu nantinya?**

Harus mudah dimengerti oleh penegak hukum. Harus *simple*. Kalau tidak, yang melaksanakan di lapangan tidak akan mengerti.

### **Apakah maksud ini juga mendapat dukungan WFDSA?**

Dukungan sekali! Mendapat dukungan. Karena mereka ingin melihat bahwa di dunia ini jangan ada skema piramid.

### **Bagaimana tanggapan Depperindag?**

Mereka jauh lebih akomodatif. Karena mereka melihat korban berjatuh, setelah kasus PT QSAR. Mereka ingin mencegah jangan sampai ada lagi bom-bom lain yang meledak. Dari UU sekarang, hanya bisa ditindak kalau bomnya sudah meledak. Mereka menawarkan, bagaimana agar kepolisian yang harusnya menangkap, memahami hal ini secara mendalam. Depperindag yang akan mengundang kepolisian, APLI yang presentasi.

### **Cakupannya?**

Semua praktek-praktek, termasuk yang di luar MLM, kalau memenuhi kriteria piramid bakal dilarang semua. Saya kira anggota-anggota APLI berkepentingan untuk mendukung. MLM besar maupun kecil harus mendukung. Terutama yang MLM. Karena jarak antara *single level* dengan piramid jaraknya cukup jauh. Kalau MLM sangat berdempetan, tipis garis pemisahannya. Mereka harus *support* agar yang jalan itu benar-benar MLM murni.\*

## “Pemerintah Mendukung”

### **Bagaimana pendapat Anda tentang urgensi UU Anti Piramid?**

Dilihat dari cerita-cerita dalam forum tadi (mengenai bahaya *money game*) memang perlu segera disusun itu. Supaya apa, konsumen nggak semakin banyak yang dirugikan.

### **Ada strategi antara sebelum sampai ke UU Anti Piramid yang mungkin perlu waktu lama untuk membuatnya?**

Saya setuju dengan usulan tadi, kita minta masukan APLI dan pihak lain yang terkait untuk menyempurnakan SK itu (IUPB), sambil menunggu undang-undang yang mengatur secara khusus soal tersebut. Dan kita pun akan bisa masukkan atau kaitkan dengan UUPK yang menyangkut kode etik.

### **Nampak adanya sinergi antara APLI dengan kalangan LSM. Komentar Anda?**

Ya, ya. Ini bagus sekali. Jadi kita kali ini sengaja bekerja sama dengan APLI. Karena perusahaan yang kegiatannya menyerupai anggota APLI itu kan banyak sekali. Sehingga kita melihat ini potensi yang bagus untuk bisa disebarluaskan (informasi-informasi) melalui LPKSM. Lembaga-lembaga ini kan punya tugas untuk memberikan edukasi kepada konsumen. Mereka bisa masuk ke mana saja. Dan mereka itu memang dilibatkan untuk membantu kita menyosialisasikan UUPK.

### **Dalam kerangka perlindungan konsumen, apa harapan Anda pada APLI dan para anggotanya?**

Nah, kita juga mendorong kepada mereka untuk sosialisasi sebanyak mungkin masalah perlindungan konsumen ini. Mendatang kita akan bekerjasama terus. Event seperti ini nanti akan sering kita lakukan. Di samping LSM, kita akan undang tokoh-tokoh masyarakat. Kita akan lakukan terus menerus. Saya juga sampaikan kepada APLI supaya tolong mereka juga memperkenalkan dirinya sebanyak mungkin, seperti program-program apa saja yang diselenggarakan. Atau mungkin tanda-tanda apa saja (dari praktek-praktek tertentu) yang kira-kira bisa menjerumuskan konsumen. Karena selama ini APLI kurang sosialisasi. Kita akan dukung.\*

**Koen Verheyen**  
(Ketua Tim RUU Anti Piramid)

# UU Anti Piramid Untuk Melindungi Konsumen

**Koen Verheyen**, Ketua Tim RUU Anti Piramid yang dibentuk APLI menegaskan, bahwa tujuan utama penyusunan UU Anti Piramid adalah demi perlindungan konsumen. Sebab itu, RUU ini akan terkait erat dengan UU Perlindungan Konsumen. Sementara bagi industri DS/MLM, UU semacam ini secara tidak langsung bisa memberi dampak positif. Jika kegiatan-kegiatan seperti skema piramid atau *money game* bisa diberantas, maka persepsi masyarakat tentang industri ini pun bisa lebih positif dan lebih tepat. Ini bisa berdampak positif bagi perkembangan industri DS/MLM di Indonesia. **Edy Zaques** dari **Info APLI** secara khusus mewawancarai Koen Verheyen (Presiden Direktur Amway Indonesia) untuk mengetahui perkembangan penyusunan *draft* RUU Anti Piramid. Berikut hasil wawancaranya yang berlangsung di Wisma BNI 46 Lt.4, akhir Oktober lalu:

## **Apa latar belakang penyusunan *draft* RUU Anti Piramid?**

Kita lihat bahwa usaha atau kegiatan-kegiatan yang ada kaitannya dengan piramid atau *money game* itu selama ini tetap bisa berjalan dan beroperasi, walaupun sudah berkali-kali masyarakat menjadi korban. Jadi kita lihat bahwa pihak-pihak yang berwenang entah tidak mau bertindak atau tidak bisa bertindak. Kalau tidak mau bertindak, ya apa boleh buat? Itu bukan urusan kita. Kalau mereka tidak mampu bertindak karena tidak ada alat-alat hukum, kita membantu untuk menyediakan alat bantu hukum itu. Karena di negara-negara lain memang sudah ada alat hukumnya, UU yang melarang kegiatan-kegiatan seperti ini.

Mengapa APLI yang merasa terpenggil? Karena kita lihat kegiatan-kegiatan *money game* ini pertama bisa merugikan masyarakat. Kedua, bisa mempunyai dampak negatif terhadap bisnis kita sendiri. Karena masyarakat akan mendapat persepsi yang keliru terhadap apa yang kita lakukan. Maka di sini ada peran media massa untuk menjabarkan perbedaan antara

yang *money game* dengan Direct Selling yang sebenarnya.

## **Kapan Tim RUU Anti Piramid dibentuk?**

Kira-kira 4-5 bulan yang lalu. Dan memang ini merupakan lanjutan Task Force Anti Money Game. Kalau sebelumnya Task Force tujuan utamanya untuk menyosialisasikan kepada masyarakat dan pemerintah (tentang bahaya *money game*). Kalau tim baru ini lebih konkrit, menyusun sebuah rancangan UU.

## **Target selesai kapan?**

Kita sih maunya secepatnya. Kita sudah punya satu kerangka, tapi masih dalam bahasa biasa. Belum diterjemahkan ke dalam bahasa hukum. Kalau menurut saya, itu bukan keahlian kita. Jadi kita membatasi diri memberikan kerangka dalam tulisan bahasa biasa.

## **Tugas-tugas Tim RUU Anti Piramid?**

Menyusun suatu bahan yang bisa menjelaskan apa itu skema piramid, *money game*, sehingga nanti yang berwenang menulis suatu UU, peraturan, atau keputusan itu punya pengertian yang jelas mengenai apa itu piramid. Kalau tidak tahu apa itu kegiatannya, apa itu seluk-beluknya, ya barangkali susah untuk menulis (peraturannya). Kita coba jelaskan apa inti skema piramid dan *money game*. Kebetulan di kantor pusat Amway kita punya Chief Consul bernama Scott Balfour. Beliau punya banyak pengalaman, bertahun-tahun telah menjadi narasumber ahli di berbagai negara dalam penyusunan rancangan-rancangan UU Anti Piramid. Beliau memberikan salinan UU dari berbagai negara bagian di Amerika, Malaysia, Singapura, Thailand, India, dan Cina.

Waktu berkunjung ke Indonesia sekitar tiga bulan yang lalu, beliau duduk satu meja dengan tim ini dan memberikan banyak input, kira-kira intinya yang perlu dijabarkan supaya pihak-pihak berwenang punya pengertian yang tepat dan jelas mengenai kegiatan itu. Berdasarkan input-input itu kita mencoba menyusun

---

---

sebuah *draft* yang tidak rumit, supaya gampang dimengerti.

#### **Ada hambatan dalam proses penyusunan?**

Bahasanya. Karena semua input yang kita dapat dalam bahasa Inggris. Kadang untuk menerjemahkan kalimat-kalimat itu ke dalam Bahasa Indonesia supaya intinya sama, itu yang sulit karena nuansa yang berbeda-beda. Kalau dari timnya sendiri tidak ada hambatan.

#### **UU Anti Piramid dari negara mana yang dijadikan model?**

Yang menjadi acuan adalah rancangan yang dibuat Cina, itu cukup jelas dan sederhana. Juga UU negara bagian Baltimore USA. Keduanya paling jelas. Kalau dari Malaysia memang lengkap sekali, tapi itu sudah merupakan bahasa hukum yang kadang susah dimengerti.

#### **Apakah *draft* ini merumuskan dengan sangat jelas apa itu skema piramid dan *money game*?**

Ya, jadi *draft* yang kita buat itu mencakup; pertama, pertimbangan atau konsideran. Kedua, kita coba mendefinisikan apa itu skema piramid dan *money game*, lalu ketiga, kita coba jelaskan apa yang dilarang dan apa yang tidak dilarang. Skema piramid atau *money game* adalah suatu skema di mana keikutsertaan seseorang itu didasari oleh suatu pertimbangan memperoleh imbalan, di mana pertimbangannya itu tidak didasari kegiatan penjualan, namun didasari keikutsertaan dari orang lain di kemudian hari.

Dengan kata lain, misalnya saya memutuskan untuk ikut karena saya merasa saya bisa mendapat imbalan, namun imbalan itu tidak berasal dari kegiatan saya dalam hal menjual. Tetapi imbalan yang akan saya peroleh itu berdasarkan ada orang lain yang akan ikut di kemudian hari, terlepas dari saya mencarinya atau tidak. Ada macam-macam, namun semuanya kembali kepada pertimbangan seseorang untuk bergabung. Itu semua berdasarkan sesuatu yang tidak rasional, dan sangat tergantung pada keikutsertaan orang lain.

#### **Apakah RUU ini hanya mencakup DS/MLM?**

Sebetulnya tidak. Karena kalau kita membatasi pada industri ini, mungkin nanti penyelenggara (*money game*) malah berdalih..”Wah...kita bukan Direct Selling atau MLM, jadi itu tidak berlaku bagi kita!” Jadi, lebih baik ini menjadi sesuatu yang bersifat lebih umum. Dari pada dikaitkan dengan industri Direct Selling, mungkin lebih baik dikaitkan dengan UU Perlindungan Konsumen. Karena pada dasarnya

masyarakat itu yang akan menjadi konsumen atau korban skema-skema tersebut. Pertimbangan dikeluarkannya UU Anti Piramid ini adalah untuk melindungi konsumen. Masyarakat luas berkepentingan dengan UU seperti ini.

#### **Apakah peraturan atau UU seperti ini bisa menjaring praktek-praktek seperti PT QSAR?**

Ya. Betul. Harapan kita kegiatan-kegiatan seperti itu, yang menjanjikan keuntungan berlipat ganda, yang tidak mungkin diperoleh dari kegiatan menanam uang atau penjualan, mudah-mudahan dengan adanya UU atau peraturan ini bisa ditindak. Mungkin dampak yang kita harapkan adalah bahwa masyarakat akan lebih sadar. Kalau ada semacam perangkat hukum, bisa dijelaskan kepada masyarakat. Kalau tidak ada, kita mau menjelaskan apa kepada masyarakat? Jadi perangkat hukum itu sendiri akan menjadi alat sosialisasi. Kalau kita mau kaitkan dengan UU Perlindungan Konsumen, yang jelas ya Deperindag sebagai pihak yang paling terlibat. Malah bisa jadi Departemen Keuangan juga. Sesungguhnya tidak terlalu penting siapa terlibat, yang penting ada perangkat hukum bagi pihak polisi untuk bertindak.

#### **Apa manfaat UU seperti ini bagi perusahaan-perusahaan DS/MLM?**

Ya, secara langsung tidak ada. Tapi kalau dengan UU Anti Piramid maka usaha-usaha piramid dan *money game* ini tidak bisa berjalan lagi, maka tidak ada lagi masyarakat yang dirugikan oleh kegiatan seperti ini. Dengan demikian –tentu dibantu oleh media massa— masyarakat akan mempunyai persepsi yang lebih positif dan tepat terhadap industri kita. Ini secara tidak langsung akan membawa dampak positif bagi perkembangan industri kita. Sudah suatu kepastian bahwa perusahaan-perusahaan yang tergabung di APLI mendukung ini. Sebab pembentukan tim ini pun sudah direstui oleh semua anggota.

#### **Proses pembuatan UU umumnya makan waktu lama. Ada strategi lain?**

Betul. Kalau UU ada bermacam kendala dan makan waktu lama. Jadi sudah ada pemikiran, mungkin supaya kita ada hasil dalam jangka waktu pendek, kita harus ada sasaran tahapan. Dari pada langsung menggolkan UU, mungkin kita bisa lari dulu ke Keppres atau malah PP (Peraturan Pemerintah). Harapan kita, dengan adanya Keppres atau PP nantinya, itu sudah merupakan perangkat hukum yang bisa digunakan pihak-pihak berwenang untuk secepatnya bertindak.\*

## DI MANA SAJA, KAPAN SAJA, SKEMA PIRAMID MENCARI MANGSA

Mengapa demikian? Sulit dimengerti. Tapi begitulah adanya, bahkan di negara-negara yang sangat ketat pengaturannya tentang industri ini. Di Malaysia di mana industri DS/MLM berkembang sangat pesat, bertaburan skema skema piramid dan *money game*. Contohnya, beredar liflet-liflet yang menawarkan skema kaya mendadak.

Parahnya, skema itu dibungkus dalih *charity* (kepedulian pada kaum papa). “Para korban dijanjikan memperoleh 16 ribu dollar AS (RM 60.800) jika mereka membayar uang pendaftaran 2 ribu dollar AS (RM 7.600), serta berhasil merekrut dua *downline*,” ungkap Michael Choong, kepala MCA Public Service and Complaints Departement (*The Star*, Juni 2000).

Skema piramid dan *money game* juga jadi musuh bebuyutan pihak berwenang berbagai negara bagian di AS. Di Wisconsin, pemerintah setempat mencium praktek skema piramid di mana orang diiming-imingi memperoleh hasil besar dengan menyeter uang pendaftaran dan merekrut orang lain. Mereka bisa meraup uang 16 ribu dollar AS jika bisa menyeter uang 2 ribu dollar dan merekrut orang.

Parahnya, skema piramid itu dibungkus dengan kegiatan keagamaan *Christian Gifting Club*. Uang yang disetor maupun yang diterima dianggap sebagai *gift* atau hadiah yang diberkati. Gereja-gereja di Wisconsin dan wilayah sekitarnya jadi sasarannya. “Kami kuatir sekali skema ini merajalela, karena dipromosikan dengan alasan religius,” ungkap Mike King, kepala polisi setempat, seperti dikutip [www.jsonline.com](http://www.jsonline.com), Agustus 2000 lalu.

Nyaris sama adalah apa yang dialami masyarakat di Ohio. Penduduk dikejutkan oleh mencuatnya kasus Purchase Plus Buyer’s Group, yang merambah melalui jemaat dan sejumlah pimpinan gereja Mormon. Keterlibatan pengikut gereja Mormon itu terungkap karena gencarnya pemberitaan pers setempat.

Menurut koran *The Columbus Dispatch* (*dispatch.com*, 2/9/00) itu terjadi setelah Jaksa Agung Wilayah Betty D. Montgomery menggugat Purchase Plus ke pengadilan, dengan tuduhan menjalankan skema piramid. Koran setempat menyebut, pemimpin gereja Mormon sudah mengingatkan supaya jemaatnya tidak

terbujuk iming-iming. Namun banyak yang tidak mengindahkannya. Perusahaan itu menawarkan paket membership seharga 400 dollar AS dan kembalian uang 2.650 persen, tanpa perlu aktivitas apapun. Mereka dijanjikan bisa memperoleh hasil di atas 11.000 dollar.

Dalih *charity* sudah, dalih pengangguran yang diamini gereja sudah, lain lagi dengan kasus di Houston, AS. Pihak berwajib di Houston AS menahan tiga perempuan yang tertangkap basah menjalankan skema piramid bernama “The Ya-Ya Girls”. Menurut laporan situs *HoustonChronicle.com* (8 September 2000), petugas berhasil menangkap basah pelakunya setelah menyamar sebagai peserta.

Para peserta piramid Ya-Ya Girl diminta menginvestasikan uang 5.000 dollar AS dan wajib merekrut sedikitnya dua member. Mereka dijanjikan hasil minimal 40.000 dollar AS dalam waktu singkat. Sasaran piramid itu kebanyakan pekerja perempuan, ibu rumah tangga, dan para pendatang. Piramid Ya-Ya Girl diklaim penyelenggaranya sebagai program khusus pemberdayaan kaum perempuan. Nah, cerdas bukan?

Dampak skema piramid itu memang menakutkan. Contoh, sebuah survey menyebutkan kebanyakan orang Cina tidak percaya produk-produk yang dipasarkan distributor MLM, gara-garanya mereka takut tertipu skema piramid (*Chinaonline.com* mengutip laporan *Zhongguo Xinwen She* Agustus 2000).

Kini pemerintah Cina, yang sangat berkepentingan untuk menarik modal asing dari industri DS/MLM, berusaha keras mencegah berkembangnya skema piramid dan praktek-praktek *money game*. Mereka sudah menyusun suatu *draft* RUU Anti Piramid yang sederhana dan mudah dipahami. Rancangan ini menjadi salah satu bahan acuan penyusunan *draft* RUU Anti Piramid oleh Tim APLI.

Perang terhadap skema piramid tak ubahnya seperti perang terhadap teroris. Mereka ada di mana-mana, bisa membentuk jaringan internasional, dan harus diantisipasi dengan wawasan global. Jika negara-negara lain sudah *aware* akan pentingnya UU Anti Piramid, rasanya kita pun harus demikian.\*

# Bagaimana Cara Menjadi Super Investor?

Judul: *Rich Dad's GUIDE TO INVESTING*  
Penulis: Robert T. Kiyosaki & Sharon L. Lechter, CPA  
Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, 2002  
Tebal: 543 + xx halaman.

Apakah Anda termasuk salah satu korban PT. QSAR? Semoga tidak! Penipuan berkedok investasi *profit sharing* yang melibatkan banyak petinggi negara, politisi parpol, dan masyarakat luas itu memang membuat kita semua prihatin. Kasus itu seakan menegaskan, bahwa masyarakat kita memang sangat mudah dikibuli, jika itu menyangkut janji-janji keuntungan berlipat, dalam waktu singkat, dan tanpa usaha yang berat.

Masyarakat mudah sekali melupakan kasus-kasus seperti YAKM Ongkowijoyo, BMA, Arisan Danasonic, Kospin, dan terakhir Promail. Inilah cermin bangsa yang sedang sakit, dan tidak pernah mau belajar dari pengalaman.

Maka buku Kiyosaki yang merupakan kelanjutan dari dua buku *best seller* sebelumnya, "Rich Dad Poor Dad" dan "The Cashflow Quadrant" ini layak diperhatikan. Kiyosaki menegaskan, bahwa investasi membutuhkan pengetahuan mendalam, dan itu berarti sebuah proses belajar yang sangat panjang.

Untuk menjadi seorang investor sejati, orang harus membangun mentalnya, belajar banyak dari pengalaman, serta mendapatkan bimbingan dari ahlinya, atau orang-orang yang terbukti sudah berhasil dalam investasi.

Sayangnya, banyak orang menggampangkan hal itu. Mereka merasa dirinya sudah menjadi investor dengan melakukan banyak investasi di berbagai bidang. Padahal, investasi tanpa pemahaman yang menyeluruh terhadap sistem dan instrumen investasinya, itu disebut spekulasi. Pelakunya bukanlah investor, tapi penjudi.

"Mereka adalah para pecundang. Mereka sedang melakukan tindakan bunuh diri," tegas Kiyosaki.

Kiyosaki memaparkan ajaran investasi dari Ayah Kayanya, yang ternyata menjadi kunci rahasia para super investor semacam Bill Gates, Warren Buffet, Rupert Murdoch, George Soros, Donald Trump, dll. "Mereka adalah super investor yang menciptakan investasi-investasi yang dibeli oleh para investor lainnya," ungkap Kiyosaki. Para super investor semacam ini memiliki kontrol atas tren investasi. Menurutnya, perbandingan investor kaya dengan investor biasa adalah 10/90. "Mereka adalah 10% investor yang menghasilkan 90% uang dan memimpin di atas 90% investor yang hanya menghasilkan 10% dari keseluruhan uang," tambahnya.

Karakteristik para investor kaya umumnya adalah; berinvestasi sebagai pemilik bisnis, bukan individu; tidak membeli investasi, tapi menciptakan sendiri investasinya; memanfaatkan hukum-hukum pajak untuk meraih keuntungan secara legal; fokus dan menyukai risiko; bergerak berdasarkan data yang sangat akurat dan formula yang tepat; tahu saat yang tepat, masuk sejak dini dan keluar saat di puncak; tidak terikat pada satu prosedur atau kendaraan investasi; dan sangat yakin bahwa untuk mendapatkan uang tidak diperlukan uang.

Buku ini ditulis dengan gaya bertutur yang mengalir dan menarik. Pembaca akan dibimbing untuk menjadi seorang investor sejati melalui proses pembelajaran menyeluruh. Menariknya, buku ini tidak sekadar berkutat pada teknik-teknik investasi canggih, namun sekaligus menekankan pentingnya membangun mental dan wawasan. Buku ini ditulis untuk orang yang ingin belajar berinvestasi, belajar mencari jalan sendiri menuju kekayaan, dan bukannya mencari cara mudah untuk jadi kaya. Nah, pas bukan?!

(EZ)

# Nasihat Kiyosaki Untuk Bisnis Network Marketing

Pengelola perusahaan Direct Selling dan MLM yang membidik kalangan profesional dan kelas menengah, perlu mendengar nasihat Robert T. Kiyosaki.

Akhir-akhir ini, Kiyosaki telah jadi fenomena tersendiri dengan ide-idenya yang brilian mengenai kecerdasan finansial, kebebasan finansial, dan paradigma menjadi kaya raya melalui investasi. Ia jabarkan ide-ide brilian itu dalam tiga buku *best-seller* internasional, yaitu “Rich Dad Poor Dad”, “The Cashflow Quadrant”, dan “Rich Dad’s Guide to Investing”.

Yang menarik, Kiyosaki menjadi satu-satunya pebisnis sukses sekaligus penulis buku ternama, yang merekomendasikan sistem pemasaran jaringan (*network marketing*) sebagai alternatif jika seseorang ingin bertransisi dari *employee* atau *self-employees* menjadi *business owner*. Jadi, sebelum berniat jadi investor yang canggih dan kaya raya, ada baiknya seseorang menempuh tahapan menjadi *business owner*.

Kiyosaki menempatkan bisnis *network marketing* sebagai pilihan ketiga setelah bisnis konvensional dan waralaba. Ia merekomendasikan *network marketing* sebagai pilihan menarik, mengingat siapapun bisa memiliki sebuah sistem bisnis, tanpa harus bersusah payah menciptakan sistem sendiri. Dibanding waralaba atau sistem bisnis konvensional lainnya, kelebihan *network marketing* adalah relatif lebih murah dari sisi modal awalnya.

Belum ada hasil penelitian mengenai dampak “promosi” Kiyosaki itu terhadap bisnis *network marketing*. Namun, dari pengamatan sepintas di sejumlah kalangan yang pernah mendiskusikan ide-ide Kiyosaki, nampak adanya persepsi lebih positif atas bisnis ini. Ide-ide Kiyosaki lumayan diapresiasi, dan kemungkinan diikuti oleh sebagian kalangan.

Aslinya, Kiyosaki memaparkan kriteria *network marketing* yang menurutnya perlu diperhatikan oleh mereka yang berminat

‘bersekolah bisnis’ di bisnis tersebut. Namun jika dilihat dari sisi perusahaannya, maka akan tersirat ‘nasihat-nasihat’ Kiyosaki bagi manajemen perusahaan-perusahaan *network marketing*. Penasaran? Simak ‘nasihat’ berikut ini;

### Nasihat 1:

#### **Bukan Produk, Tapi Orang**

“Jika saya bisa memberikan rekomendasi tentang cara menemukan sebuah organisasi yang bagus untuk membantu Anda menyeberang ke sisi kanan *Quadrant*, kuncinya bukan terutama pada produknya, melainkan pada pendidikan yang ditawarkan organisasi itu,” kata Kiyosaki.

Diterjemahkan secara bebas, Kiyosaki mengingatkan perusahaan-perusahaan *network marketing* supaya mereka tidak terlena menumpukan strateginya pada produk semata. Produk unggulan jelas memiliki *selling point* tinggi, namun itu tidak cukup.

“Saya mendukung organisasi pemasaran jaringan yang komitmen pertamanya adalah mengembangkan Anda sebagai seorang manusia, bukan terutama sebagai seorang wiraniaga,” ungkap Kiyosaki.

Menurutnya, jika hanya ingin menjadi seorang wiraniaga (*self-employee*), maka produk adalah hal yang terpenting. Tapi jika ingin berkembang menjadi *business owner* jangka panjang, maka sistem, pendidikan seumur hidup, dan orang-orangnya yang lebih penting.

Jadi, ada baiknya jika perusahaan-perusahaan *network marketing* menyediakan pelatihan-pelatihan maupun program-program pendidikan terbaik, yang bertujuan untuk mengembangkan distributornya menjadi *business owner* yang penuh percaya diri di sisi kanan *Quadrant*.

---

---

## Nasihat 2:

### Terbukti Sukses

“Saya akan mencari organisasi yang telah terbukti baik dan mempunyai catatan prestasi yang bagus, serta sistem distribusi dan program kompensasi yang sudah sukses selama bertahun-tahun,” kata Kiyosaki.

Bagi perusahaan-perusahaan *network marketing*, pesan Kiyosaki kira-kira adalah; “kelola perusahaan dengan sebaik-baiknya”, “jangan melakukan praktek-praktek yang merugikan konsumen”, “perhatikan sistem distribusi”, “miliki sistem kompensasi yang merangsang keaktifan dan mendorong kesuksesan distributor”, dan “pertahankan prestasi yang baik tahun demi tahun”.

Bagaimana dengan perusahaan baru? Tak perlu berkecil hati. Setidaknya perusahaan-perusahaan baru bisa memiliki visi yang sama dengan kriteria tersebut, dan kemudian berkomitmen untuk membangun diri sebagai perusahaan *network marketing* yang tangguh.

## Nasihat 3:

### Bisa Dipercaya

“Saya akan mencari organisasi yang mempunyai peluang bisnis yang bisa berhasil (jika) dijalankan, bisa dipercayai, dan bisa dibagi dengan penuh kepercayaan dengan orang lain,” ungkap Kiyosaki.

Maksud tersembunyinya kira-kira saja begini; “jangan menawarkan peluang bisnis yang hanya bagus di atas kertas, sebaliknya buatlah itu *workable* dan memberikan keuntungan bagi distributor”, “jangan sekali-sekali menawarkan peluang palsu alias skema piramid dan sejenisnya”, serta “buatlah peluang bisnis yang menarik dan memungkinkan sebanyak mungkin orang sukses jika menjalankannya”.

Kiyosaki hendak mengingatkan bahwa perusahaan *network marketing* yang *survive* pada akhirnya adalah perusahaan yang bisa mewujudkan impian para anggotanya.

Jadi, tidak ada tempat bagi program-program yang menipu. Ia mengingatkan bahayanya skema-skema penipuan yang berkeliaran di mana-mana, baik di Amerika-Eropa maupun di Asia-Afrika, termasuk Indonesia sekalipun. Di negara-negara maju saja masih banyak kalangan

menengah ke atas yang tertipu oleh rancangan-rancangan bisnis palsu berkedok MLM.

Jadi, jika ingin benar-benar eksis di bisnis *network marketing*, jangan menipu konsumen maupun anggota sendiri. Bermain dengan mendasarkan diri pada aturan hukum yang berlaku adalah pilihan terbaik.

## Nasehat 4:

### Pemimpin

“Saya akan mencari organisasi yang mempunyai program bimbingan yang kuat. Saya ingin belajar dari pemimpin, bukan penasihat. Belajar dari orang-orang yang sudah menjadi pemimpin di sisi kanan *Quadrant* dan yang ingin saya berhasil,” kata Kiyosaki.

Masih berkaitan dengan program pendidikan dan pelatihan, Kiyosaki menekankan pentingnya perusahaan memfasilitasi dan membimbing para distributornya supaya mereka muncul sebagai leader-leader sukses. Menurut Kiyosaki, bekerja dengan berbagai jenis orang yang berbeda-beda merupakan hal yang paling sulit dalam sebuah bisnis. Tak terkecuali di bisnis *network marketing*, di mana berkumpul segala macam orang dengan berbagai macam latar belakang suku dan budaya. Maka, kemampuan *leadership* adalah vital.

“Orang-orang yang pernah saya temui yang berhasil dalam bisnis apapun, adalah mereka yang dilahirkan dengan bakat memimpin,” tambahnya.

Ini mengandung tuntutan bahwa perusahaan harus mendidik distributornya menjadi pemimpin bisnis. Pada akhirnya, pemimpin-pemimpin yang sukses ini akan menjadi panutan dan menduplikasikan kesuksesannya kepada setiap anggota lainnya.

Dalam konsep pembelajaran versi Kiyosaki, peran pembimbing memang sangat sentral. Terutama dalam fungsinya membantu proses pematangan seseorang di sisi kanan *Quadrant*, baik sebagai *business owner* maupun sebagai investor.

Dan tentu saja, pembimbing di sini bukan berarti para distributor yang telah menjadi leader semata. Pembimbing di sini termasuk juga tim manajemen perusahaan, yang seharusnya bisa menjadi contoh yang baik, yang disukai, serta dihormati oleh anggota-anggotanya. (EZ)

# 10 Kunci Emas Distributor Sukses

**Kebiasaan negatif mendatangkan kegagalan,  
kebiasaan positif mendatangkan kesuksesan.**

Memang begitulah dalilnya. Hal ini juga berlaku bagi pelaku direct selling maupun MLM. Hampir setiap leader DS/MLM yang sukses selalu mengawali karirnya dari bawah. Hari demi hari, mereka terus belajar dan selalu memupuk kebiasaan-kebiasaan terbaik untuk menopang suksesnya di kemudian hari. Hanya dengan memupuk kegiatan-kegiatan yang positif itu, mental dan perilaku distributor bisa semakin mengukuhkan leadership dalam organisasi bisnisnya.

Tulisan di bawah merupakan adaptasi bebas dari artikel berjudul "The Top 10 Activities of Top Networker" yang ditulis Russ Paley untuk majalah Upline ([www.upline.com](http://www.upline.com)). Artikel ini menjadi salah satu artikel klasik yang mendatangkan inspirasi banyak pelaku bisnis DS/MLM. Russ Paley adalah praktisi MLM yang sukses dan pengarang buku "Network Your Way to Millions".

Nah, apa saja rutinitas yang membawa kesuksesan para distributor puncak? Inilah ringkasan kunci emasnya:

- 1. Rutin Merekrut.** Setiap bulan, selalu rekrutlah member baru. Hampir semua distributor sukses mengakui, kunci sukses mereka meraih level penghasilan yang tinggi adalah karena kebiasaan mensponsori member baru. Anda bisa mengkalkulasi berapa income yang Anda inginkan dan mencapainya sesuai jumlah member yang direkrut. Sekalipun sudah mencapai income tinggi, jangan hilangkan kebiasaan mensponsori orang baru ini.
- 2. Membina Leader.** Rutin merekrut pelanggan penting, namun penting lagi untuk menemukan member berbakat memimpin, yang nantinya bisa Anda andalkan untuk membangun dan mengembangkan organisasi bisnis bersama-sama. Faktanya, banyak distributor baru yang puas hanya sebagai pelanggan dan tidak berniat mengembangkan bisnis. Jadi, temukan calon-calon organisator bisnis yang tangguh, dan binalah mereka.
- 3. Persistensi dan Konsistensi.** Untuk sampai ke puncak, Anda harus tekun dan gigih menghadapi berbagai kendala yang sudah pasti akan menghadang langkah Anda. Beda antara distributor sukses dengan distributor biasa adalah pada sikap mereka dalam menghadapi hambatan. Distributor biasa mudah menyerah dan tidak konsisten, distributor sukses tahan banting dan selalu menemukan jalan keluar.
- 4. Serius Berbisnis.** Mereka yang sukses di DS/MLM umumnya tidak menganggap profesi sebagai distributor hanyalah sambilan. Mereka benar-benar serius berbisnis dan melengkapi dirinya dengan berbagai peralatan yang dibutuhkan (telepon, mesin faksimil, mesin penjawab, komputer, kartu nama bisnis, dll). Mereka tidak menunggu sampai perusahaan atau upline turun tangan dan terus-menerus mengharapkan bantuannya. Mereka benar-benar membangun sebuah bisnis secara mandiri layaknya memiliki perusahaan pribadi atau menjadi seorang franchisee (terwaralaba).
- 5. Mitra Tepat.** Ini tantangan klasik, di mana Anda harus bisa bekerja sama

---

---

dengan orang yang tepat. Jika Anda menyponsori delapan orang, dengan siapa Anda akan bekerja sama?

Bekerjasamalah dengan downline yang mau memakai produk, mau menguasai dan menggunakan marketing tools (kaset, video, vcd, buku, dll), mau hadir dalam pertemuan rutin distributor, mau membuat daftar prospek, dan mau menuliskan tujuan, menentukan jumlah jam aktif, dan benar-benar mau menjalankan bisnisnya. Selalu saja ada distributor yang semula nampak bersemangat, namun sebenarnya tidak mempunyai komitmen untuk bertekun di bisnis ini. Yang bertipe seperti ini biasanya hanya berhenti sebagai pelanggan saja, atau mempertahankan membership untuk memperoleh diskon produk semata. Jadi, jika orientasi utama Anda adalah membangun organisasi bisnis yang solid, jangan habiskan waktu dengan mereka yang tidak cukup serius di bisnis ini.

6. **Pengetahuan Produk.** Hal paling mendasar adalah, kuasailah dengan baik pengetahuan produk dan sistem bisnis yang Anda tawarkan. Jika Anda berpengalaman menggunakan produk dan mengetahui secara persis manfaat-manfaatnya, maka akan lebih mudah pula memasarkannya. Menguasai sistem bisnis dan bisa menawarkannya dengan penjelasan yang sederhana, juga sangat membantu pemasaran Anda. Ingat, orang sering mundur begitu menganggap bisnis yang Anda tawarkan terlalu rumit.
7. **Beri Penghargaan.** Banyak orang dalam sepanjang hidupnya kurang mendapatkan penghargaan yang semestinya. Di celah inilah Anda dapat mengambil manfaat terbesar dari hukum-hukum psikologi. Sekecil apapun penghargaan Anda terhadap prestasi mereka, hal itu akan sangat mengesankan dan memotivasi mereka. Penghargaan yang tulus terhadap suatu prestasi cenderung membuat yang bersangkutan berkeinginan mengulangi prestasinya. Jadi, kalau downline Anda berhasil merekrut, telepon dan beri ucapan selamat. Jika mereka berhasil naik

levelnya, ucapkan selamat dengan mengajaknya makan malam. Jika seorang member berhasil memecahkan rekor merekrut, beri ucapan selamat dengan mengunjungnya secara langsung.

8. **Duplikasi.** Inilah hukum besi bisnis network marketing, sebuah syarat mutlak kesuksesan organisasi bisnis Anda. Semakin bagus Anda dalam menduplikasi, makin besar pula organisasi bisnis Anda. Semua distributor sukses ahli dalam menduplikasi kebiasaan-kebiasaan produktif dan positif mereka kepada jaringannya. Anda bisa memulai prinsip duplikasi ini dari ketrampilan mengundang prospek dan presentasi yang menarik di hadapan mereka. Tanpa duplikasi, efek multiply (menggandakan) di bisnis network marketing tidak akan pernah jalan.
9. **Solid.** Sukses perlu dirayakan, namun jangan sampai membuat Anda lengah. Setiap kali Anda berhasil meningkatkan jenjang kedistributoran Anda, jangan berhenti. Terus bekerja keras untuk mengkonsolidasikan dan memperkuat organisasi bisnis Anda tersebut. Sudah umum jika di bisnis ini, dua langkah maju ke depan kadang diikuti satu langkah mundur. Anda berhasil merekrut orang baru, ada kemungkinan dia mundur atau anggota lama lainnya mundur. Jadi, miliki target pribadi untuk lebih berprestasi. Jika untuk naik jenjang dibutuhkan sepuluh member baru, tetapkan target pribadi antara 15-20 orang. Dengan cara ini, Anda akan terbiasa dan selalu berada di puncak prestasi, dan sama sekali tak pernah ada di bawah standar kualifikasi.
10. **Keyakinan.** Miliki keyakinan sepenuhnya dengan perusahaan yang Anda pilih untuk mewujudkan mimpi-mimpi finansial dan pencapaian hidup Anda. Ingat, keyakinan sepenuhnya, bukan keterpaksaan atau kepura-puraan. Distributor puncak selalu memiliki keyakinan semacam ini. Tanpa keyakinan sepenuhnya, Anda akan selalu gagal untuk meyakinkan orang lain, bahwa program bisnis yang Anda tawarkan adalah program bisnis yang terbaik bagi mereka. Nah, Anda sudah tahu rahasianya. Sukses untuk Anda! (EZ)

# PT. SUPREME INDO PERTIWI DENGAN JASON WINTERS TEA

**Pengantar:** Mulai edisi XIV/November 2002, INFO APLI menampilkan profil anggota asosiasi, dimulai dari anggota yang bergabung paling belakangan. Mengingat sampai deadline data dan informasi anggota terbaru belum diterima, maka profil diisi perusahaan kedua dari nomor urut paling bawah. Diharapkan dari pemuatan profil tersebut semua perusahaan anggota asosiasi bisa saling mengenal dengan lebih baik. Artikel profil ini diolah sepenuhnya berdasarkan data dan keterangan yang diberikan oleh pihak perusahaan. Segala informasi yang menyangkut promosi dan klaim produk menjadi tanggungjawab perusahaan bersangkutan.

**PT. Supreme Indo Pertiwi** tercatat resmi bergabung di APLI bulan Juli 2002, sebagai anggota dengan nomor urut 52 dan nomor keanggotaan 0066/07/02. Usia perusahaan ini masih benar-benar belia. Supreme berdiri di Jakarta, 18 April 2002, dengan maksud utama memberikan bantuan dan informasi kepada masyarakat luas mengenai cara memperoleh kesehatan yang benar. Perusahaan belia ini punya semboyan, "Together for the Happier, Healthier and Harmony than Ever.." yang artinya besama-sama mewujudkan kebahagiaan, kesehatan, dan keharmonisan yang lebih baik dari sebelumnya.

Menurut Handy Jovinata, Managing Director PT. Supreme Indo Pertiwi, produk andalan yang dipasarkan adalah produk herbal dari Jason Winters USA. "Produk kami terdiri dari tujuh macam, dengan produk unggulan Jason Winters Tea, yang berguna untuk mencegah dan membantu melawan penyakit kanker," jelas Handy, kelahiran Palembang, 29 September 1974. Ketujuh produk itu didukung dengan model pemasaran Multi Level Marketing dengan sistem Akumulatif Point. Peringkat ditentukan dari jumlah *point* yang dikumpulkan atas penjualan produk pada jaringan masing-masing Distributor.

Ketujuh produk tersebut adalah Jason Winters Tea (memurnikan darah, mencegah, dan membantu melawan kanker), Tribalene (herbal dalam bentuk tablet), T.U.C (kapsul untuk peredaran darah, pencernaan, dan pernapasan), XIAN (herbal dari Tibet untuk memperpanjang usia dan meningkatkan daya ingat), Golden Lion (untuk kesuburan reproduksi pria) Liquid Chollophill (makanan kesehatan), dan Intestinal Cleanser (pembersih pencernaan).

### Sir Jason Winters

Lebih jauh lagi Handy menjelaskan, Jason Winters Tea misalnya diciptakan langsung oleh Sir Jason Winters, yang kini masih segar bugar walaupun sudah berusia 73 tahun. Dialah sang penemu dan pencipta produk ini. Menurut Handy, produk-produk itu telah

memperoleh sertifikat Clean Beal of Health serta berbagai penghargaan.

"Produk-produk tersebut telah direkomendasikan kepada kalangan medis oleh Federation of Integrated Medical Treatment. Semua produk 100% dibuat dari herbal, dan merupakan *vegetarian formula* yang telah dipasarkan di 62 Negara," tambah Handy, yang mengaku sebagai pengonsumsi menu-menu vegetarian.

Untuk mendukung pemasarannya, kini Supreme sudah memiliki sepuluh stockis yang tersebar di Medan, Palembang, Jakarta, Bekasi, Bandung, Surabaya, dan Denpasar. Supreme memasang target perkembangan yang progresif untuk tahun-tahun mendatang. Tahun 2003 nanti mereka menargetkan memperluas penetrasi pasarnya dengan mendirikan lebih banyak stockis-stockis baru di berbagai kota besar di Indonesia. "Target penjualan kami adalah Rp1 milyar per bulan," ungkap Handy optimis.

### Mendukung UU Anti Piramid

PT. Supreme Indo Pertiwi berkantor di Jl. Bandengan Selatan No.18-A, Jakarta Barat 11240. Visi dan misinya adalah untuk melayani masyarakat luas yang menderita penyakit-penyakit berat, dengan mendirikan rumah Integrated Medical Treatment. Sebagai anggota baru APLI, Supreme merasa telah masuk dalam suatu wadah yang benar untuk berkembang bersama-sama. Menurut Handy, bergabung dengan APLI memungkinkan perusahaannya bisa saling bertukar informasi dan memperoleh informasi dari sesama pengusaha MLM di Indonesia.

Sehubungan masih maraknya skema piramid dan *money game*, Handy berpendapat bahwa praktek-praktek semacam itu jelas sangat-sangat merugikan masyarakat. "Praktek-praktek skema piramid atau *money game* ditujukan terutama hanya untuk mengeruk keuntungan saja. Kami sangat menentangnya," tegas Handy. Sebab itu, Handy menyatakan dirinya maupun perusahaannya sangat mendukung upaya APLI dalam menyusun RUU Anti Piramid. "Kami mendukung dan mendoakan semoga cepat selesai," katanya.\*

## Presdir Probest Dilaporkan ke Polisi oleh Membronya

Sejumlah investor dan anggota PT Probest International melaporkan Presiden Direktur Probest Burhan Sofyan ke Polda Metro Jaya, Rabu (30/10). Soelidarmi, salah seorang wakil dari anggota Probest melaporkan Burhan Sofyan dengan sangkaan melakukan penipuan sebagai mata pencarian, penggelapan, dan melanggar UU Perbankan.

Dalam laporannya kepada polisi, Soelidarmi menyatakan Probest menjanjikan keuntungan tiga kali lipat dari modal yang disetorkan ke rekening Probest atau dari barang yang mereka beli. Probest menjanjikan akan memberikan keuntungan dalam 14 bulan kemudian.

Setiap member menyetero uang 1.039 dollar AS ke rekening Probest. Setelah itu mereka diharuskan mentransfer sejumlah uang lagi atau membeli barang yang ditawarkan pada waktu yang ditentukan sendiri oleh Probest. Jika tidak memenuhi keharusan itu, modal yang sudah masuk ke Probest tidak dapat dipertanggungjawabkan lagi.

Soelidarmi dan rekan-rekannya mengaku, mereka seharusnya telah mendapatkan keuntungan yang dijanjikan Probest pada bulan Oktober. Tapi keterangan petugas pemasaran menyebutkan, bahwa pembayaran keuntungan atau loyalti diundur hingga bulan ke-21, bukan bulan ke-14 Oktober 2002 ini.

Pihak Probest melalui juru bicaranya, Meirizal Zulkarnain membantah bahwa perusahaannya melakukan penipuan. Menurutnya, pihak Soelidarmi dan rekan-rekannya hanya salah paham atau tidak mengerti dengan bisnis Probest. Masih menurut Meirizal, seharusnya mereka memahami aturan dan etika bermitra dengan Probest.

Keesokan harinya muncul berita, Forum Komunikasi Mitra Bisnis (FKMB) Probest International yang diketuai Ermas Andico Syamda, meminta pihak kepolisian tidak menindaklanjuti laporan pengaduan atas Presiden Direktur Probest oleh pihak Soelidarmi. Menurut sang ketua forum, pengaduan tersebut tidak memiliki alasan kuat.

Meski muncul aksi balik dari pendukung Probest, diberitakan bahwa pihak kepolisian akan menindaklanjuti laporan Soelidarmi dan rekan-rekannya. Menurut Kasatserse Ekonomi Polda Metro Jaya, Ajun Komisaris Hairul Anwar, pihaknya kini sedang memproses penyidikan atas laporan Soelidarmi.

Bisnis Probest memang memancing banyak kecurigaan dan polemik di media massa, terutama sejak runtuhnya bisnis serupa, yaitu PT Promail Indonesia tahun lalu. Promail runtuh dan memakan korban ribuan anggotanya, dengan kerugian ratusan milyar rupiah.\*  
**Sumber: Kompas (31/10 dan 1/11).**

### **INFO REDAKSI**

## INFO APLI Tampil Baru

INFO APLI hadir di hadapan Anda dengan wajah baru. Bukan saja wajah, bahkan seluruh rubrikasi dan corak isi pun relatif baru. INFO APLI seperti baru lahir kembali, sekalipun sekarang menginjak edisi ke-14.

Penampilan serba baru ini bukan muncul begitu saja. Redaksi INFO APLI mencoba menghadirkan format sebagaimana masukan yang selama ini diterima. Buletin ini masih tampil hitam putih, tanpa ilustrasi atau foto. Namun satu hal yang coba ditonjolkan adalah isi dari buletin ini sendiri. Yang mana diharapkan bisa semaksimal mungkin mengedepankan visi dan misi APLI.

Harapan kami 'penjaga dapur' INFO APLI, semoga edisi kali ini bisa memenuhi kebutuhan dan harapan para pelaku anggota APLI. Tidak saja diharapkan bermanfaat bagi perusahaan, namun buletin ini

diharapkan juga bisa bermanfaat bagi para member perusahaan-perusahaan anggota APLI.

Ke depan, diharapkan buletin ini menjadi wadah dan katalisator bagi para pelaku industri DS/MLM yang ingin berbagi visi, strategi, dan pengalamannya kepada semua pihak yang berkepentingan. Siapa lagi yang paling tahu dan berhak bicara tentang industri DS/MLM jika bukan para pelakunya sendiri?

Salah satu masukan berharga dari pemerintah, media massa, maupun kalangan LSM, adalah agar APLI lebih aktif memperkenalkan diri dan mengkomunikasikan data-data atau informasi yang bermanfaat bagi masyarakat. Sebab itulah, buletin ini juga diformat sebagai media komunikasi atau sebagai Public Relations APLI.

Akhir kata, selamat menikmati sajian kami.\*

# “The Sleeping Giant” Dalam Diri Manusia

Alkisah, di awal mula kehidupan, para dewa di nirwana bermusyawarah untuk menyembunyikan sumber kekuatan maha dasyat. Konon, kekuatan ini adalah sumber segala penemuan, teknologi, pendorong kemajuan yang luar biasa, bahkan bisa mengubah takdir. Di sisi lain, kekuatan ini ditakuti karena bisa menjadi penghancur kehidupan semesta, jika digunakan tanpa moral.

Demi kebaikan semesta alam, maka kekuatan dasyat ini harus dijauhkan dari manusia yang tak bertanggungjawab. Seorang dewa yang nampak intelek usul, “Kita tempatkan saja di angkasa luar...., tempat yang tak mungkin dijangkau manusia.”

Usul itu segera dibantah dewa-dewa yang lain, “Jangan, manusia akalnya panjang. Ia bisa menciptakan teleskop raksasa, lalu membuat roket angkasa, dan pergi ke sana untuk mengambilnya....”

Seorang dewa yang gagah berusul, “Di sembunyikan saja di dalam kawah gunung berapi...manusia tak bakalan berani!” Usul ini juga dibantah, dengan alasan manusia bisa menciptakan bor raksasa untuk mengambilnya.

“Kenapa tidak di dasar samudera?” usul dewa yang gemar berenang di pantai. Sayang, ide cerdas ini pun ditolak. “Percuma! Manusia punya otak. Mereka bisa menjangkaunya dengan kapal selam...” Suasana permusyawaratan jadi hening. Mendadak si dewa mabuk yang kelihatan idiot berteriak....

“Eureka! Kenapa tidak kita sembunyikan di pantat manusia saja? Maksud saya, dekat-dekat situlah...” Kontan, semua yang hadir terperanjat dan suasana jadi ribut sekali. “Wahai dewa bodoh... di angkasa luar saja diburu. Kenapa justru diletakkan di pantat mereka?” cetus si dewa gagah agak emosi. Namun dewa kepala musyawarah justru tertarik dengan ide tadi, “Coba berikan alasannya!”

Si dewa mabuk terperanjat, tidak mengira celetukannya ditanggapi. Ia termenung sejenak, mencari si eureka tadi.... Mendadak ia tersenyum, dan berkata dalam hati, ‘Ah,

namanya juga ide, ngawur pun apa salah?!’ Dan, mulailah si dewa mabuk berpidato....

“Wahai saudara-saudaraku, benar manusia panjang akal. Tapi ingat, nafsu mereka gedhe, suka pongah, egois, dan malas untuk belajar mengenal dirinya sendiri. Karena itulah, mereka pasti tidak tahu jika kekuatan ini tersembunyi dalam diri mereka. Maka, hanya mereka yang menyadari hal itu, dan yang mau berusaha keras membangkitkannya, adalah orang yang berhak memilikinya.”

Para dewa manggut-manggut, mengakui ‘kecerdasan’ dewa bodoh. Konon, pidato itu disetujui oleh sidang dan sejak saat itu para dewa bisa tidur nyenyak. Mereka merasa telah berhasil melindungi kekuatan maha dasyat dari tangan-tangan manusia yang tak bertanggungjawab.

Namun, tak lama kemudian jagad para dewa gempar. “Gawat, manusia tahu rahasia itu. Sekarang mereka bisa membuat pesawat ruang angkasa, kapal selam canggih, bom nuklir, komputer, internet. Makin banyak manusia bisa memiliki kekuatan dasyat itu. Kita terancam!” teriak dewa intelek.

“Ya ampun... kalau begitu mereka bisa meraih apa saja, bahkan menginjak istana para dewa!” desis dewa gagah, sangat khawatir. “Tenang, paling hanya segelintir manusia yang mempunyai kekuatan itu. Sebagian besar toh cuek, malas, dan gampang putus asa,” hibur dewa yang gemar berenang di pantai.

Mendadak muncul dewa bodoh, “Jangan anggap enteng! Sekarang di mana-mana ada sepasang makhluk, yang secara sistematis sedang berusaha membangkitkan raksasa tidur dalam diri setiap manusia, supaya setiap manusia bisa meraih semua impiannya....”

Para dewa itu terbelalak, tertegun, ternganga, dan tak percaya. Namun, mereka penasaran dan akhirnya bertanya, “Sobat, makhluk apakah itu..?!” Sambil tersenyum, dewa mabuk berbisik, “Sepasang makhluk itu bernama Direct Selling dan Multi-Level Marketing, tau!” (EZ)

## **Avon Awali Program Kiss Goodbye to Breast Cancer**

Mulai Oktober 2002, Avon melaksanakan program Kiss Goodbye to Breast Cancer (KGBC) dengan tema "Kebersamaan yang Memberikan Harapan". Program ini dimulai dengan kegiatan "Day of Commitment" oleh seluruh keluarga besar Avon, 17 September 2002 lalu di Kantor Pusat Avon serta di 80 outlet Avon di seluruh Indonesia. Selama Oktober-Desember 2002, Avon mencanangkan target penjualan 500 ribu lipstik kemasan khusus KGBC. Dari setiap lipstik yang terjual, Rp500 di antaranya akan disumbangkan kepada Yayasan Kanker Indonesia. Diharapkan dari situ bisa terkumpul dana Rp275 juta untuk yayasan kanker. Selain program itu, Avon mencetak dan mendesain ulang 500 ribu brosur SADARI dan PAP Smear. Brosur penyuluhan bagi wanita Indonesia itu disebar melalui 80 outlet Avon, dan pembagiannya berkerja sama dengan Yayasan Kanker Indonesia maupun Koalisi untuk Indonesia Sehat. Dalam rangkaian kegiatan tersebut, Avon juga memperkenalkan strategi "Reach to Recovery", yaitu program pelayanan dan pendampingan bagi pasien kanker payudara. Program pendampingan itu dilaksanakan oleh sekelompok sukarelawan, yang sebagian besar pernah menderita penyakit kanker payudara. Program KGBC adalah program global Avon sebagai wujud kepedulian perusahaan tersebut terhadap masalah kesehatan wanita umumnya.\*

## **CNI Adakan Bazar dan Open House**

Menyambut ulang tahunnya yang ke-16, CNI mengadakan acara Open House dan Bazaar mulai 28 September - 4 Oktober 2002. Berbagai acara menarik menyemarakkan suasana, di antaranya seminar tentang seks bersama Dr. Naek L. Tobing, lomba dan demo masak bersama Rudy Chaerudin. Acara juga diisi dengan pelatihan-pelatihan dengan menghadirkan para mitra usaha sukses, sekaligus Maha Bintang CNI. Puncak rangkaian acara Open House dan Bazaar 2002 adalah seremoni peringatan ultah ke-16 CNI dan penarikan undian Gencar Promo Ribuan hadiah

Pada saat yang sama, CNI mengadakan kegiatan sosial dengan menggelar penyuluhan, bimbingan, dan pengobatan gigi gratis bagi penghuni panti sosial Bina Remaja Islam Yatim Piatu Darul Aitam (YAPYDA) Jakarta. Berikutnya, CNI juga memberikan bantuan berupa produk kepada korban narkoba melalui Yayasan Insan Pengasih Indonesia (YIPI). Kegiatan-kegiatan sosial tersebut merupakan perwujudan Karakter Peduli Semut CNI, yang menjadi budaya kerja Keluarga Besar CNI.\*

## **CNI Luncurkan Program CNI PRO**

Setelah memberi fasilitas asuransi kecelakaan untuk mitra usaha awal tahun 2002, PT Centranusa Insancemerlang (CNI) meluncurkan program asuransi yang dinamakan CNI PRO. Dalam siaran pers tanggal 1 Oktober lalu, dijelaskan bahwa program CNI Pro dapat diikuti setiap mitra usaha CNI yang berumur 18-59 tahun. Program ini terbagi dalam dua jenis, yaitu *Personal Accident (PA) & Hospital Cash Plan Plus (HCP Plus)*. Ini merupakan program asuransi diri pribadi yang disiapkan CNI bagi mitra usaha dan keluarganya, agar terhindar dari resiko keuangan bila terjadi kecelakaan atau mengalami sakit. Program asuransi CNI PRO adalah hasil kerja sama CNI dengan PT Asuransi Chubb Indonesia, sebuah perusahaan asuransi yang berafiliasi dengan *CHUBB Group of Insurance Companies*, dari New Jersey, AS.\*

## **Amway Luncurkan Nutrifarm SD dan Nutrifarm AG**

Dalam siaran persnya tertanggal 3 Oktober 2002, Amway meluncurkan dua produk bioteknologi, yaitu Nutrifarm SD dan Nutrifarm AG. Nutrifarm SD adalah sejenis pupuk pelengkap berbentuk bubuk, yang berfungsi sebagai suplemen nutrisi mikro untuk benih. Ini merupakan satu-satunya produk *seed treatment* yang berbahan aktif non pestisida. Sedangkan Nutrifarm AG adalah pupuk pelengkap cair, yang tepat jika digunakan saat tanaman akan memasuki masa pembuangan, pembentukan buah, dan pembentukan biji. Kedua produk tersebut diproses melalui sistem fermentasi *Biological Complexation Process* dan telah diuji efektifitasnya oleh lembaga resmi pemerintah,

*Bersambung ke hal 16.....*

yaitu Balai Penelitian Tanaman Sayuran di Litbang Departemen Pertanian RI.

“Dari hasil penelitian pada bawang merah, terdapat kenaikan produksi sebesar 26% dengan pemakaian Nutrifarm SD dan Nutrifarm AG, dibandingkan dengan tanpa menggunakan Nutrifarm,” jelas Ir Agus Kardinan, Peneliti Senior Departemen Pertanian. Kedua produk tersebut merupakan hasil uji penelitian dan pengembangan selama 25 tahun di Amerika Serikat, Philipina, Thailand, dan India.\*

## **Tupperware Gelar “Jakarta Manager Conference 2002” di Shangri-La**

Tanggal 22-23 Oktober lalu di Shangri-La Hotel, Jakarta, Tupperware Indonesia menggelar Manager Conference 2002. Perhelatan akbar setahun sekali tersebut diikuti tak kurang dari 600 Sales Force Tupperware yang berperingkat Manajer, serta sejumlah Distributor berprestasi lainnya dari seluruh Indonesia. Acara hari pertama diisi dengan sejumlah hiburan menarik, penghargaan terhadap Manajer berprestasi, peluncuran katalog dan produk-produk baru, serta penyerahan secara simbolik sumbangan dana kepada Yayasan Thallassaemia Indonesia. Sebelumnya, acara dibuka dengan pidato Chief Operating Officer (COO) Tupperware Indonesia, Nur Kuntjoro, dan dilanjutkan dengan sambutan tamu kehormatan dari Tupperware Corporation, Cristian Skroder (Senior VP Worldwide Market Development).

Hari kedua, peserta Manager Conference dijamu dalam acara Gala Dinner yang penuh dengan hiburan menarik. Bila malam sebelumnya kelompok Timbul-Marwoto-Thukul mengocok perut peserta, hari kedua mereka digoyang oleh penyanyi dangdut kenamaan Lilis Karlina dan grup band Wong Pitu. Puncak acara malam itu adalah penobatan Queen of Conference yang dimenangkan oleh Silvi, seorang Manajer dari PT Kartika Swarna Dwipa, Medan. Sementara tanggal 24 Oktober, Tupperware memberangkatkan sekitar 230 Sales Force dengan kualifikasi penjualan tertentu, untuk selama lima hari mengikuti kelanjutan

acara Manager Conference 2002 di Shanghai, RRC.\*

## **Avon Luncurkan Cyberlink**

Jangan salah dengan yang satu ini. Cyberlink di sini bukanlah istilah internet, tapi merupakan produk wewangian *unisex* terbaru dari Avon. Mulai November ini, Avon meluncurkan Cyberlink Eau de Toilette Spray (50 ml) dan Cyberlink Fragrance Petite ke pasaran dengan harga perkenalan. Dalam siaran pers yang diterima *INFO APLI* Semboyan produk baru ini adalah “*Hope, Spirit, Attitude. Finally the whole world comes together*”, atau “Dunia tanpa batas, Dalam satu genggam, Satu wewangian”. Wewangian *unisex* ini bisa dipakai oleh wanita maupun pria modern yang enerjik dan penuh semangat. Kesegaran yang disuguhkan Cyberlink merupakan perpaduan kesegaran *citrus, jasmine, lavender, green tea*, serta kehangatan *sage* dan *musk*. Produk-produk tersebut bisa diperoleh melalui Avon Dealer yang tersebar di 80 outlet Avon di seluruh Indonesia.\*

## **APLI dan Depperindag Adakan Lokakarya Perlindungan Konsumen**

APLI bekerjasama dengan Direktorat Perlindungan Konsumen Depperindag mengadakan lokakarya bertema “Pelatihan Pengembangan SDM Bagi Pengelola Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat”, berlangsung tanggal 30-31 Oktober 2002 di Hotel Ibis, Kemayoran, Jakarta. Lokakarya diikuti oleh sekitar 75 peserta, terdiri dari sejumlah LPKSM dari berbagai daerah dan juga media massa dari Jakarta. APLI menampilkan sejumlah pembicara, yaitu Agung Karso Sardjono (Presdir Avon), Irsan Januar (Tupperware Indonesia), Agung Handaya (Distributor CNI), Widarto Wirawan (Berjaya Cosway), dan Helmy Attamimi (Ketua APLI) selaku moderator. Masing-masing pembicara ini menjelaskan tentang apa itu Direct Selling (Single Level), Party Selling, MLM, skema piramid dan *money game*.

Di luar dugaan, peserta LSM perlindungan konsumen ini sangat antusias. Bahkan nampak harapan mereka besar sekali agar APLI lebih berperan dalam mengedukasi masyarakat tentang bahaya skema piramid dan *money game*.\*