

INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXXII/April-Juni 2006

SAJIAN EDISI INI

FOKUS

Peraturan Menteri No.13/2006 tentang SIUPL dan Masalahnya

WAWANCARA

Helmy Attamimi:
SIUPL Lebih Melindungi Konsumen

KOLOM ANDREW HO

Mengatasi Kejenuhan dan
Menikmati Pekerjaan

SEKILAS DUNIA

Investor Piramid v.s Petugas Pajak

BASIC DIRECT SELLING

Penyakit *Black Market*

DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Prinsip Pencegah *Black Market*

KASUS PIRAMID

Pomas: *Money Game* Pilihan Akademisi dan Oknum Aparat

SELF DEVELOPMENT

Adi W. Gunawan: Bahaya Berpikir "Positif"



Penanggung Jawab: Ketua Umum APLI. **Penasihat:** Jajaran Pengurus APLI. **Editor:** Edy Zaqus. **Sekretaris Redaksi:** Neni. **Staf:** Soeprapto. **Alamat Redaksi:** Jl. Alam Segar VII/ 21 Pondok Indah, Jakarta Selatan. Telp. (021) 7513704. Fax. (021) 75914049. **Website:** www.apli.or.id. **INFO APLI** diterbitkan tiga bulan sekali 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. *All Rights Reserved*. Dilarang memperbanyak tanpa seizin penerbit.

EDITORIAL

Peraturan dan Pengawasan di Industri DS/MLM

Dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan No.I3/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Maret memang menumbuhkan harapan bagi industri DS/MLM. Harapan supaya industri ini dihindarkan dari ajang coba-coba oleh segelintir pemain baru juga terkabul. Ini mulia sifatnya, karena punya implikasi menghindarkan kerugian yang lebih besar di kalangan konsumen. Ini memang bisa terjadi bila sebuah perusahaan baru yang modalnya pas-pasan akhirnya bubar begitu saja. Padahal, sudah banyak konsumen (mitra usaha) ikut bergabung atau bahkan menanamkan modalnya sendiri demi mengembangkan bisnisnya. Walau tujuannya mulia, tetapi harus pula diantisipasi kemungkinan munculnya kritik yang menyatakan aturan ini sengaja membatasi masuknya pemain baru. Bagaimana itu bisa dijelaskan, itu sudah merupakan salah satu tugas pemerintah maupun APLI yang turut serta memberikan masukan-masukan atas dikeluarkannya aturan terbaru tersebut. Hal lain yang perlu diperhatikan adalah adanya ketentuan SIUPL yang

- Dengan kode etik
- yang dijalankan
- secara benar dan
- konsisten, maka
- soal pengawasan
- ini sebenarnya
- bisa selesai di
- tataran pelaku
- industri DS/MLM
- sendiri.

hanya berlaku satu tahun dan baru bisa diperpanjang selama lima tahun berikutnya. Esensi aturan ini adalah pengawasan yang lebih ketat terhadap praktik-praktik atau penyimpangan operasional perusahaan DS/MLM, terutama sekali dalam tahun-tahun pertama masa beroperasi. Namun, aturan ini juga menyediakan lubang, terlebih bila pengawasan tidak berjalan dengan semestinya. Bukankah bisa saja terjadi, sebuah perusahaan berlaku 'manis' pada tahun pertama, namun mulai melakukan penyimpangan-penyimpangan operasional pada periode berlakunya izin selama lima tahun berikutnya? Jelas ini akan lebih sulit diawasi. Oleh sebab itu, di sinilah sesungguhnya peran vital asosiasi sebagai organisasi yang tidak saja memperjuangkan kepentingan anggotanya, tetapi juga memiliki kode etik yang berfungsi sebagai 'penjaga' perilaku perusahaan anggota maupun mitra usahanya. Dengan kode etik yang dijalankan secara benar dan konsisten, maka soal pengawasan ini sebenarnya bisa selesai di tataran pelaku industri DS/MLM sendiri. Bukankah ini merupakan jenis pengawasan yang paling kondusif?*

Permen No.13/2006 tentang SIUPL dan Masalahnya

Peraturan baru ini tampak lebih maju dan pro kepada konsumen. Walau begitu, ada sejumlah hal kecil yang bisa menimbulkan salah tafsir dan persoalan ke depan.

Akhirnya, setelah menunggu-nunggu selama enam tahun, satu-satunya peraturan pemerintah mengenai industri DS/MLM di Indonesia pun diperbarui. Akhir maret lalu, Menteri Perdagangan RI mengeluarkan Peraturan Menteri No.13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) sebagai pengganti SK No.73/MPP/Kep/3/2000 tentang ketentuan kegiatan usaha penjualan berjenjang atau IUPB. Banyak pasal diperbarui, termasuk sejumlah pasal substantif, sehingga aturan baru ini semakin aspiratif bagi industri DS/MLM Indonesia. Walau begitu, ada beberapa aspirasi yang masih belum terakomodasi dan menyisakan tanda tanya.

Salah satu kemajuan dalam Peraturan Menteri No.13/M-DAG/PER/3/2006 (selanjutnya Permen No.13/2006 tentang SIUPL) dibanding SK No.73/MPP/Kep/3/2000 (selanjutnya SK No.73/2000 tentang IUPB) ini adalah soal konsideran. Pada aturan terbaru ini, salah satu konsideran terpenting adalah UU No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Aturan terdahulu tidak memasukkan konsideran ini. Tak heran bila Permen No.13/2006 ini tampak begitu peduli pada konsumen. Ini kabar baik. Mengapa? Karena fakta ini akan mempertegas legitimasi industri kita ini, bahwasannya industri DS/MLM di Indonesia tidak lepas dari kepentingan dan kewajiban untuk melindungi konsumen. Citra industri DS/MLM akan semakin baik apabila konsideran dan pasal-pasal ini sungguh-sungguh teraplikasikan di lapangan.

Mengenai definisi, Permen No.13/2006 tentang SIUPL juga lebih maju. Dalam aturan baru digunakan istilah yang lebih tepat, yaitu Penjualan Langsung (*direct selling*) untuk menggantikan istilah sebelumnya, Penjualan Berjenjang, yang sering menimbulkan salah tafsir. Kita ketahui, istilah penjualan langsung mencakup sistem pemasaran satu tingkat (*single level*) maupun multi tingkat (*multi-level*). Sementara, istilah penjualan berjenjang dulu kadang dianggap hanya mencakup sistem pemasaran multi-tingkat (*multi-level*), sehingga sempat ada yang berpikir kalau pemasaran satu tingkat (*single level*) tidak perlu IUPB. Kesalahan persepsi semacam ini tidak bakal terjadi di masa mendatang.

Masih soal definisi, Permen No.13/2006 tampak selangkah lebih maju karena memunculkan definisi Jaringan Pemasaran Terlarang. Per definisi, *jaringan pemasaran terlarang*

adalah kegiatan usaha dengan nama atau istilah apa pun, di mana keikutsertaan Mitra Usaha berdasarkan pertimbangan adanya peluang untuk memperoleh imbalan, yang berasal atau didapatkan terutama dari hasil partisipasi orang lain yang bergabung kemudian, atau sesudah bergabungnya Mitra Usaha tersebut, dan bukan dari hasil kegiatan penjualan barang dan/atau jasa.

Kalau tidak salah menafsirkan, definisi tersebut aslinya menunjuk pada praktik skema piramid atau *money game* (penggandaan uang). Dan lebih penting lagi, aturan baru ini secara implisit mensyaratkan bahwa perusahaan yang bisa mendapatkan SIUPL haruslah perusahaan yang bukan mempraktikkan skema pemasaran terlarang. Jadi, akan semakin tegas lagi, perusahaan yang mendapatkan SIUPL hanyalah perusahaan penjualan langsung yang benar dan sah. Tidak ada peluang bagi skema piramid atau *money game* untuk lolos dengan mengantongi SIUPL.

Lebih pro konsumen

Dibanding aturan lama, maka Permen No.13/2006 ini jauh lebih memerinci ketentuan-ketentuan menyangkut kewajiban perusahaan terhadap mitra usaha atau konsumen. Apabila aturan lama pada Pasal 2 (mengenai persyaratan perusahaan dengan sistem penjualan langsung) hanya berisikan 4 butir aturan, maka dalam aturan baru ini Pasal 2 terdiri dari 20 butir aturan, atau lima kali lebih banyak dan lebih detail. Apa konsekuensinya bagi perusahaan-perusahaan penjualan langsung (DS/MLM)? Pasti banyak, karena butir-butir aturan tersebut mengatur dengan detail kewajiban-kewajiban perusahaan (terhadap mitra usaha atau konsumen) dalam mengoperasikan sistem penjualan langsung.

Sejumlah kewajiban penting perusahaan DS/MLM tersebut antara lain: memiliki kode etik, menjual barang dan jasa dengan harga layak, memberi informasi yang jelas dan benar perihal produk, jaminan mutu dan layanan purna jual, *starter kit* lengkap, 7-10 hari *cooling of period* produk atau keanggotaan, *buy back guarantee*, memberi ganti rugi pada konsumen (apabila produk salah, mencelakakan, atau tidak sesuai janji), pelatihan member, mendaftarkan produk kepada lembaga berwenang, dll. Berikutnya pada Pasal 3, 4, dan 5 antara lain diatur kewajiban perusahaan tentang: *total pay out* maksimum tidak boleh lebih dari 40 persen dari penjualan produk, sistem keanggotaan yang didasarkan

pada perjanjian tertulis antara perusahaan dengan mitra usaha, serta sejumlah ketentuan penting dalam perjanjian tertulis tersebut.

Dari segi jumlah butir aturan maupun isinya memang tampak sekali Permen No I3/2006 ini sangat *concern* terhadap mitra usaha atau konsumen. Di satu sisi, besarnya kewajiban perusahaan tersebut menuntut setiap perusahaan DS/MLM untuk terus berbenah dan meningkatkan pelayanan kepada konsumen. Di sisi lain, kejelasan aturan main seperti ini pasti akan berdampak pada semakin tertatanya industri kita. Dalam cara pandang positif, kedua sisi tersebut sesungguhnya semakin menegaskan dan memantapkan industri kita pada arah dan rel yang benar. Tentu ini merupakan harapan dan aspirasi semua kalangan.

Membatasi atau melindungi?

Salah satu aturan yang mungkin akan menimbulkan sedikit perdebatan adalah ketentuan dalam Pasal 2 huruf b yang menyatakan bahwa perusahaan DS/MLM: *...memiliki modal yang sepenuhnya dimiliki Badan Hukum Indonesia dan/atau Warga Negara Indonesia dengan jumlah modal disetor sekurang-kurangnya sebesar Rp.500.000.000,- (lima ratus juta rupiah)*. Ketua APLI Helmy Attamimi menegaskan bahwa pasal tersebut tidak bertendensi meniadakan semangat wirausaha masyarakat kita yang ingin memasuki industri DS/MLM. Sebaliknya, ketentuan itu lebih ditujukan untuk melindungi konsumen maupun industri DS/MLM secara keseluruhan.

“Ini bukan bidang usaha buat pengusaha kecil,” jelas Helmy. “Dia tidak akan tahan lama. Sejarah sudah membuktikan. Bunuh diri masuk di industri ini kalau modalnya terlalu lemah,” lanjut Helmy. Menurut Helmy, jika ingin berkembang lebih baik dan terhindar dari citra buruk, industri DS/MLM harus dijauhkan dari pelaku-pelaku usaha yang tidak bertanggung jawab atau hanya sekedar coba-coba. Buka tutupnya perusahaan DS/MLM—sekalipun diakui itu lumrah—dalam frekuensi yang tinggi ditengarai bias menurunkan citra industri ini. Terlebih lagi bila perusahaan-perusahaan yang beroperasi dan kemudian tutup itu menelantarkan para mitra usaha yang sudah direkrut maupun berinvestasi di perusahaan tersebut.

Selain dari pada itu, pelaku-pelaku yang baru masuk dan tidak memiliki modal memadai itu dikhawatirkan akan cenderung memilih menjual produk-produk tidak berkualitas alias murahan. Dari perspektif yang lebih pro konsumen maupun visi industri DS/MLM supaya lebih maju dan berkembang lagi, kecenderungan tadi tentu bias jadi bumerang. Menurut Helmy, sejarah DS/MLM di Indonesia membuktikan, keterbatasan modal bisa berimbas atau berpengaruh pada kualitas produk yang dijual, kelemahan dalam SDM perusahaan, serta keterbatasan-

keterbatasan operasional lainnya, yang ujung-ujungnya justru mengancam eksistensi perusahaan maupun mitra usahanya. Ini memang alasan yang masuk akal untuk mendukung ketentuan Pasal 2 huruf b tersebut.

Lebih tegas

Dibanding aturan sebelumnya, Permen No.I3/2006 tentang SIUPL ini tampak lebih tegas dalam hal sanksi. Aturan sebelumnya tidak menjelaskan sanksi apa yang bisa dikenakan pada perusahaan DS/MLM yang beroperasi tanpa IUPB. Karena ketidaktegasan inilah, di masa lalu pemerintah kebingungan saat seharusnya mengambil tindakan tegas terhadap praktik-praktik perusahaan tanpa IUPB. Terjadi kesimpangsiuran tanggung jawab di antara instansi-instansi terkait menyangkut siapa yang harus mengambil tindakan apabila terjadi pelanggaran aturan.

Aturan baru tampaknya tidak mau mengulang kesalahan serupa. Dalam Pasal 2I disebutkan bahwa: *Perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha perdagangan dengan sistem Penjualan Langsung dan tidak memiliki SIUPL sebagaimana dimaksud dalam Pasal 6, Pasal 11 dan Pasal 13 huruf a, huruf b, huruf c, dan huruf d dikenakan sanksi Pidana sesuai ketentuan perundang-undangan yang berlaku*. Ketentuan ini punya konsekuensi yang sangat jelas dan tegas. Oleh sebab itu, setiap pelanggaran terhadap pasal-pasal tentang SIUPL ini harus ditindak tegas. Pemerintah, dalam hal ini Departemen Perdagangan dan kepolisian tidak bisa lagi berdalih untuk tidak melakukan pengusutan manakala ditemukan indikasi pelanggaran. Di lapangan masih banyak perusahaan yang memenuhi kriteria DS/MLM tetapi beroperasi tanpa IUPB/SIUPL. Kita lihat seberapa jauh Pemerintah secara konsekuen melakukan tindakan Pidana terhadap mereka!

Nah, salah satu *concern* utama seluruh pelaku industri DS/MLM yang benar, dan APLI khususnya, adalah sanksi atau penindakan terhadap pelaku skema piramid atau *money game* (jaringan pemasaran terlarang), sebagaimana hal tersebut bisa disimpulkan dari adanya ketentuan dalam Pasal 13 huruf h (penghimpunan dana masyarakat) dan i (jaringan pemasaran terlarang). Pertanyaan yang krusial: mengapa Pasal 2I yang mengatur tentang sanksi pidana tersebut hanya memasukkan ketentuan dalam Pasal 13 huruf a, b, c, dan d, namun tidak memasukkan ketentuan Pasal 13 huruf h dan i? Apakah dari sini bisa disimpulkan bahwa pelanggaran terhadap ketentuan Pasal 13 huruf h dan i (praktik skema piramid dan *money game*) tidak akan dikenakan sanksi pidana?

Tampaknya para ahli hukum yang harus bisa menjelaskan hal tersebut. Karena apabila penafsiran sederhana di atas benar, maka SK No.I3/2006 ini bakal tidak kondusif bagi upaya pemberantasan skema piramid dan *money game* yang merugikan masyarakat kita.(ez)

Helmy Attamimi

SIUPL Lebih Melindungi Konsumen

Dikeluarkannya Peraturan Menteri Perdagangan No.13/DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Maret lalu menumbuhkan secercah harapan bagi industri DS/MLM di Indonesia. Revisi atas SK sebelumnya, yaitu SK Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.73 Tahun 2000 tentang Surat Izin Usaha Penjualan Berjenjang (IUPB), ini menjawab sebagian aspirasi APLI. Tentu saja, dengan peraturan baru ini industri DS/MLM Indonesia diharapkan dapat tumbuh dan berkembang dengan lebih baik lagi. Perlindungan terhadap konsumen juga semakin mendapat penegasan dalam regulasi terbaru ini. Walaupun demikian, ada sejumlah ketentuan --misalnya soal modal minimum perusahaan DS/MLM sebesar Rp500 juta-- yang tampaknya bisa dipersepsi lain. Misalnya, persepsi bahwa aturan tersebut justru menghambat semangat kewirausahaan masyarakat. Untuk memperjelas hal tersebut, secara khusus Edy Zaqeus dari *INFO APLI* mewawancarai Ketua APLI Helmy Attamimi, untuk menjelaskan sejumlah hal berikut ini:

Mengapa aturan SIUPL ini dikeluarkan?

Salah satu alasan yang kita ajukan adalah untuk menarik investor asing. Termasuk kalau dia impor, komposisi partner lokal berapa persen. Kalau dia produksi lokal, maka partner lokalnya berapa persen. Kita ajukan alasan-alasan itu, tapi belum diterima. Sekaligus untuk merombak SK yang umurnya sudah sekian lama. SIUPL ini hasil aspirasi industri DS/MLM sekaligus untuk kepentingan konsumen.

Dilihat dari ketentuan permodalan perusahaan DS/MLM minimum Rp500 juta. Apakah tidak memberatkan usaha kecil yang hendak memasuki bisnis DS/MLM?

Sudah waktunya kita melihat, bahwa kalau modal-modal kecil ikut masuk di DS/MLM, bisa merusak MLM. Orang hanya coba-coba saja. Dengan Rp100 ribu sudah bisa membuka (perusahaan) MLM. Berdiri dan merekrut orang, lalu bubar. Itu bisa merusak nama MLM. Dengan modal terlalu kecil itu perusahaan mau bertahan berapa

lama? Kalau perusahaan itu ambruk, yang rugi siapa? Para distributornya, kan? Avon tutup, yang rugi siapa, distributornya, kan? Kasihan para distributornya. Jadi harus ada modal minimum. Ingat, modal minimum ini untuk kepentingan konsumen, lho!

Jadi masalah utamanya adalah untuk melindungi konsumen, bukan untuk membatasi munculnya perusahaan-perusahaan baru?

Bukan untuk membatasi. Bukan. Agar jangan orang asal coba-coba saja mendirikan perusahaan DS/MLM. Jadi, yang masuk di industri DS/MLM harus perusahaan yang bonafid. Modal cukup artinya bonafid.

Kalau ada pandangan bahwa ketentuan modal minimum ini justru menghambat spirit *entrepreneurship* bagi mereka yang ingin masuk ke industri ini?

Ini bukan bidang usaha buat pengusaha kecil. Pengusaha kecil sebagai distributor itu cocok. Dia tidak akan tahan lama. Sejarah sudah membuktikan. Bunuh diri masuk di industri ini kalau modalnya terlalu lemah. Kalau dia jual langsung ke konsumen, tidak ada mata rantai dealer yang terlibat, lalu tidak laku, ya sudah tidak masalah. Tapi kalau ada dealer atau distributor, kan kasihan, mau dikemanakan mereka?

Jangan karena tidak cukup modal, lalu jual produk murahan. Berapa persen komisi yang bisa diberikan kalau barang-barangnya murah. Apa distributor akan bersemangat? Kalau hanya mengandalkan produk lokal yang tidak memiliki USP (*unique selling proposition*), apa kekuatannya? Akhirnya, penjualan terus merosot. Dari segi produk lemah, *marketing plan* lemah, manajemen juga lemah.

Jadi, ya, bergabunglah dengan orang-orang yang memiliki uang. Contoh, Forever Young pecah, sekarang muncul ATM oleh KG Lim. Kantornya di sebuah ruko tiga pintu empat lantai di Mangga Dua Square, itu kan modal. Produk dan brosuranya, hebat, coba. Dia dengan kawan-kawannya harus mampu mencari modal. Kalau dia mampu *manage*, modal akan datang dengan sendirinya.

Apa tujuan ketentuan maksimum total *pay out* tidak boleh melebihi 40%?

Dalam pembelanjaan satu grup, dia mendapat komisi, bonus dan lain-lain, dia tidak boleh dapat lebih dari 40% omset grup tersebut. Kenapa tidak boleh lebih 40%? Kalau lebih, sudah menjurus ke *money game*. *Mark up*-nya berapa sih kok bisa kasih *pay out* sampai lebih dari 40%? Selama ini tidak ada aturannya. Di Korea maksimal *pay out* 30%. Berarti apa, ini untuk kepentingan konsumen, lho!. Hanya saja, pemerintah memang akan sulit kontrol hal ini. Nantinya, APLI yang lebih banyak bisa kontrol.

Di negara-negara lain, bagaimana pengaturan *maximum pay out* ini?

Di Korea bisa masuk penjara lho. Mereka tegas. Bahkan kadangkala *over* tegas. Malaysia, belum tegas. Kalau Malaysia tegas, *money game* lari semua ke Indonesia. Di AS belum semua negara bagiannya melarang piramid. Memang, piramid akan sangat berbahaya di negara yang tingkat pendidikannya masih rendah. Di Amerika, orang yang ikut dia tahu apa risikonya. Baru kalau jadi korban mencak-mencak juga mereka.

Dilihat dari ketentuan pemberian *starter kit* dan *buy back guarantee*, tampak kepentingan konsumen diperhatikan sekali?

Betul, untuk konsumen. Kalau di *money game*, tidak ada *starter kit*, tidak ada *buy back guarantee*.

Apakah Permendag ini cukup merangsang asing untuk masuk ke Indonesia?

Itu masih tanda tanya. Selama belum membuka buat asing dan asing harus lewat perusahaan lokal, barangkali sebagian besar investor asing masih ragu-ragu. Dia mau buka, dia harus tunjuk perusahaan lokal. Contoh, perusahaan X itu dari luar modalnya, tapi (di atas kertas) yang punya, orang sini. Segala hak dan tanggung jawab dibebankan pada orang sini. Kalau ada *dispute*, orang itu bilang "Itu punya saya!", maka asing mau apa?

Pola seperti itu menakutkan bagi asing?

Iya. Harapan saya, buka saja dengan syarat. Misalnya, untuk asing modal minimum berapa miliar. Supaya pemain-pemain 'kobo' tidak masuk. Kedua, harus *joint venture*. Dengan *joint venture*, harus ada orang lokal dalam jajaran direksi. Kalau dia *pure import only*, insentif menjadi lebih kecil. Berarti modal lokal harus lebih besar. Kalau produksi di Indonesia modal lokal boleh lebih kecil.

Negara-negara lain apa sudah membuka diri?

Kalau negara-negara lain sudah buka semua. Bebas. Singapura, asing boleh. Ini yang membuat Menteri Perdagangan ragu-ragu. Kalau kita tidak buka, ini

"Ini bukan bidang usaha buat pengusaha kecil. Dia tidak akan tahan lama. Sejarah sudah membuktikan. Bunuh diri masuk di industri ini kalau modalnya terlalu lemah."

bertentangan dengan WTO, lho! Kalau mau buka semua, asal daftar investasi negatif untuk retail asing skala kecil dihapus dulu. Ada dampaknya, ekonomi berkembang. Anda lihat Singapura, perusahaan besar-besar yang punya orang asing. Tapi itu memberi pekerjaan bagi orang Singapura. Lihat yang besar-besar, sekarang Hero atau Matahari punya siapa, asing. Lihatnya dari lapangan kerja. Dari sisi lain, semua akan milik asing, orang lokal sedikit. Jadi tergantung melihatnya dari sisi mana. Yang terpenting tercipta lapangan kerja, untuk menampung pengangguran yang sudah begitu tinggi.

Kalau asing boleh masuk, misalnya Amway boleh masuk, maka bukan lagi Amindoway Jaya. Bila Amway jual pada pemakai saat ini, dilarang. Saya katakan, selama kita larang, kita paksakan mereka bikin atau kerja sama dengan perusahaan lokal. Amway, Oriflame, dulu Saralee, dipaksa untuk membuat perusahaan lokal supaya bisa masuk. Dan ini *dubble cost*, perpanjang mata rantai distribusi lagi. Jadi buka saja buat asing dengan syarat-syarat tertentu, biar lebih banyak lagi masuk. Banyak saingan artinya yang diuntungkan adalah konsumen.

Apakah aturan ini menegaskan sanksi bagi perusahaan-perusahaan DS/MLM yang beroperasi tanpa SIUPL?

Pasal 21 disebutkan, sanksinya pidana lho. Tidak memiliki SIUPL, pidana. Kita lihat pelaksanaannya di lapangan. Kan masih banyak yang selama ini beroperasi tanpa IUPB. Kalau aturan sebelumnya, sanksinya perdata. Kita nanti akan berikan informasi kepada pemerintah, kita lihat apa mereka akan bertindak. Itu urusan Deperdag dengan polisi. Perbedaan lain, kalau baru mendaftar, SIUPL yang diberikan berlaku setahun. Setelah itu, perpanjangan bisa berlaku selama lima tahun.

Apakah revisi peraturan menteri ini membawa dampak bagi percepatan terealisasinya UU Anti Piramid?

Harapan saya kecil. Tapi menteri yang baru sudah meminta *draft* itu diajukan ke DPR. APLI sendiri juga sudah mengajukan ke DPR.(ez)



Foto: Dokpri

Mengatasi Kejuhan dan Menikmati Pekerjaan

“Work is either fun or drudgery. It depends on your attitude. I like fun. — Bekerja tidak menyenangkan, tidak juga terlampau berat. Semua itu tergantung pada sikap Anda. Saya suka bekerja menyenangkan.”
Colleen C. Barrett.

Setiap hari kita menghabiskan banyak waktu untuk bekerja, entah di kantor, pasar, sawah, lapangan atau di manapun kita berada. Seorang karyawan misalnya, rata-rata ia akan menghabiskan waktu 8 jam setiap hari. Delapan jam adalah waktu yang sangat panjang dan melelahkan bila kita tidak menikmati pekerjaan, tidak bersemangat, sedih, lesu, dan mengantuk. Seandainya dipaksakan pun hanya akan membuang waktu dan tenaga, karena hasilnya tidak akan maksimal.

Jenuh dan tidak menikmati pekerjaan adalah hal yang lumrah dalam kehidupan manusia. Tetapi kita harus pandai menyiasati agar hal tersebut tidak berlarut-larut dan menghambat produktifitas kita. Ada 7 kiat agar kita dapat menikmati pekerjaan dan mudah mengatasi kejenuhan, untuk mendapatkan hasil pekerjaan yang optimal.

Langkah pertama sebelum memulai bekerja adalah mencintai pekerjaan kita terlebih dahulu. Berbagai faktor dapat memicu kejenuhan, sehingga kita tidak dapat menikmati pekerjaan. Tetapi bila kita mencintai pekerjaan yang sedang kita tekuni, maka kita akan merasa lebih berarti, karena pada dasarnya setiap orang di dunia ini memiliki peran dan sama-sama penting.

Mencintai pekerjaan juga akan mendorong semangat kita untuk bekerja dengan penuh tanggung jawab. Mengutip kata-kata seorang guru etos kerja Indonesia, Jansen Sinamo, *“Kerja adalah amanah, Anda harus bekerja dengan benar dan penuh tanggung jawab.”* Bertanggung jawab dalam arti melakukan apa yang terbaik seringkali berdampak nyata terhadap peningkatan kualitas hasil pekerjaan sekaligus semangat kerja kita.

Realitas kehidupan kerja juga tidak lepas dari berbagai macam hambatan, entah dalam bentuk persaingan atau sabotase, kurangnya fasilitas dan modal, tekanan dari atasan dan lain sebagainya. Tak jarang hambatan atau dalam bahasa positif disebut dengan ‘tantangan’ menjadikan kita tidak

menikmati pekerjaan. Tetapi jangan pernah sekalipun membiarkan tantangan dalam pekerjaan menghambat kinerja kita.

Langkah yang dapat kita tempuh dalam menghadapi tantangan adalah berpikir positif. Dengan berpikir positif, kita akan melihat tantangan sebagai jalan untuk meningkatkan kualitas diri kita. Pepatah bijak dari Jepang sebagaimana dikutip dalam The Prentice Hall Encyclopedia of World Proverb menyebutkan, *“Adversity is the foundation of virtue — Tantangan adalah dasar dari kebaikan.”*

Artinya, kita akan dapat menjaga semangat kerja tetap tinggi dan menikmati pekerjaan dengan selalu berpikir positif.

Selain itu, kenikmatan dalam menjalankan pekerjaan di antaranya dipacu oleh kemampuan yang kita miliki. Bila pekerjaan menuntut tingkat kemampuan tertentu, sementara kemampuan kita sendiri terbatas akan sangat mudah memicu suasana kerja yang menjemukan atau tidak menyenangkan. Alangkah baiknya jika kita selalu meningkatkan kemampuan, mengasah keahlian dan mengisi pikiran dengan informasi atau ilmu pengetahuan



Foto: Istimewa

terbaru.

Langkah tersebut akan berpengaruh terhadap cara kita menyelesaikan pekerjaan, misalnya cara yang kita lebih bervariasi dan kreatif. Cara kerja yang kreatif lebih memastikan kita senang mengerjakan tugas kita. *“...even without success, creative persons find joy in a job well done. Learning for its own sake is rewarding.. - ...meskipun tanpa kesuksesan, orang yang kreatif sangat menikmati pekerjaan yang dapat ia selesaikan dengan baik... Belajar hanya untuk meningkatkan kreatifitas akan selalu bermanfaat,”* kata Mihaly Csikszentmihalyi.

Sementara langkah lain yang bisa kita tempuh untuk dapat menikmati pekerjaan adalah memupuk sikap konsisten. Seperti dikatakan sebelumnya bahwa kehidupan di dunia kerja sarat dengan aneka tantangan. Tetapi bila

kita selalu bersikap konsisten terhadap tujuan semula, yaitu menghasilkan pekerjaan terbaik, maka keresahan, kekhawatiran, kebosanan dan segala yang kurang menyenangkan dalam pekerjaan akan tergantikan dengan rasa tenang dan senang. Pada akhirnya sikap konsisten tersebut menjadikan kita lebih maju dalam bidang pekerjaan kita.

Langkah selanjutnya adalah menetapkan skala prioritas dalam pekerjaan. Kerjakan tugas yang terpenting, dan menyelesaikannya sesuai dengan batas waktu yang sudah kita tentukan sendiri. Patuhilah target *deadline* atau batas waktu, dan kita patut malu jika melanggarnya. Dengan demikian, kita akan terpacu untuk segera menyelesaikan pekerjaan tanpa merasa terbebani.

Sementara itu, kita tidak dapat memungkiri bahwa kita selalu membutuhkan dukungan orang lain. John Ruskin menerangkan, *“Every great man is always being helped by everybody, for his gift is to get good out of all things and all persons. — Setiap orang yang hebat selalu didukung oleh orang lain, karena kebaikan yang ia dapatkan bersumber dari bermacam sebab dan dukungan orang lain.”* Kecerdasan dalam mengelola hubungan dengan orang-orang dalam lingkungan sangat berpengaruh terhadap suasana psikologis kita saat bekerja, terlebih terhadap hasil pekerjaan.

Maka langkah yang harus kita tempuh adalah menciptakan suasana kerja yang komunikatif. Luangkan waktu setidaknya untuk mendengar dan berusaha memahami harapan dan persoalan yang sedang dihadapi oleh orang-orang dalam lingkup pekerjaan kita. Dengan demikian akan tercipta saling pengertian dan jalinan keakraban, yang pada akhirnya melahirkan suasana menyenangkan dalam bekerja.

Mungkin salah satu sebab kita tidak bersemangat kerja, bosan, malas dan lain sebagainya dikarenakan potensi kita kurang diberdayakan atau kurang dihargai. Kalau saja potensi itu digabungkan dengan semangat kerja, pasti hasilnya sangat mengagumkan. Maka langkah yang bisa kita tempuh adalah mencoba saling memotivasi dan menghargai sesama rekan kerja, atasan, bawahan maupun kolega kerja.

Motivasi dan penghargaan tidak saja menciptakan keakraban dalam lingkungan kerja, tetapi juga mengobarkan semangat untuk berpacu dalam prestasi. *“Motivation is the fuel, necessary to keep the human engine running. — Motivasi adalah bahan bakar, sangat penting untuk menghidupkan semangat kerja manusia,”* kata Zig Ziglar. Dengan saling menghargai dan memotivasi, kita akan senantiasa mendapatkan sumber semangat untuk lebih giat bekerja.

Satu hal yang harus kita pikirkan, waktu akan terus berlari tanpa memandang apakah kita sedang bersemangat kerja, lesu, gembira atau mengantuk. Maka jangan sia-siakan waktu, lakukan pekerjaan sebaik-baiknya. Tujuh kiat di atas akan membantu kita bekerja dengan lebih baik, karena selalu ada jalan untuk melakukan pekerjaan kita dengan lebih baik. *“There is a way to do it better...find it. — Selalu ada jalan untuk bekerja dengan baik...carilah,”* kata Thomas Edison.

* Andrew Ho adalah seorang motivator, pengusaha, dan penulis buku.

Investor Piramid v.s Petugas Pajak

Sebuah laporan menyebutkan adanya penuntutan atas sekitar seribu investor yang menamkan uangnya sebesar R150 juta ke dalam sebuah skema piramid yang dioperasikan oleh Maureen Clifford. Mereka dituntut oleh instansi pajak setempat di Pengadilan Tinggi Port Elizabeth, Afrika Selatan. Keseribu investor piramid Usapho Trust ini dituduh telah menggelapkan pajak atas hasil keuntungan yang mereka dapat dari skema piramid yang mereka ikuti. Tampaknya, para pengacara yang membela para investor tersebut cukup puas dengan putusan sidang yang menyatakan bahwa keseribu investor itu tidak bisa dituntut karena menggelapkan pajak. Pasalnya, apabila pemerintah di sisi lain berhasil membuktikan bahwa Usapho Trust adalah skema investasi yang menyimpang alias skema piramid, maka berdasarkan UU yang berlaku di sana, mereka tidak lagi dapat dituntut dari sisi pajak. Karena putusan Pengadilan Tinggi inilah, maka para investor skema piramid ini dapat bernafas lega karena lolos dari jeratan petugas pajak. Demikian laporan *The Herald Online* (www.theherald.co.za).*

Malaysia: Distributor MLM Dirampok

Koran Malaysia *The Star* (18/4) melaporkan seorang distributor MLM perempuan berusia 36 tahun asal Bukit Sentosa, Rawang, ditemukan tewas di mobilnya di lokasi Taman Mayang. Polisi di Petaling Jaya menyatakan, berdasarkan keterangan saksi di TKP, mobil korban sebelumnya diikuti sebuah motor trail, sebelum akhirnya barang-barangnya dirampok dan korban dibunuh. “Kami yakin, korban dibunuh terlebih dulu sebelum dirampok,” kata Asri Ahmad Kamaluddin, polisi di Petaling Jaya. Untuk pengusutan lebih lanjut, polisi juga membuka nomor telepon yang bisa dihubungi siapa saja yang bisa memberikan keterangan tambahan atas kejadian tersebut maupun diri korban.*

Shanghai: Tiga Pelaku Piramid Ditahan

Tiga orang ditahan di Shanghai, Cina, karena dituduh menjalankan skema piramid dan menipu tak kurang dari 20.000 orang dari 27 provinsi. Menurut *Shanghai Daily* (31/5), tiga orang itu adalah Cheng Xiaowei, Chen Yi dan Li Dan, yang diperkirakan telah mengakibatkan kerugian sebesar 5 juta yuan (Rp5.864.198.000). Skema piramid ini menawarkan harga *membership* sebesar 490 yuan untuk member biasa, lalu 1.960 yuan untuk member *gold*, dan 3.430 yuan untuk member *diamond*. Para member ini diberi produk-produk kecantikan dan makanan kesehatan untuk dijual lagi kepada *end user*. Tapi aparat pemerintah di Shanghai menilai, produk-produk tersebut bermutu rendah dan tidak layak dijual dengan harga tinggi. Itu sebabnya, produk tadi dianggap sebagai kamufase dari operasi skema piramid.*

Penyakit *Black Market*

Inilah masalah yang paling sering dijumpai di bisnis DS/MLM. Perusahaan dan leader harus bekerjasama untuk mengendalikannya.

Salah satu masalah yang paling sering dihadapi oleh perusahaan maupun pelaku bisnis DS/MLM adalah apa yang disebut *black market*. Dalam pengertian yang paling sederhana, *black market* adalah praktek menjual produk tidak pada tempat, cara, dan harga yang semestinya, sebagaimana ditetapkan oleh perusahaan dalam *marketing plan* atau sistem bisnisnya. Persoalan ini bukan saja mengganggu perusahaan, tapi lebih seringnya justru mengganggu para distributor atau mitra usaha perusahaan DS/MLM. Jangka panjang, persoalan ini bisa merusak sistem, mengacaukan konsentrasi distributor, bahkan bisa menjadi penyebab konflik di antara sesama distributor. Ujung-ujungnya, semua pihak yang terkait—baik perusahaan maupun distributor—akan dirugikan.

Contoh: sebut saja Marina, seorang distributor muda yang sedang semangat-semangatnya menggenjot *sales* dan jaringan. Suatu saat program DS/MLM yang dijalkannya sedang ada program promosi wisata ke luar negeri. Karena ini merupakan *short program*, maka komisi, bonus, maupun insentif lainnya bisa jadi lebih besar dari program reguler. Memanfaatkan momentum tersebut, Marina melakukan pembelian produk dalam jumlah besar. Harapan tak lain supaya dia bisa mengejar target penjualan dan rekrut, dan pada saat yang sama tidak kehabisan produk yang sedang dipromosikan perusahaan. Apabila *short program* perusahaan DS/MLM yang bersangkutan hanya fokus pada *sales*, maka mudah saja bagi Marina untuk lolos dan mengikuti promo wisata tersebut.

Namun pasca promo tersebut, rupanya kemampuan dan kecepatan penjualan maupun rekrut Marina tidak sebanding dengan jumlah stok produk yang dia miliki. Mulailah terjadi masalah. Daripada produk menumpuk di rumah, maka Marina mulai menyerahkan produknya ke tangan konsumen dengan harga member, bukan harga konsumen sebagaimana ditetapkan perusahaan. Pikir Marina, ia tidak peduli lagi dengan keuntungan retail yang menjadi haknya, yang penting konsumen mau membeli produk dan stok di rumahnya segera habis.

Apabila cara ini tidak juga cukup menarik minat konsumen, maka Marina memutuskan untuk banting harga dengan diskon habis-habisan, 50-70 persen! Tapi bila diskon

gila ini dirasa masih terlalu lambat juga, Marina bahkan bersedia memberikan produk-produknya secara gratis kepada siapa saja asalkan bersedia bergabung dalam jaringannya. Karena produk-produk ini dibeli oleh Marina dengan uang-uangnya sendiri, dan dia ingin menghabiskannya dengan caranya sendiri, maka siapa bisa mencegahnya?

Problem muncul manakala konsumen mulai ketagihan dan keasyikan dengan cara berjualan ala Marina ini. Mereka mulai menuntut diskon untuk setiap produk baru yang ditawarkan Marina. Celakanya, bukan saja Marina yang dituntut diskon, tapi juga distributor-distributor lain yang selama ini menjual produk dengan cara dan harga yang benar. Pada titik ini, baik yang taat sistem maupun yang tidak akan sama-sama menuai persoalan. Pasalnya, konsumen telah mendikte mereka dan sistem bisnis DS/MLM akan sulit dijalankan sebagaimana seharusnya.

Nah, akibat lanjutannya, bisa saja terjadi konflik antar leader dan distributor, yaitu antara mereka yang taat sistem dengan kelompok lain yang tidak taat. Pasti akan muncul perasaan tidak adil, terutama di kalangan mereka yang taat sistem.

Pada titik ini, apabila leader atau perusahaan DS/MLM bersangkutan tidak mengambil tindakan yang tepat, bisa jadi kekecewaan member akan berlanjut. Ini semacam bom waktu saja, yang akan merepotkan semua pihak. Bisa jadi mereka yang semula taat sistem dan berharap mendapatkan manfaat dari sistem akan jadi skeptis. Ujung-ujungnya, apalagi kalau bukan henggang dari perusahaan tersebut, atau malah ramai-ramai 'ngerjain' sistem perusahaan.

Menghadapi persoalan *black market* seperti ini, baik perusahaan maupun leader-leader harus bekerjasama untuk memecahkannya. Jika dibiarkan, maka friksi antar leader dan jaringannya bisa bertambah panas. Leader yang baik jelas harus mencegah terjadinya hal tersebut dengan memberikan pembinaan dan teladan praktik bisnis yang benar. Jika mendapati penyimpangan, mereka juga harus segera menghentikan atau mencegah perluasannya. Membiarkan berlangsungnya *black market* sama saja dengan menyimpan bom waktu dan tidak satu pun yang akan diuntungkan oleh praktik ini. (ez)

5 Prinsip Pencegah *Black Market*

Adanya *black market* (*Penjualan di bawah harga resmi*)—dalam jangka panjang—tidak akan pernah menguntungkan pihak mana pun. Alih-alih menguntungkan, praktik *black market* justru berpotensi memunculkan konflik di antara para distributor (mitra usaha), menggoyahkan kohesifitas organisasi jaringan bisnis, bahkan bisa berujung pada hengkangnya anggota jaringan ke program atau perusahaan lain. Nah, bagaimana seorang leader atau pemain bisnis ini dapat mencegah atau menghindari risiko-risiko praktik *black market*? Berikut prinsip-prinsip menghilangkan atau mencegah praktik yang merugikan tersebut:

1. Hindari *inventory loading*

Salah satu cara mencegah *black market* adalah dengan menghindari praktik *inventory loading* atau pembelian produk dalam jumlah yang sangat besar pada saat pertama memasuki sebuah program DS/MLM. Biasanya, *inventory loading* adalah ketentuan pembelian produk dalam jumlah besar yang ditetapkan oleh perusahaan. Namun, praktik *inventory loading* sendiri memang diawasi oleh perusahaan-perusahaan DS/MLM yang benar, sah, dan punya kode etik. Alasannya, praktik ini mudah sekali menjerumuskan distributor ke dalam *money game* atau skema piramid. Dengan tidak masuk ke perusahaan-perusahaan yang mempraktikkan *inventory loading*, maka seorang distributor bisa terhindari dari ancaman praktik *black market*.

2. Hindari *illegal subsystem*

Adakalanya praktik “*inventory loading*” bukan dilakukan oleh perusahaan, tapi oleh segelintir leader atau distributor. Resminya, perusahaan tidak menjalankan praktik *inventory loading* dan bahkan melarangnya. Namun, dengan sedikit modifikasi saja terhadap sistem kompensasi atau *marketing plan* resmi perusahaan, maka berlangsunglah praktik *inventory loading* ini. Apalagi jika pengawasan perusahaan terhadap tindak-tanduk mitra usahanya lemah sekali, maka *illegal subsystem* bisa jadi penyakit yang sulit diberantas. Apabila seorang distributor masuk dalam organisasi jaringan yang mana leadernya menganjurkan—atau bahkan mewajibkan—anggotanya untuk mengikuti langkahnya menjalankan *inventory loading*, maka sulit bagi anggota ini untuk mengelak. Risiko *black market* sudah pasti ada di depan mata. Supaya terhindar dari risiko ini, satu-satunya jalan adalah menghindari masuk ke dalam jaringan yang semacam ini.

3. Hindari impuls borong produk

Adakalanya, perusahaan menyelenggarakan program promosi dalam jangka waktu tertentu untuk menaikkan target penjualan maupun jumlah rekrut member baru. Distributor yang mencapai target penjualan tertentu, biasanya akan mendapat beragam bonus, seperti liburan ke luar negeri, hadiah rumah atau mobil mewah, dll. Pada masa promosi ini, produk didiskon cukup besar dan ada insentif tertentu apabila distributor aktif merekrut. Program seperti ini memang lazim karena ditujukan untuk menggairahkan semangat distributor dalam menjual dan merekrut. Meskipun begitu, seorang distributor hendaknya tidak asal borong produk atau merekrut tanpa memperhitungkan risikonya. Ingat, produk yang diborong itu harus bisa dijual kembali dengan harga semestinya. Jika produk berlimpah, kemampuan menjual dan merekrut rendah, maka hampir dipastikan *black market*-lah pilihannya.

4. Hindari jebakan konsumen

Tak jarang praktik *black market* terjadi karena kepandaian konsumen dalam ‘menekan’ distributor. Semisal, konsumen atau pelanggan menyatakan bahwa dirinya bisa mendapatkan produk dengan harga lebih rendah (harga distributor) di tempat lain. Tekanan untuk memberikan diskon lebih atau menjual dengan harga distributor ini bisa jadi benar karena sudah lebih dulu ada praktik *black market* di tempat lain. Namun, bisa jadi itu hanyalah trik dari seorang pelanggan yang cerdas dan kritis dalam menaklukkan seorang distributor. Bila si distributor kurang berpengalaman atau tidak percaya diri, dia bakal mudah ditaklukkan. Alhasil, sekalipun dirinya tidak menghendaki penjualan di bawah harga resmi, ia tidak kuasa menolak keinginan konsumen. Cara termudah untuk menghindari situasi jebakan seperti ini tak lain adalah dengan menghindari mereka. Ingat, di luar sana masih banyak konsumen atau pelanggan yang tidak sensitif harga.

5. Meningkatkan *skill* menjual

Cara paling ampuh untuk lepas dari jebakan *black market* adalah dengan selalu meningkatkan kepercayaan diri terhadap produk dan *product knowledge* kita. Dengan mengetahui kelebihan produk, mampu membuktikan khasiatnya, dan bisa men-*deliver* keunggulannya dengan baik kepada konsumen, maka mereka pasti bisa diyakinkan untuk membeli. Selain itu, cara terbaik menghindari *black market* adalah dengan selalu meningkatkan *skill* menjual dan merekrut. Banyak cara-cara kreatif dalam menjual, termasuk metode *hypnoselling* yang belakangan sedang populer. Apabila metode-metode baru tersebut ampuh atau minimal dapat menggairahkan kita dalam menjual dan merekrut secara benar, mengapa tidak dicoba?(ez)

Pomas: *Money Game* Pilihan Akademisi dan Oknum Aparat

Selain melibatkan banyak intelektual, money game Pomas juga menyeret oknum aparat kepolisian yang seharusnya menindak penipuan tersebut.

Apakah jadinya jika orang-orang yang seharusnya menjadi panutan dan rujukan masyarakat ternyata justru menjerumuskan? Mau jadi apa negeri ini jika aparat penegak hukum malah ikut-ikutan menjadi penggembira atau pelindung praktik-praktik yang mengelabui dan merugikan masyarakat? Tapi, itulah yang terjadi di negeri ini, seperti tergambar dengan gamblang dalam kasus *money game* PT Pohonmas Mapan Sentosa (Pomas) di Surabaya dan Malang. Kasus ini sekaligus menegaskan, bahwa pelaku *money game* tidak akan pernah jera untuk kembali menjerat dan menipu masyarakat manakala kesempatan itu ada. Terlebih bila mereka bisa berkongsi dengan orang-orang penting dalam masyarakat.

Awalnya pada 7 Juni 2001, dua bersaudara Drs. H. Muhammad Nassa (41) dan adiknya H. Muhammad Jusuf Nassa (39) mendirikan PT Pohonmas Mapan Sentosa yang berkantor di Jl. Ngagel Jaya Selatan Blok I No.34-35, Surabaya. Menurut koran *Bali Post* (23 Oktober 2003), di perusahaan ini Muhammad Nassa memegang jabatan direktur, sementara adiknya Jusuf Nassa menjadi wakil direktur. Perusahaan dengan 25 orang karyawan ini disebutkan bergerak di bidang perdagangan koin emas.

Cara kerjanya, Muhammad Nassa dan Jusuf Nassa menawarkan kepada masyarakat untuk mengikuti program jual beli koin emas seberat 31 gram, 24 karat, seharga Rp6 juta plus biaya administrasi Rp500 ribu. Bagi Anda yang sudah sering membaca kasus-kasus piramid, tak sulit menebak emas siapa yang mereka jual ini. Benar, itu koin emas Goldquest, perusahaan bersistem binari yang bermarkas di Hongkong.

Apakah mereka janjikan? Cukup dengan mengajak dua member baru bergabung, maka kedua orang ini menjanjikan penghasilan Rp2 juta per bulan (berupa *voucher*) selama 10 bulan serta keuntungan Rp2 juta per bulan selama setengah tahun. Hanya tanam uang Rp6,5 juta (per unit) dan mengajak dua orang bergabung (apabila tidak ada dua orang lain itu ternyata bisa ditomboki dengan uang sendiri), lalu setiap bulan mendapat hasil Rp2 juta selama 10 bulan, plus Rp2 juta per bulan selama 6 bulan. Siapa sih yang tidak tertarik meraup untung lebih dari 300 persen dalam waktu kurang dari setahun?

Menurut Muhammad Nassa dan Jusuf Nassa, hal itu dimungkinkan karena koin emas Goldquest punya kelebihan. Alasan lain: “Karena diproduksi secara terbatas dan secara internasional, mempunyai nilai seni dan gambar khas, serta mempunyai nilai kolektif.” Lalu, demi mempercepat pergerakan bisnis koin emas ini, keduanya mengangkat beberapa orang leader atau koordinator untuk menampung uang para member dari Surabaya, Malang, dan sekitarnya. Bahkan untuk menarik lebih banyak peserta, mereka membentuk sebuah unit di Malang dengan nama PT Pomas Titan Jaya Pratama yang dipimpin langsung oleh Jusuf Nassa.

Akademisi dan aparat terlibat

Tampaknya, janji-janji keuntungan menggiurkan yang ditawarkan Nassa bersaudara itu mampu menjerat minat banyak orang. Berdasarkan laporan *Kompas* (21 April 2003), Jusuf Nassa saja berhasil menjaring banyak member dengan pembelanjaan sebesar 15.000 unit. Berikutnya, leader Pomas yang bernama Mochamad Choiri berhasil menggaet 17.000 unit dan leader Nur Mufid menjaring 7.000 unit. Sampai diketahui *money game* Pomas ini bermasalah pada Desember 2002, jumlah unit yang terjual mencapai 39.000 unit atau senilai Rp253,5 miliar! Tapi, apakah penjualan koin Goldquest saja bisa menjaring member sebanyak dan sefantastis itu dalam waktu singkat? Ternyata Nassa c.s — yang sebelumnya juga menjadi salah satu otak kasus *money game* Yayasan Yami di Surabaya dan *money game* Qustun di Sulawesi Selatan—ini lebih cerdik dari yang diduga banyak orang.

Selain menggandakan uang melalui produk koin dan skema Goldquest, Nassa c.s juga membuat program penggandaan uang dengan hadiah mobil dan sepeda motor. Apabila penggandaan uang melalui skema Goldquest member cukup menyeter Rp6,5 juta dan kemudian mendapat untung Rp2 juta per bulan, maka penggandaan uang berhadiah mobil Taruna yang seharga Rp104 juta itu misalnya, member cukup menyeter Rp40 juta.

Yang menarik, Pomas tampak lebih heboh di Malang ketimbang di Surabaya yang sudah berulang kali didera kasus *money game*. Diperkirakan ribuan orang telah terjaring

dalam bisnis yang langsung macet dalam 18 bulan usianya tersebut. Tapi yang memprihatinkan adalah banyaknya kalangan intelektual atau orang-orang kampus, yang bukan saja terjerumus, namun juga menjadi pelaku aktif *money game* Pomas.

Menurut *Kompas* (23 April 2003), puluhan akademisi dari Universitas Brawijaya (Unibraw), Universitas Negeri Malang (UM), dan Universitas Muhammadiyah Malang (UMM) disinyalir terlibat. Keterlibatan para akademisi itu dikonfirmasi oleh para pimpinan perguruan tersebut. "Saya sudah mengeluarkan anak buah yang terlibat di dalam penggandaan uang PT Pomas ini," kata Rektor UMM Muhadjir Effendy, tanpa menyebut angka. Tersiar pula kabar bahwa Pembantu Rektor (PR) III Universitas Negeri Malang (UM) Dr Asyim MPd, terlibat subleader Pomas dan dijadikan tersangka oleh aparat kepolisian (*Kompas*, 9 Mei 2003). Agus Basuki, Direktur School of Business (SOB) Malang, juga terlibat sebagai salah satu leader Pomas yang bertugas menjaring member baru.

Berikutnya, terkuak pula banyaknya setoran ke Pomas yang berasal dari kantor Pemerintah Kabupaten Malang, utamanya dari Dinas Pasar (*Kompas*, 5 Mei 2003). Shofwan yang menjabat Kepala Dinas Kependidikan Kota Malang juga terbukti terlibat. Kepada Walikota Malang, Suyitno, Shofwan mengakui keterlibatannya di bisnis Pomas (*Kompas*, 29 April 2003). Ia menyatakan telah memfasilitasi penyaluran 30 sepeda motor serta dua mobil bagi jajaran pegawai di Dinas Pendidikan Kota Malang. Dan tak tanggung-tanggung, Kapolwil Malang Komisaris Besar Mudji Waluyo juga disebut-sebut tersangkut kasus ini (*Kompas*, 26 April 2003).

Ambruk dan jadi buron

Pomas yang beroperasi sejak Juni 2001 akhirnya macet sejak Desember 2002. Bersama sejumlah leader, Nassa c.s sempat hendak mengulur janji pembayaran hingga akhir April 2003. Namun, sejumlah member sudah mencium gelagat ambruknya *money game* Pomas ini. Mereka kemudian melapor ke polisi dan tindakan ini semakin membuat panik para operator Pomas. Dalam catatan kasus-kasus piramid, pelaporan oleh korban yang kemudian ditindaklanjuti oleh aparat kepolisian, seringkali menjadi faktor penentu terungkapnya praktik penipuan ini. Jika korban tidak melapor, atau aparat kepolisiannya yang tidak bertindak, hampir pasti *money game* tidak akan pernah terungkap.

Awalnya, para member Pomas merasakan hasil atas uang yang mereka tanam. Sesuai sifat tamak manusia, biasanya para *money gamers* ini menambah setorannya atau menanamkan hasil demi memperbesar keuntungan. Namun, kerakusan ini pula yang kadang justru mempercepat ambruknya sebuah *money game* atau skema piramid.

Tapi sesuai hitung-hitungan matematis *money game* atau skema piramid umumnya, manakala jumlah member baru yang masuk tidak memenuhi kuota tertentu, maka penghasilan yang dijanjikan sebelumnya pasti tidak terbayar. Dari mana lagi operator *money game* akan membayarkan keuntungan jika uang member baru —yang menjadi satu-satunya sumber pendapatan—sudah macet?

Begitu laporan korban Pomas masuk ke kepolisian pada April 2003, segera saja aparat memburu Nassa c.s, baik yang berada di Surabaya maupun Malang. Polda Jatim sampai harus turun tangan sendiri untuk menangani kasus pelik dan berpotensi menimbulkan anarki ini. Mochamad Choiri, Nur Mufid, J. Revianandra, Joko Sriono, Ida Lukitaningsih, Agus Basuki, Endang Pingit (Pipit), dan Aspiani Mustika pun dicokok aparat. Sementara Muhammad Nassa, adiknya Jusuf Nassa, dan Komisaris Pomas Asmurani Manesa langsung jadi buronan utama kepolisian Jatim.

Donasi Pomas pada oknum aparat

Singkat cerita, Nassa bersaudara akhirnya berhasil ditangkap masing-masing pada tanggal 2 Juli 2003 dan 4 Juli 2003. Mereka kemudian dimejahijaukan di Pengadilan Negeri Surabaya mulai 22 Oktober 2003. Kedua terdakwa dijerat pasal 378 jo 55 (1) ke-I jo 64 (1) KUHP, dan pasal 372 jo 55 (1) ke-I jo 64 (1) KUHP. Di pengadilan terungkap, Nassa bersaudara berhasil menggondol uang nasabah sebesar Rp574.083.900.000 dari 24.398 orang yang telah menanamkan uangnya sebanyak 89.866 unit (*Bali Post*, 23 Oktober 2003). Setelah melalui proses persidangan selama hampir tiga bulan, maka pada tanggal 5 Januari 2004 Pengadilan Negeri Surabaya menyatakan Muhammad Nassa bersalah dan dijatuhi hukuman 3,5 tahun penjara. Sementara adiknya Jusuf Nassa hanya diganjar 2,5 tahun penjara.

Tapi yang mencengangkan, dari persidangan terdakwa Pomas lainnya, yaitu J. Revianandra, terungkap aroma busuk dalam kasus ini. Dalam kesaksiannya di pengadilan (*Surya*, 18 September 2003), terdakwa membeberkan adanya aliran dana sepanjang Agustus 2002 hingga Januari 2003, sebesar Rp338 juta lebih ke kantong Kapolwil Malang, Kombes Mudji Waluyo. Uang sebesar itu antara lain digunakan sebagai uang saku Kapolwil ke Jakarta, pembelian seragam intel, jam tangan Rolex, uang lebaran, mobil Taruna dan BMW. Masih menurut harian *Surya*, terdakwa sempat diancam oleh Mudji Waluyo supaya tidak 'bernyanyi' di persidangan. Jika Reviandra nekad, maka istri dan keluarganya akan ikut dijebloskan ke dalam tahanan.

Nah, bagi siapa saja yang menginginkan *money game* segera raib dari negeri ini, harap bersabar! [ez]

Legal Tapi Bukan APLI

Apakah sebuah perusahaan yang telah mengantongi IUPB tetapi tidak terdaftar di APLI masih bisa dikatakan usaha legal? Mengapa?

APRIE
4/21/2006

Benar, perusahaan DS/MLM di Indonesia dikatakan legal bila telah memiliki IUPB, meskipun dia bukan anggota APLI. Sesuai SK Menteri No. 73/MPP/Kep/3/2000, segala usaha DS/MLM harus memiliki IUPB. Perusahaan bergabung di APLI dengan sukarela dan harus melalui seleksi ketat, di antaranya harus : memiliki IUPB, marketing plan, kode etik, dan produk klaim harus memenuhi kriteria APLI sesuai dengan standar WFDSA (World Federation of Direct Selling Association). Baru-baru ini Menteri Perdagangan telah mengeluarkan peraturan baru No.13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL). Peraturan ini mengatur usaha DS/MLM di Indonesia secara lebih ketat. Jadi ke depannya, dalam tempo 6 bulan dari sekarang, setiap perusahaan DS/MLM legal di Indonesia harus memiliki Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL). Usaha MLM yang tidak memiliki SIUPL, sanksinya adalah PIDANA.

Daftar Penipuan

Mohon APLI mengirimkan nama-nama MLM/DS yang dikategorikan penipuan ke e-mail saya. Saya hampir setiap hari mendapatkan tawaran-tawaran dari teman maupun orang-orang tak dikenal, baik via e-mail atau datang langsung dari luar kota.

TRASMIANTO, Phd
4/21/2006

APLI mempunyai tugas utama melayani kepentingan anggota. Jadi kami tidak mendata nama-nama perusahaan yang Anda minta itu. Untuk membantu Anda, silakan lihat perbedaan MLM yang benar dengan skema piramid di website APLI. Jika Anda belum yakin, kenapa tidak bergabung saja dengan salah satu perusahaan anggota APLI? APLI tidak mempublikasikan nama-nama perusahaan money game, karena APLI tidak mau dituduh memfitnah perusahaan orang.

Masih Soal UFO

Saya mau memastikan sebelum bergabung dengan satu MLM. Apa benar UFO keluar dari APLI? Apa sebabnya? Apakah itu berarti ada sesuatu yang tidak sehat mengenai perusahaan tersebut?

CHRISTIN
4/18/2006

Sangat benar. UFO telah mengundurkan diri dari keanggotaan APLI setelah APLI memberikan teguran keras. Satu kelompok distributornya menjalankan usaha di luar marketing plan perusahaan. Mereka telah memaksa calon distributornya membeli produk di luar kemampuan calon distributornya. Hal ini telah melanggar Kode Etik APLI. Dan UFO

tidak mampu mengendalikan sekelompok anggotanya tersebut. Bila UFO mampu memperbaiki diri, kami welcome menerima mereka bergabung kembali di APLI.

Soal Questnet

Kenapa QuestNet tidak terdaftar di APLI? Apa syarat masuk APLI? Apa keuntungannya? Kenapa banyak isu yang menyebutkan Questnet itu ilegal atau money game?

BENNY
4/14/2006

Perusahaan anggota APLI bergabung secara suka rela dan melalui seleksi ketat, khususnya soal marketing plan, kode etik perusahaan dan produk klaim. Syarat perusahaan jadi anggota APLI: harus memiliki IUPB (sekarang SIUPL); ada produk/jasa yang ditawarkan, produk sudah teregistrasi di Badan POM (untuk produk-produk yang harus registrasi); marketing plan tidak mengarah ke money game/skema piramid, dan binari; memiliki Kode Etik yang sesuai dengan Kode Etik APLI; memiliki ketentuan buy back guarantee; dan produknya tidak over claime. Keuntungan menjadi anggota APLI: kepercayaan masyarakat. Masyarakat banyak menghubungi APLI sebelum bergabung dengan satu perusahaan, menanyakan apakah satu perusahaan tertentu sudah bergabung di APLI atau belum. Anggota juga mendapatkan informasi tentang perkembangan industri DS/MLM baik dalam maupun luar negeri. Jika perusahaan yang Anda maksud tidak memiliki IUPB, maka perusahaan itu illegal. Dengan peraturan baru yang lebih ketat, setiap perusahaan DS/MLM harus memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung). Bila tidak memiliki SIUPL, maka akan dikenakan sanksi pidana.

Legalitas Goldquest

Yth. Pengurus APLI. Saya ingin menanyakan mengenai status hukum dan izin operasional GoldQuest International di Indonesia. Apakah perusahaan tersebut termasuk MLM atukah sistem piramida? Jika bukan anggota APLI, apakah perusahaan tersebut bisa dan bebas beroperasi didalam wilayah hukum negara RI?

ALI AKBAR PERKASA
4/2/2006

Izin usaha MLM adalah IUPB (Izin Usaha Penjualan Berjenjang) yang dikeluarkan oleh Deperdag. Apabila usaha MLM tidak memiliki IUPB, perusahaan tersebut dikatakan ilegal. Sepengetahuan kami, perusahaan tersebut tidak memiliki IUPB. Sistem yang digunakan tidak sesuai dengan standar MLM yang benar. Bisa saja beroperasi, asal sudah memiliki IUPB dan menjalankan MLM dengan baik dan benar. APLI merupakan asosiasi, di mana perusahaan MLM secara suka rela bergabung melalui seleksi yang ketat dan harus memiliki IUPB.

Catatan: Konsultasi ini disarikan dari rubrik tanya jawab di website APLI yang diasuh dan dijawab langsung oleh Ketua APLI Helmy Attamimi. Pertanyaan dan jawaban sudah diedit seperlunya tanpa mengubah substansi.

ORANG GAJIAN BISA KAYA

Oleh: Edy Zaqus

Penerbit: Borrich Publishing, Mei 2006

Halaman: xxiv+192 hal

Format: *Fast Book* (Rp28.000)

Edy Zaqus, penulis buku-buku *best seller* ini kembali menggebrak dunia buku di Indonesia dengan karya terbarunya *Orang Gajian Bisa Kaya*. Sebelumnya, ia sukses dengan buku *Kalau Mau Kaya Ngapain Sekolah* (2004), *Resep Cespleng Berwirausaha* (2004), dan *Resep Cespleng Menulis Buku Best Seller* (2005). Semua judul buku tersebut sudah cetak ulang, bahkan ada yang sampai cetak ulang 5-10 kali. Dalam buku terbarunya ini, Edy Zaqus menegaskan bahwa para karyawan atau orang gajian yang berpenghasilan tetap pun bisa kaya. Edy seolah hendak menentang arus pemikiran yang dominan saat ini, yaitu arus pemikiran Robert T. Kiyosaki, yang menganggap orang gajian adalah kelompok yang paling sulit untuk jadi kaya. Menurut Edy, orang gajian bisa kaya asal mampu menjalankan Formula 1234 yang dirumuskannya. Intinya, orang gajian harus mampu mengelola 100% penghasilannya dengan proporsi: 10% amal, 20% hobi, rekreasi, dan pengembangan diri, 30% ditabung, dan 40% untuk kebutuhan hidup rutin. Apabila formula ini diikuti dengan langkah pengembangan *personal asset*, membidik posisi dan penghasilan terbaik, belajar berwirausaha, investasi, dan dijalankan selama lima tahun, maka hasilnya sudah pasti kelihatan. Tidak percaya? Buktikan saja!*

LIFE IS WONDERFUL

Oleh: Andrew Ho

Penerbit: Kiss Publishing, 2006

Halaman: xxiv+186 hal

Format: *Fast Book* (Rp30.000)

Jika Anda sering mengunjungi situs pengembangan diri dan *entrepreneurship* yang paling digemari di Indonesia, *Pembelajar.com*, maka Anda tidak akan asing lagi dengan nama Andrew Ho. Dia adalah salah satu di antara kolonnis tetap yang aktif menampilkan tulisan-tulisan motivasi terbarunya di situs tersebut. Nah, beberapa artikel terbaik Andrew Ho itulah yang kemudian dibukukan. Sebagian tulisan ini merupakan hasil perenungan Andrew Ho saat mengadakan perjalanan ke luar negeri. Sebagian lagi merupakan tanggapan atas sejumlah isu yang sedang hangat. Kepiawaiannya dalam mengolah gagasan yang memotivasi sudah tak diragukan lagi. Lebih menarik lagi, buku ini dilengkapi dengan ilustrasi kartun, yang tak lain merupakan hasil karya anak-anaknya sendiri. Jadi, buku ini merupakan hasil karya kolaborasi ayah-anak yang cukup menarik untuk disimak. Sebagaimana sifat artikel-artikel tersebut, maka buku ini juga membawa pembacanya ke arah pencerahan, perluasan wawasan, sekaligus pengembangan diri. Jadi selain reflektif dan memotivasi, sebagian tulisannya juga praktis dan inspiratif. Buku ini bisa dibaca oleh orang muda maupun orang tua. Apabila Anda adalah kolektor buku-buku motivasi, terlalu sayang bila buku yang satu ini sampai terlewatkan.*

PSIKOLOGI DUIT

Oleh: Rab A. Broto

Penerbit: Borrich Publishing, Mei 2006

Halaman: xiv+96 hal

Format: *Fast Book* (Rp18.000)

Seberapa sadar Anda akan pentingnya mental keberlimpahan dalam upaya meraih kesejahteraan? Menurut penulis buku ini, banyak orang berlomba-lomba memburu kekayaan, namun ironisnya mereka tidak hidup dalam mental keberlimpahan. Sebaliknya, mereka justru hidup dalam kungkungan mental kemiskinan, yang akhirnya justru memiskinkan diri mereka. Mental kemiskinan inilah yang membuat orang sering jatuh dalam lubang-lubang hitam saat mencari kekayaan dan kebahagiaan hidup. Itulah sebabnya, Rab A. Broto si penulis buku ini mengundang pembaca untuk membenahi ulang sikap mental mereka. Dengan gaya penulisan yang khas, Rab menyajikan deretan argumentasi dan hasil

penelitian dari para pakar psikologi mengenai masalah-masalah keuangan yang sering membelenggu keluarga-keluarga masa kini. Dari penelusuran itu, ketemulah faktor-faktor yang paling mempengaruhi psikologi seseorang dikaitkan dengan kehidupan finansialnya. Apalagi kalau bukan mental keberlimpahan sebagai *back bone* bagi usaha mendapatkan kekayaan. Mental keberlimpahan ini pula yang ternyata banyak membantu orang-orang dalam posisi terjepit sekalipun untuk selalu berjuang dan *survive* di segala medan kehidupan. Itu pula yang ditunjukkan oleh kasus-kasus keberhasilan manusia perahu asal Vietnam yang datang dengan segala kemiskinan di Amerika, namun kemudian mereka sukses menjadi *entrepreneur* atau pedagang. Jadi, jika kita ingin sukses dalam ranah kehidupan finansial, atau bila kita ingin meraih kekayaan dalam hidup, maka sentuh dulu mental dan psikologi duit kita. Apabila mental kita masih mental miskin, segera benahi dan ganti dengan sikap mental penuh keberlimpahan. Sebab, kuncinya memang di sana.*



Adi W. Gunawan

Bahaya “Berpikir” Positif

Oleh: Adi W. Gunawan*

Dunia objektif muncul dari pikiran itu sendiri
-Buddha

Ide menulis artikel ini muncul saat saya berbincang dengan rekan saya, Ariesandi Setyono, saat mengevaluasi mekanisme pikiran. Kami mengevaluasi pengalaman hidup kami berdasarkan berbagai buku positif yang telah kami baca. Diskusi berjalan seru, sangat *inspiring* dan *mind challenging*.

Jujur saya akui bahwa tidak mudah untuk bisa benar-benar menjadi seorang pengamat atas *belief system* dan proses pikiran kami. Kami harus melepaskan keterikatan dan kemelekatan terhadap berbagai informasi dan konsep yang telah kami terima selama ini, yang kami yakini sebagai hal yang benar. Bill Gould, mentor kami selalu berpesan, “*You have to challenge everything, including your own belief system or assumptions. That’s the key to quantum leap in personal growth and consciousness expansion*”.

Salah satu topik yang kita bahas dengan intens adalah mengapa berpikir positif justru semakin memperburuk kinerja seseorang. Topik ini menjadi materi yang menarik untuk didiskusikan karena kami sendiri telah mengalami efek negatip dari “berpikir” positif.

Benar. Anda tidak salah baca. Kami mengalami efek negatip dari “berpikir” positif. Namun tolong jangan protes dulu. Saya menempatkan kata berpikir dalam tanda kutip. Apa maksudnya?

Sering kali kita merasa yakin, diyakinkan, atau asal percaya bahwa kita harus berpikir positif. Menurut berbagai buku dan motivator atau trainer berpikir positif baik bagi diri kita. Yang jarang diungkapkan adalah bahwa berpikir positif itu harus benar-benar tulus dan holistik.

Yang saya maksudkan dengan holistik adalah baik pikiran sadar maupun bawah sadar keduanya saling setuju, sinkron, kongruen dalam berpikir positif.

Ambil contoh orang yang menetapkan suatu target penjualan. Misalnya target bulan ini adalah 50% lebih tinggi dari bulan sebelumnya. Pikiran sadar kita “percaya”, lebih tepatnya dipaksa untuk percaya, bahwa kita mampu mencapai target ini. Kita melakukan afirmasi setiap hari, menempel kata-kata positif di berbagai tempat, dan melakukan visualisasi. Apa yang terjadi?

Ternyata ada bagian dari diri kita yang menolak hal ini karena kenaikan target dianggap terlalu tinggi sehingga dirasa tidak mungkin bisa dicapai. Akibatnya kita tidak berhasil mencapai target ini. Namun kita tetap “percaya” dan “*positive thinking*” bahwa kita dapat mencapai apapun asal kita yakin. Bukankah ini yang diajarkan di hampir semua buku positif dan berbagai seminar motivasi?

Lalu apa yang kita lakukan? Kata orang, “Kegagalan adalah sukses yang tertunda”, “Tidak penting berapa kali kita jatuh yang penting adalah kita bangkit setiap kali kita jatuh”, “Tidak ada namanya kegagalan, yang ada adalah hasil yang tidak kita inginkan”, dan masih banyak lagi kata-kata mutiara berkenaan dengan kegagalan. *So....? Keep trying.... pokane* maju tak gentar, pantang menyerah.

Setelah dua bulan, tiga bulan, empat bulan, dan kita masih belum berhasil mencapai goal kita maka kita mulai merasa nggak enak. Tapi kita tetap berusaha berpikir positif. *Why?* Karena memang begitulah yang kita baca di buku-buku positif.

Lalu, mengapa “berpikir” positif justru akan sangat berbahaya bagi diri kita? Pada kasus di atas, yang terjadi sebenarnya adalah kita, secara tidak sadar, telah mengedukasi pikiran bawah sadar bahwa kita sebenarnya memang tidak kompeten alias gagal. Lho, kok bisa begitu? Lha, buktinya kita sudah berkali-kali tidak berhasil mencapai target. Pikiran sadar kita dapat kita paksa



Berpikir positif tidak selalu baik

Foto: Istimewa

untuk berpikir positif. Namun pikiran bawah sadar kita tidak bisa kita bohongi. Setiap kali kita gagal mencapai *goal* maka pikiran bawah sadar diedukasi dengan suatu pelajaran negatif, “Ternyata memang saya nggak bisa mencapai *goal* ini”. Dengan mengalami kegagalan beruntun maka efek repetisi terjadi (ingat prinsip pemrograman pikiran). Dan kita, secara bawah sadar, semakin percaya bahwa kita memang tidak mampu.

Kalau anda tidak percaya apa yang saya jelaskan coba anda rasakan perasaan anda saat saya berkata, “*Set Goal*”. Bagaimana perasaan anda saat anda melakukan *Goal Setting*. Apakah yang muncul perasaan positif atau negatif?

Dari pengalaman saya, kata “*goal setting*” ternyata mempunyai konotasi negatif. Mengapa? Karena kata ini mengingatkan kita akan kegagalan kita. Banyak kawan saya yang secara jujur berkata, “Sekarang kalau saya diminta *set goal* maka perasaan saya langsung menolak. Ada perasaan nggak enak di hati saya. Nggak tahu kenapa bisa seperti ini.”

Sebenarnya jawabannya sederhana. *Goal* karena terlalu sering tidak berhasil dicapai akhirnya mempunyai konotasi negatif. Kita secara bawah sadar menghubungkan/meng-*anchor* kata *goal setting* dengan perasaan gagal. Jadi setiap kali kita mendengar kata “*goal setting*” maka yang muncul adalah memori atau pengalaman kita saat gagal (berkali-kali) dalam mencapai *goal* kita.

Jadi, semakin seseorang berusaha untuk positif maka semakin negatif ia jadinya. Mengapa bisa begini? Karena memori manusia bersifat *holographic* sehingga mempunyai kemampuan/sifat *cross referenced*. Artinya, tidak ada memori yang berdiri sendiri. Semuanya saling terkait. Saat kita berusaha positif maka pada saat yang sama pula kita mengaktifkan memori negatif, di bawah sadar. Semakin kita berusaha positif maka semakin kuat efek negatif. Hal ini jarang disadari dan dimengerti orang.

Seorang kawan yang bergerak di bidang marketing, satu minggu setelah menerapkan konsep keselarasan pikiran positif (sadar dan bawah sadar) mampu meningkatkan penghasilan tiga kali lipat dibandingkan sebelumnya. Dan yang lebih hebat lagi ia tidak usah kerja keras untuk mencapai hal ini. Kesannya adalah semua sudah ada yang mengatur.

Satu hal yang perlu anda ketahui yaitu kawan saya ini adalah orang yang selalu berusaha berpikir positif, telah membaca sangat banyak buku positif, menghadiri berbagai seminar di dalam negeri dan di luar negeri. Ia malah telah bertemu dengan dua orang *top*. Seorang di bidang motivasi dan seorang lagi adalah penulis buku keberhasilan finansial yang sangat terkenal. Sudah tentu ia membayar sangat mahal

“Jadi, semakin seseorang berusaha untuk positif maka semakin negatif ia jadinya. Mengapa bisa begini? Karena memori manusia bersifat *holographic* sehingga mempunyai kemampuan/sifat *cross referenced*.”

untuk bisa menghadiri seminar-seminar ini. Apalagi seminarnya dilakukan di Singapura.

Namun apa yang terjadi? Semakin ia berusaha positif maka semakin dalam ia terperosok ke dalam perangkap berpikir negatif. Kawan saya ini protes keras saat pertama kali mendengar tentang “Bahaya Berpikir Positif”. Baginya *statement* ini tidak masuk akal. Namun setelah berdiskusi cukup panjang kawan saya akhirnya bisa memahami maksud saya.

Lalu bagaimana cara berpikir positif yang benar-benar positif? Ya, itu tadi. Pikiran sadar dan bawah sadar harus selaras. Yang harus menjadi landasan pijak adalah apa yang ada di pikiran bawah sadar. Jadi, untuk benar-benar mampu berpikir positif yang positif maka pikiran positif itu harus berawal di pikiran bawah sadar. Bila ini berhasil kita lakukan maka efeknya akan sangat luar biasa. Kita akan dapat dengan sangat mudah mencapai target yang kita inginkan.

Anda pasti bertanya, “Ok, kalau begitu bagaimana caranya?” Ada banyak cara untuk bisa menyelaraskan pikiran sadar dan bawah sadar, untuk bisa membuatnya kongruen. Kita bisa menggunakan NLP, *hypnotherapy* (ada sangat banyak teknik), SMC, visualisasi, *mind reprogramming* dengan bantuan *guided imagery*, menggunakan musik/audio dengan muatan frekuensi khusus, atau teknik lainnya. Akan sangat panjang dan teknis bila saya jelaskan dalam artikel ini.

* *Adi W. Gunawan, lebih dikenal sebagai Re-Educator and Mind Navigator, adalah pembicara publik dan trainer yang telah berbicara di berbagai kota besar di dalam dan luar negeri. Ia telah menulis sejumlah buku best seller. Artikel ini dimuat kembali atas izin penulisnya. Adi dapat dihubungi melalui email adi@adiwgunawan.com.*

Tupperware Global Design Contest 2006

Sebuah perhelatan bertajuk Tupperware Global Design Contest 2006 resmi di-*launching* dalam sebuah konferensi pers pada 12 April 2006 lalu di Kafe Cilatro, Wisma BNI 46, Jakarta Pusat. Acara tersebut juga menghadirkan Pia Alisahbana (Femina Group), Yani Mariani (seniman patung), Masniah (pemenang Global Design Contets 2005), serta dipandu oleh Yanti Meliani (Direktur Marketing Tupperware Indonesia). Kontes desain ini menggunakan bahan utama produk-produk Tupperware. Peserta bebas berkreasi dan membuat apa saja, asalkan orisinal dan diinspirasi dari produk Tupperware. Peserta cukup mengirimkan sketsa atau foto, lengkap dengan penjelasan konsepnya, dan dikirim ke kantor pusat Tupperware Indonesia di Gedung Graha Irama Lt.15, Jl. HR. Rasuna Said, Blok X-I, Kav.1-2, Jakarta 12950. Lomba dibuka sejak *launching* hingga 1 Juni 2006 (cap pos). Sekitar 15 finalis yang terpilih akan diundang untuk mengikuti pameran di Jakarta pada bulan Juli 2006 dan pemenangnya akan diikuti dalam kontes tingkat dunia di New York, AS.*

Peluncuran SIP Global Plan

Pada 26 Maret 2006 lalu, PT Supreme Indo Pertiwi (SIP) merayakan ulang tahunnya yang ke-4 di Sasono Langen Budoyo, TMII, Jakarta. Dalam acara yang dihadiri tak kurang dari 600 Supreme Generation (sebutan untuk mitra usaha) tersebut diluncurkan pula SIP Global Plan. SIP adalah sebuah perusahaan MLM yang mengusung *brand* Jason Winters International yang selama 25 tahun telah merambah ke seluruh dunia. Kasiat produk yang khusus digunakan untuk kanker ini telah dikenal dalam sebuah buku yang berjudul *Killing the Cancer*. Demikian siaran pers SIP.*

INFO REDAKSI

Siapakah Pakar DS/MLM di Indonesia saat ini?

Pertanyaan di atas begitu menggelitik dan menarik untuk dicarikan jawabannya. Mengapa? Karena setelah Andrias Harefa --yang sempat didapuk oleh media sebagai ahli atau pakar DS/MLM-- tidak lagi intens mengamati dan menyatakan diri bukan lagi pengamat industri ini. Makanya, ada semacam kekosongan “sumber opini” yang netral. Mau bertanya kepada para akademisi? Itu juga sulit, mengingat sedikitnya (bahkan mungkin tidak ada) perhatian mereka terhadap industri ini. Apalagi penelitian mengenai DS/MLM, hampir tidak ada. Jadi, para akademisi pun mungkin memiliki keterbatasan otoritas dalam beropini. Lalu, siapa yang seharusnya menjadi sumber-sumber opini yang punya otoritas untuk memberikan pernyataan-pernyataan atau hasil amatannya terhadap industri ini? Tak lain adalah para pelaku industri ini sendiri. Mungkin mereka adalah para pimpinan perusahaan DS/MLM yang bisa mengamati perkembangan industri ini secara netral, dan yang pasti adalah para pengurus APLI. Yang terakhir ini, selain punya bobot dari segi pengalaman dan praktik di lapangan, mereka juga punya kadar otoritas dilihat dari *background* kelembagaannya.*

INFO SEKILAS

APLI Peduli Bencana Gempa di Yogya dan Jateng

Gempa yang terjadi tanggal 27 Mei 2006 di Yogyakarta dan Jawa Tengah itu sungguh memilukan hati dan menyentak perhatian kita semua. Kepiluan yang terjadi di Aceh akhir 2004 lalu seperti terulang kembali. Kali ini, lebih dari 6.000 korban jiwa melayang, ribuan lainnya menderita luka-luka serta kehilangan tempat tinggal. Sementara itu, bencana susulan berupa bahaya kelaparan dan datangnya penyakit mengancam ratusan ribu warga yang terkena bencana.

Di tengah kengerian dan kepiluan tersebut, untunlah solidaritas sosial masyarakat kita tetap tinggi. Dalam waktu yang tidak terlalu lama, ratusan sukarelawan, baik secara pribadi maupun kelembagaan, segera membentuk posko-posko kemanusiaan untuk menggalang dan menyalurkan dana bantuan. Untuk itu, salut kepada mereka semua, termasuk sejumlah media yang begitu sigap membuka rekening penerimaan dan penyaluran bantuan.

Perusahaan-perusahaan DS/MLM anggota APLI juga tidak tinggal diam. Baik melalui inisiatif para pimpinan dan karyawannya, dengan sigap mereka menyalurkan bantuan kepada para korban gempa. Sebagian lagi memberikan bantuan khusus kepada para mitra usaha yang kebetulan tinggal di daerah bencana. Tujuannya sama, yaitu meringankan beban penderitaan saudara-saudara kita.

Secara kelembagaan, APLI melalui Bidang Dana dan Sosial juga telah mengumpulkan bantuan dari para anggota untuk kemudian disalurkan kepada pihak yang terkait. Kegiatan ini melanjutkan tradisi kepedulian APLI sebagai sebuah asosiasi yang juga peduli terhadap rasa kemanusiaan dan beban penderitaan sesama. Kepedulian anggota-anggota APLI dalam meringankan beban saudara-saudara kita ini patut kita berikan apresiasi. Semoga solidaritas sosial ini senantiasa tumbuh dan lestari di antara kita semua.*