

# INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXXIV/Oktober-Desember 2006

## SAJIAN EDISI INI

### FOKUS

Industri DS/MLM 2007:  
Tantangan dan Prospeknya

### WAWANCARA

Tommy Setiawan: Saatnya MLM  
Menggali dan Mengedepankan Value

### KOLOM ANDREW HO

Belajar Menanggung Risiko  
Kehidupan dari Anak Kecil

### BASIC DIRECT SELLING

Membangun Kebiasaan Unggul  
Top Leader MLM

### DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Kebiasaan Unggul Top Leader

### BUKU PILIHAN

Menjadi Top Leader MLM

### ANALISIS PIRAMID

Mengapa Orang "Mau Jadi Korban" Money  
Game atau Skema Piramid?

### SELF-DEVELOPMENT

Eni Kusuma: Orang Malas Dilarang Belajar



**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](mailto:apli@cbn.net.id). *All Rights Reserved*. Dilarang memperbanyak tanpa seizin penerbit.

## EDITORIAL

### Menunggu Ditegakkannya Peraturan Tentang SIUPL

Tabloid *Kontan* dalam Edisi No.6/XI tanggal 13 November 2006 lalu menyajikan *headline* berita berjudul "Saatnya Bersih-Bersih MLM". Lalu pada halaman dalam, tabloid ekonomi terkemuka ini menghadirkan judul tulisan "Beleid Kurang Menggigit". Mengapa media sampai menciptakan sebuah judul berita yang begitu galak seperti itu, sekaligus ditambahi dengan judul berita yang terkesan 'agak menyangsikan'?

Tampaknya, sikap kritis media tersebut memang beralasan. Dan, ini pun "sejiwa" dengan aspirasi kalangan DS/MLM umumnya, dan semua anggota APLI khususnya. Aturan baru tentang SIUPL (dulu SIUPB) sudah diteken Menteri Perdagangan Mari Elka Pangestu pada Maret 2006 lalu. Kemudian, pemerintah memberi masa tenggang selama enam bulan kepada perusahaan-perusahaan DS/MLM agar segera berbenah sesuai dengan ketentuan baru tersebut.

Nah, bila setelah habisnya masa tenggang perusahaan-perusahaan masih membandel, maka kabarnya pemerintah akan melakukan "bersih-bersih" alias tindakan tegas. Faktanya, hingga detik ini, dari 190 perusahaan pemegang izin lama (SIUPB), ternyata baru 50 perusahaan yang sudah memperbarui izin usahanya (SIUPL). Berita terakhir adalah bila sampai akhir November ini masih ada pemegang IUPB yang belum memiliki SIUPL maka akan ada tindakan "keras" dari Pemerintah dan semua penggantian IUPB sesudah November 2006 dianggap permohonan baru.

Kita semua berharap, pemerintah benar-benar menegakkan aturan yang sudah dibuat dengan susah payah ini. Jika tidak, maka pelanggaran demi pelanggaran terhadap aturan akan terus berlangsung, dan mungkin akan semakin sering terjadi. Akibatnya? Aturan tinggal aturan dan tidak ada yang menghormati lagi. Ini kurang bagus bagi wibawa pemerintah yang bisa-bisa dianggap hanya mampu membuat peraturan, tetapi "ogah" menegakkannya. Bagi APLI dan para anggotanya yang tertib, lemahnya penegakkan aturan juga berpotensi mengancam perkembangan industri DS/MLM secara keseluruhan. Tanpa penegakkan aturan, industri ini akan bergerak seperti dalam hukum rimba saja.\*

- Faktanya, hingga
- detik ini, dari 190
- perusahaan
- pemegang izin lama
- (SIUPB), ternyata
- baru 50 perusahaan
- yang sudah
- memperbarui izin
- usahanya (SIUPL).

## Industri DS/MLM 2007: Tantangan dan Peluang

*Tabun 2006 akan segera kita lewati dan tahun 2007 telah menanti. Bagaimana gambaran tantangan dan peluang industri DS/MLM di Indonesia pada tahun-tahun mendatang? Berikut analisisnya.*

Dua tahun belakangan, industri DS/MLM di Indonesia mengalami pasang surut yang lumayan tajam. Penyebabnya, tak lain dan tak bukan adalah fluktuasi situasi ekonomi makro dan sejumlah kebijakan pemerintah, berikut akibat-akibat turunan lainnya.

Kebijakan kenaikan harga BBM beberapa waktu lalu misalnya, mendatangkan dampak berantai yang hingga kini belum sepenuhnya hilang. Begitu harga BBM naik, hampir semua barang kebutuhan masyarakat pun mengalami kenaikan harga. Ada yang naiknya cukup tinggi, ada pula yang sekadar melakukan penyesuaian.

Alhasil, hampir tidak ada satu komponen ekonomi pun yang tidak mengalami penyesuaian. Termasuk dalam hal pola konsumsi masyarakat, tampak sekali ada perubahan yang cukup signifikan. Ketika hampir semua barang kebutuhan naik harganya, otomatis masyarakat akan melakukan penyesuaian pola konsumsi. Masyarakat pun mulai bertindak lebih ekonomis dengan menekan pengeluaran.

### Dampak Berlanjut

Kalangan DS/MLM pun merasakan perubahan pola dan perilaku konsumsi masyarakat tersebut. Dalam dua tahun terakhir ini, tampak sekali bahwa muncul kecenderungan masyarakat untuk mengurangi pengeluaran-pengeluaran yang "tidak perlu". Mendadak masyarakat terasa menjadi lebih sensitif terhadap harga-harga produk yang ditawarkan perusahaan-perusahaan DS/MLM.

Belum ada kajian mendalam mengenai hal tersebut. Ada dugaan yang cukup kuat bahwa perusahaan-perusahaan DS/MLM yang menawarkan produk-produk untuk level menengah ke atas relatif tahan terhadap dampak ekonomi tersebut. Mengapa? Sebab, mereka memasarkan produk-

produknya ke segmen yang tidak terlalu sensitif terhadap harga.

Sebaliknya, ada dugaan yang juga cukup kuat bahwa perusahaan-perusahaan DS/MLM yang membidik segmen pasar menengah ke bawah mengalami penurunan omzet yang cukup berarti. Dugaan ini cukup bisa dimengerti karena mayoritas distributor atau konsumen perusahaan-perusahaan DS/MLM tersebut relatif lebih sensitif terhadap kenaikan harga.

Nah, apakah tren seperti di atas akan terus berlanjut hingga tahun-tahun berikutnya? Atau, adakah tantangan-tantangan atau peluang-peluang lain yang dapat lebih menggairahkan industri DS/MLM di Tanah Air?

### Tantangan Eksternal

Untuk menjawab pertanyaan di atas, akan menarik sekali bila kita menyimak analisis Tommy Setiawan, seorang leader MLM yang sebentar lagi meluncurkan bukunya berjudul *Blow!* (red: baca Rubrik Wawancara).

Menurut Tommy, setidaknya ada empat tantangan besar yang harus dihadapi oleh dunia DS/MLM saat ini. Tantangan tersebut adalah majunya dunia retail, industri waralaba, serta maraknya *money game*.

Menurut Tommy, majunya dunia retail, terutama dengan kehadiran begitu banyak minimarket maupun supermarket di tengah-tengah pemukiman penduduk, harus diwaspadai pelaku DS/MLM. Kehadiran mereka jelas menjadi kompetitor bagi distributor DS/MLM yang melakukan penjualan langsung kepada konsumen. Terlebih lagi bila produk-produk yang dijual oleh para distributor ada substitusinya di gerai retail.

Kedua, majunya industri waralaba telah menjadikan peluang usaha yang ditawarkan perusahaan-perusahaan DS/MLM tidak seseksi dulu lagi. Artinya, kini tersedia semakin

**"Sebaliknya, ada dugaan yang juga cukup kuat bahwa perusahaan-perusahaan DS/MLM yang membidik segmen pasar menengah ke bawah mengalami penurunan omzet yang cukup berarti."**

---

---

banyak pilihan bagi masyarakat yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan atau bahkan bisnis yang menyeluruh.

Menurut Tommy, sepuluh atau dua puluh tahun sebelumnya, DS/MLM menjadi pilihan yang sangat memikat. “Tetapi sekarang, pilihan semakin banyak. Jika ini tidak diantisipasi, maka besar kemungkinan MLM akan menjadi pilihan yang terakhir,” jelas Tommy.

Masalah berikutnya adalah masih maraknya *money game* dan skema piramid yang sudah pasti akan membawa dampak negatif bagi perkembangan DS/MLM secara keseluruhan. Sekalipun masyarakat sudah mulai mengenali culasnya bisnis ini, namun faktanya masih banyak saja korban yang berjatuhan. Parahnya lagi, media massa sulit membedakan mana MLM yang benar dan mana yang *money game*. Makanya, di mata sebagian para jurnalis yang tidak cukup paham tentang industri ini, *money game* tidak ada bedanya dengan MLM (baca INFO APLI edisi lalu).

### Tantangan Internal

Selain tantangan-tantangan eksternal di atas, perkembangan industri DS/MLM juga sangat dipengaruhi oleh dinamika internal masing-masing perusahaan. Masih menurut Tommy, sejumlah penyimpangan internal yang dilakukan oleh distributor—atau bisa pula oleh manajemen perusahaan—juga mempengaruhi citra industri ini. Apabila penyimpangan-penyimpangan tidak segera diluruskan, maka persepsi negatif masyarakat bakal mudah terbentuk.

“Mereka yang gagal di bisnis ini bisa menjadi ‘penyebarkan berita buruk yang paling baik’. *Bad news is good news*. Ini bisa semakin memperpuruk citra MLM di tengah-tengah masyarakat. Akibatnya, peluang bisnis yang ditawarkan MLM menjadi tidak seksi seperti dulu,” jelas Tommy.

Tantangan internal memang lebih merujuk pada soal penegakan kode etik yang berlaku di masing-masing perusahaan, serta kode etik asosiasi yang umumnya menjadi acuan semua perusahaan anggota. Kenyataannya, menegakkan kode etik ini merupakan proses yang berkelanjutan. Artinya, itu harus terus diupayakan secara terus-menerus selama perusahaan tersebut masih eksis.

Namun, selain persoalan citra di atas, kita semua pasti sepakat bahwa salah satu tantangan sekaligus peluang untuk membangkitkan lagi industri DS/MLM adalah pada kemauan semua pihak untuk melakukan inovasi dan perubahan-perubahan.

Dan, sejauh yang kita pantau, perubahan maupun inovasi tersebut juga sedang berlangsung, walau intensitasnya mungkin perlu ditingkatkan lagi. Sebut contoh, misalnya sejumlah perusahaan DS/MLM semakin mendekati diri kepada masyarakat dengan cara membuka gerai-gerai, butik, atau kafe di pusat-pusat perbelanjaan. Dalam sejumlah event pameran pun mereka ikut serta.

---

---

**“Kita semua pasti sepakat bahwa salah satu tantangan sekaligus peluang untuk membangkitkan lagi industri DS/MLM adalah pada kemauan semua pihak untuk melakukan inovasi dan perubahan-perubahan.”**

---

---

Tujuannya bukan melulu untuk memprospek orang supaya bergabung menjadi member atau penjualan langsung, tapi lebih kepada peningkatan *awareness* masyarakat terhadap produk dan perusahaan DS/MLM tersebut. Tampaknya, keberanian untuk unjuk diri ini harus semakin digalakkan tanpa harus memundurkan jatidiri sebagai sebuah perusahaan penjualan langsung.

### Brand Awareness

Belakangan, kita juga mendapati semakin banyak perusahaan DS/MLM yang beriklan atau melakukan *public relations campaign* yang cukup intensif. Walaupun kegiatan-kegiatan dengan fokus peningkatan *brand awareness* ini masih monopoli perusahaan-perusahaan berkantong tebal, namun langkah tersebut tetap merupakan angin segar bagi industri ini.

Setidaknya, ada kesadaran yang mulai menegas bahwa industri DS/MLM tidak bisa selamanya menjauhkan diri dari aktivitas-aktivitas komunikasi pemasaran secara umum. Jika ingin lebih dikenal oleh masyarakat, aktivitas tersebut harus tetap dilakukan, tentunya dengan kadar inovasi dan kreativitas yang juga harus tinggi.

Ke depan, tampaknya masih banyak inovasi dan kreativitas yang harus dilahirkan atau ditampilkan oleh perusahaan-perusahaan DS/MLM ke hadapan publik. Mengapa demikian? Karena, dengan perubahan, inovasi, dan kreativitaslah maka keberadaan industri ini masih akan tetap dibutuhkan dan diperhitungkan oleh masyarakat.

Jika inovasi dan kreativitas berhenti, bisa jadi industri DS/MLM hanya menjadi penggembira saja dalam kancan perekonomian. Kehadirannya menjadi tidak signifikan lagi untuk menggerakkan perekonomian, seperti yang selama ini kita dengung-dengungkan. Jadi, mari berinovasi tiada henti.(ez)

## Tommy Setiawan: Saatnya MLM Menggali dan Mengedepankan Value

Dalam sejarah industri DS/MLM di Indonesia, masih belum banyak muncul pemikiran-pemikiran kritis dan strategis terkait dengan perkembangan industri ini. Kebanyakan, analisis-analisis perkembangan industri ini justru disuarakan oleh para pengamat pemasaran umum atau kalangan media massa. Justru analisis-analisis yang datang dari pelaku atau praktisi bisnis DS/MLM masih kurang sekali. Oleh sebab itu, kali ini *INFO APLI* menampilkan Tommy Setiawan, seorang praktisi dan *leader* MLM, yang mengajukan gagasan-gagasan segarnya dalam label konsep Blow!

Tommy Setiawan sebelumnya bekerja di sejumlah perusahaan multinasional yang bersinggungan dengan industri pengolahan dan pengemasan makanan. Tahun 2004 ia baru menekuni MLM setelah merasakan manfaat nyata dari sebuah produk. Berdasarkan pengalaman dan pengamatannya, Tommy mengembangkan sebuah grup distributor dengan merek Mitra Sehat Club (MSC).

Berikutnya, Tommy mulai mengembangkan grup distributornya dengan menggunakan pendekatan *value*. Ternyata, konsep yang dipraktikannya itu membuahkan hasil dan menjadi wacana baru bagi bisnis MLM. Sejumlah *top leader* yang menjadi seniornya pun mulai mengakui bahwa sudah saatnya bagi para pelaku bisnis MLM untuk tidak lagi mengesampingkan masalah *value* dalam mengembangkan bisnisnya.

Kini, Tommy hendak membagikan pengalaman, hasil pengamatan, serta analisisnya mengenai pentingnya mengedepankan *value* bisnis MLM. “Sebab, tantangan kita banyak sekali. Makanya kita harus berinovasi,” tegas Tommy kepada Edy Zaqeus dari *INFO APLI*. Berikut petikan wawancara dengan Tommy, yang pada awal 2007 nanti akan segera meluncurkan buku analisis MLM yang berjudul *BLOW!*.

### Gambaran umum konsep Blow! seperti apa?

Secara umum, konsep Blow! lebih memandangi kepada anggota sendiri, tidak bermain di area sistem komisi. Tidak juga main di area produk. Kita lebih mengarah ke inovasi sifat keanggotaan di MLM itu sendiri.

### Mengapa demikian?

Saya lihat, semenjak MLM itu berdiri di Indonesia 20 tahunan lalu, yang ditampilkan ya itu-itu saja. Padahal, dari sisi produk sudah berkembang sekali. Banyak sekali inovasinya. Cuma kalau kita lihat dari sisi sifat keanggotaan, ya penekanannya pada sistem komisi saja. Rata-rata, dalam rentang 20 tahun, sistem komisi sudah direvisi beberapa kali. Tergantung *business scale* perusahaan.

### Apakah itu bermasalah?

Bisa bermasalah, bisa pula tidak. Kalau semuanya bisa *running well* seperti dulu, masyarakat masih *mood* dan sangat *wellcome* dengan MLM, itu tidak masalah. Tapi kalau kita lihat sekarang, banyak sekali faktor yang berubah. Secara internal, ada penyimpangan-penyimpangan yang membuat *image* MLM jelek. Dari eksternal, ada praktik kriminal *money game*. Lalu, banyak juga orang yang merasa buntu dan tidak berhasil di bisnis ini. Makanya, di mana-mana yang tersebar adalah *bad news*. Faktor eksternal lain, dan sangat signifikan mempengaruhi, adalah tren divergensi.

### Apa maksudnya tren divergensi?

Era 2000-an ke atas ini, pola pemenuhan *satisfaction* masyarakat atau pelanggan semakin sulit dan mahal. Makanya perlu modifikasi. Contohnya, kalau dulu *handphone* yang bisa berbunyi dan layarnya *black and white* pun sudah mahal dan dikejar-kejar konsumen. sekarang, kalau tidak pakai kamera kan *vaule*-nya kurang. Konsekuensinya, pertama, konsumen jadi makin mahal dan sulit dipuaskan. Kedua, sisi positifnya, hal itu menimbulkan peluang usaha yang baru. Otomatis, kalau kita balik ke MLM, itu memberikan ruang bagi *improvement*. Masalahnya, banyak pelaku bisnis MLM—baik dari manajemen perusahaan MLM ataupun *top leader*—yang tidak melihat peluang-peluang itu.

### Mengapa bisa demikian? Apa saja faktor penyebabnya?

Simple aja. Itu kesalahan klasik. Gampangannya, kalau kita jualan itu kan bukan apa yang menurut kita baik. Tapi, apa yang menurut orang atau calon pembeli itu baik.

---

---

Jadi, apa yang dipersepsi baik menurut pengusaha itu belum tentu dipersepsi baik menurut konsumen. Sepuluh tahun yang lalu, barang yang bagus pasti laku. Sekarang tidak. Kalau saya contek konsepnya Hermawan Kartajaya, konsumen sekarang semakin irasional. Dulu, barang bagus pasti laku, kalau tidak bagus tidak laku. Itu rasional banget. Sekarang, belum tentu. Yang laku malah barang kurang bagus. Bagaimana dong?

### Faktor emosional berperan?

Ya. Makanya, perlu kejelian dalam melihat dan menangkap peluang pasar seperti itu. Apa yang dibutuhkan, apa yang sedang tren.

### Tawaran Anda dalam melihat konsumen dari sisi "irasionalitas" mereka?

Begini, konsumen dalam konteks MLM itu ada dua. Satu adalah *downline* atau anggota MLM, kedua adalah pembeli produk nonanggota. Dari kacamata pebisnis MLM, mereka bisa dilihat berbeda tetapi dalam satu kesatuan. Sebab, mereka tetap berafiliasi kepada produk kita, sebagai anggota maupun pemakai produk. Yang saya lihat selama ini, paradigma lama MLM, yang selalu ditawarkan lebih pada cara berbisnis dengan sekian banyak peluangnya. Bukan produknya. Awal 80-an sampai 90-an, itu seksi sekali. Seolah tanpa perlu kerja keras, asal ikut pakem yang berlaku, semua bisa jalan dan ada hasil. Mengapa? Karena itu didukung oleh suasana antusiasme yang tinggi.

### Bagaimana posisi produk di MLM?

Dari awal perkembangan MLM sampai sekarang, produk hanya dijadikan sebagai alat atau sarana. Sementara yang dikejar adalah jaringan. Dan, yang ditawarkan memang jaringan. Konsep Blow! itu ingin mengajak MLM kembali kepada hakikatnya; produk sebagai *a way of marketing*. Karena tujuan kita kan supaya produk berpindah tangan dari produsen ke *end user*. Marketing itu adalah suatu sistem komunikasi untuk mempengaruhi massa supaya mereka *attach* dengan produk kita, dengan mengedepankan *value*. Konsep Blow! mengajak orang menjual barang tetapi dengan cara sedemikian rupa—sehingga orang tidak membeli karena dipaksa atau dimanipulasi—tetapi karena mendapatkan *value* dari barang tersebut. *Value* itu tidak hanya dalam hal produk, tetapi juga cara penyampaian, pendekatan, atau cara menawarkan, dll.

### Apa tujuan mengedepankan *value* dalam bisnis ini?

Karena kita menggunakan pendekatan *value*, anggota yang sudah bergabung maupun konsumen yang belum bergabung itu sebisa mungkin merasakan bahwa memang

ada nilai dalam produk itu. Okelah, tahun 80-an MLM bisa monopoli produk-produk tertentu, misalnya Ester-C. Tapi, sekarang kan ada tiga kompetitor? Kalau produk-produk MLM ada substitusi di jalur retail atau OTC, dengan *lay out* konter yang ber-AC dan segala macam, lalu apa daya saing kita? Memang, belum semua produk MLM ada pembandingnya. Tapi itu kan soal waktu saja. Makanya, kita harus pikirkan apa daya saing kita kalau bukan *value*?

### Solusi yang Anda tawarkan?

Konsep Blow! menegaskan, bahwa "B" artinya *benefit* (keuntungan). Dan *benefit* itu berkaitan erat dengan *value*. Nah, *value* itu kan apa yang Anda dapat dari suatu produk dibandingkan dengan uang yang Anda keluarkan. Kalau membeli barang, berarti Anda mengeluarkan uang, dan apa yang Anda dapat? Manfaat produknya apa? Lalu, ada nggak *emotional attachment* karena sembuh, puas sekali, atau tertolong berkat produk itu? Itulah *value*-nya.

### Tantangan MLM saat ini?

Tren divergensi membuat tawaran peluang bisnis menjadi semakin banyak. Banyak sekali peluang usaha baru yang lebih seksi. Termasuk *franchise* yang baru dibuka tahun 1997. Ibaratnya, kalau mau cari duit itu banyak alternatifnya selain di MLM. Lalu, karena hambatan-hambatan internal dan eksternal, *image* negatif seperti saya bilang tadi, ya akhirnya MLM bisa-bisa menjadi pilihan yang terakhir...

### Belum lagi serbuan peluang usaha di balik bisnis retail?

Ya. Sekarang kalau kita mau butuh kosmetik, toiletris, pasta gigi, pembersih wajah, dulu kan mesti jalan jauh untuk mendapatkan. Sekarang, di setiap ujung jalan perumahan kan ada minimarket. Buat konsumen, dipermudah. Jalan lima menit ada minimarket dan semua barang yang mau dibeli ada di situ. Cuma buat pengusaha MLM, itu kan kompetitor?

### Bagaimana pelaku MLM menyikapi?

Ya, dengan *value*. Ingat, orang terikat pada suatu produk bukan karena kualitas atau *brand*-nya saja. Rinso itu umurnya sudah hampir 200 tahun, sejak zaman Belanda. Kenapa orang masih fanatik, sekalipun merek-merek baru menyerbu? Karena ada ikatan emosional antara merek itu dengan konsumennya. Kalau di MLM, bagaimana caranya supaya konsumen terikat dan cocok dengan suatu produk? Kita harus membuat sesuatu yang lebih nyata dari sekadar produk. Pelanggan membutuhkan sesuatu yang bisa meyakinkan mereka, bahwa produk itu benar-benar memenuhi kebutuhan mereka.(ez)



Foto: Dokpri

## **Belajar Menanggung Risiko Kehidupan dari Anak Kecil**

*“Remember that great love and great achievements involve great risk.*

*—Ingat! Cinta yang besar dan prestasi tinggi melibatkan risiko yang besar pula.”*

~ Anonim

Risiko memiliki komponen ketidakpastian. Seumpama seseorang melompat dari gedung berlantai 21 dan mengenakan parasut di punggungnya, ia tidak punya kepastian apakah nantinya parasut itu terbentang dengan baik ataukah tidak. Jika parasut itu gagal di kembangkan, dia berisiko terluka atau meninggal. Tetapi jika ia terjun tanpa parasut, jelaslah ia pasti meninggal dan berarti ia sama sekali tidak menghadapi risiko. Karena risiko itu ditandai dengan berbagai kemungkinan atau ketidakpastian.

Risiko juga bersifat perorangan. Kalaupun misalnya terjadi luberan lumpur panas seperti yang terjadi di Porong – Jawa Timur itu pasti tak hanya dihadapi perusahaan pengebor gas bumi. Tetapi risiko luberan lumpur panas tersebut juga menimpa semua komponen, diantaranya para pemegang saham, kreditur, dewan direksi, pegawai, terlebih penduduk sekitar yang harus mengungsi meninggalkan rumah dan harta benda karena terendam lumpur panas, dan lain sebagainya.

Kita menghadapi risiko setiap hari entah pada saat kita menyeberang jalan, makan, sekolah atau mengejar angkutan kota untuk berangkat kerja atau bahkan pada saat tidur. Beberapa sikap hati-hati sekalipun juga mengandung risiko. Contoh kita mencuci buah-buahan dan sayuran dengan larutan khusus supaya terhindar dari dampak penggunaan pestisida yang

melekat pada buah-buahan dan sayuran. Tetapi ternyata langkah tersebut juga memiliki konsekuensi negatif yaitu berkurangnya vitamin dan mineral yang terkandung di dalamnya.

Dengan kata lain, risiko menguasai berbagai area dalam kehidupan pribadi maupun dalam kehidupan profesional di manapun kita berada. Kendati demikian, jangan sampai kita berkeinginan untuk tidak menghadapi risiko, karena hal itu sangatlah tidak produktif. Segala risiko tak harus mengganggu kelangsungan aktifitas kita sehari-hari ataupun upaya kita untuk menjadi lebih baik.

Baiknya kita tidak belajar bagaimana menghadapi risiko dari anak kecil yang mencoba memulai langkah-langkah pertamanya. Umumnya mereka teguh berusaha melangkah, walaupun risikonya ia harus berkali-kali terjatuh. Lambat laun setelah terus mencoba, maka ia akan dapat berjalan bahkan berlari.

Contoh lain anak kecil itu ingin mengambil sesuatu di atas meja yang lebih tinggi dari tubuhnya sendiri. Untuk mendapatkan posisi yang strategis dan dapat menjangkau

benda tersebut mungkin ia berusaha menyusun beberapa kursi. Bisa jadi ia berhasil mendapatkan posisi yang ideal, tetapi tak jarang ia harus menghadapi risiko kursi terguling dan ia terjatuh ke lantai.



Foto: Istimewa

Yang sering terjadi, anak itu mungkin menangis sebagai bentuk ungkapan rasa sakit. Tetapi itu hanya sebentar. Ia akan berusaha sekali lagi, dan tak pernah putus asa mencoba terus. Ketika ia sudah berhasil menjangkau benda yang ia maksud, ia pasti sudah melupakan rasa sakit atau kepalanya yang benjol akibat berulang kali terjatuh.

Sikap anak kecil sebenarnya pelajaran bagi kita untuk terus berupaya meskipun nantinya kita mungkin menghadapi risiko. Mereka yang gagal karena memilih berhenti ketika menghadapi risiko, misalnya gagal, ditipu orang, krisis karena situasi bisnis kacau dan lain sebagainya. Tetapi tak sedikit diantara mereka yang sangat berhasil karena menjadikan kegagalan sebagai pelajaran berharga dan terus berupaya.

Pebisnis sukses seperti Donald Trump berani berinvestasi pada bisnis-bisnis potensial tetapi berisiko tinggi. Ia pernah menanggung risiko kebangkrutan dan hutang sebesar 2 milyar USD pada tahun 1990-an. Sampai-sampai ia tak dapat membayar hutang tersebut. Tetapi pria lulusan University of Pennsylvania's Wharton School itu tetap optimis dapat menciptakan sesuatu yang besar dan istimewa.

Ia kembali memanfaatkan kemampuan bernegosiasi dan kepintarannya untuk kembali berinvestasi. Ia memiliki keberanian menembus dunia bisnis yang penuh dengan risiko dan melakukan manuver bisnis yang paling luar biasa dalam sejarah, sampai akhirnya mampu merajai bisnis di bidang perhotelan, kasino, real estate dan lain sebagainya. Keberanian melangkah sekaligus menanggung risiko berbisnis menjadikan Donald Trump sekarang sebagai salah seorang terkaya di dunia.

Seandainya Donald Trump tak memulai langkahnya di dunia bisnis, dijamin pasti dia tak akan mengalami risiko gagal. Dengan kata lain, orang-orang sukses di dunia ini memulai segala segala keberhasilan dengan berenang dalam lautan risiko. Jika kita memilih sukses, maka langkah yang paling tepat untuk menyongsong sukses itu adalah segera memulai dan terus mencoba.

Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwasanya kegagalan adalah bagian dari paket kesuksesan. Jika kita menyerah pada saat kita gagal maka kita tak akan pernah menyadari begitu dekat posisi kita dengan kesuksesan itu. Bila kita cukup memahami bagaimana cara menanggung risiko dari seorang anak kecil, maka jangan pernah lagi menghitung berapa kali kita gagal, melainkan menentukan secara pasti kapan kita bisa sukses dengan berusaha, berubah, dan memperbaiki strategi secara simultan atau terus menerus. □

*\* Andrew Ho adalah motivator, pengusaha, dan penulis sejumlah buku bestseller. Baru-baru ini dia merilis buku berjudul "The Power of Network Marketing" yang ditulisnya bersama KH Abdullah Gymnastiar dari MQ Corporation. Artikel berikut ini sebelumnya pernah dimuat di Pembelajar.com, dan dimuat kembali di sini atas izin dari penulisnya.*

### 7+3 Tahun Penjara untuk Pelaku Piramid di Kanada

Michael Ritter, 49 tahun, pelaku skema piramid internasional kelas kakap telah dijatuhi hukuman penjara selama sepuluh tahun di sebuah pengadilan di Kanada. Ini merupakan kasus keuangan terbesar dalam sejarah Kanada karena melibatkan perputaran uang hingga 270 juta dollar AS. Seperti dikutip *Associated Press* (31/10), hakim Elizabeth Johnson menyatakan, "Ini merupakan jumlah uang yang benar-benar mencengangkan. Pemecahan kasus ini telah menjadi preseden hukum di Kanada." Ritter menjalankan perusahaan keuangan bernama Newport Pacific Financial Group, yang tanpa disadarinya ternyata ikut menjalankan bisnis pencucian uang sebesar 43 juta dollar, hasil pencucian dari Merrill-Lynch di New York. Selain terlibat bisnis pencucian uang, Ritter juga menjalankan skema piramid yang menjanjikan untung 20 persen dalam tiga bulan (80 persen setahun). Dari bisnis skema piramid ini Ritter diganjar tujuh tahun penjara, sedang tiga tahun tambahannya dia dapat dari keterlibatannya di bisnis pencucian uang. Ritter sendiri ternyata punya sangkut paut dengan penipu lain, yaitu Larry Osaki—pendiri skema piramid JT Wallenbrock & Associates di Kalifornia, AS—yang telah dijatuhi hukuman 20 tahun penjara. Pada tahun 2002, Ritter mendapatkan bantuan dana dari Osaki dan kemudian menggunakannya sebagai modal untuk mendirikan skema piramid Village Capital Trust di Edmonton, Kanada. Seorang korban yang berasal dari Amerika mengaku suaminya telah kehilangan 300.000 dollar. Dalam persidangan terbongkar, selain menggunakan uang jarahan piramid untuk kepentingan pribadinya, Ritter juga menggunakannya untuk kegiatan filantropis. Tetapi, kebanyakan memang untuk membeli kondominium dan pesawat pribadi. Terungkap pula, Ritter memalsukan gelar sarjana hukumnya dari London School of Economics. Dia juga bohong ketika mengaku pernah magang kerja di British House of Lords.\*

### Money Game Marak di Srilanka

Tak kurang dari 14.000 orang harus siap-siap menjadi korban empuk sebuah bisnis *money game* (skema ponzi) di MT Lavinia, Srilanka. Dua warga negara India sedang diincar oleh pihak kepolisian karena mengotaki *money game* bernama Seagullsoftwares yang berbasis internet. *Money game* ini menjanjikan hasil investasi supergila, yaitu sebesar 60 persen setiap bulannya (720 persen per tahun). Jika seorang member bergabung dengan membayar 6.500 rupee, maka dalam sebulan ia akan mendapat hasil bersih 4.000 rupee. Padahal, bank-bank di Srilanka hanya memberikan bunga 13,5 persen per tahunnya sedang aturan resmi pemerintah hanya menawarkan bunga bank 12 persen per tahun. *Money game* ini mulai beroperasi pada Januari 2006 lalu dan mulai menuai masalah hanya beberapa saat kemudian. Pemerintah Srilanka telah mengundang sebuah undang-undang untuk mengkonter maraknya skema piramid setelah ribuan orang menjadi korban kolapsnya Goldquest pada tahun 2004 lalu. Bank Sentral Srilanka melaporkan bahwa negara itu telah kehilangan 15 juta dollar AS dan telah membentuk unit penyelidikan khusus yang menginvestigasi Goldquest. Namun, dalam situasi yang kontroversial, unit investigasi itu akhirnya dibubarkan setelah berhasil menangkap sejumlah member Goldquest. Pada saat yang sama, *money game* mulai marak lagi di sejumlah pelosok Srilanka. Demikian laporan Asantha Sirimanner (29/10).\*

## Membangun Kebiasaan Unggul Top Leader MLM

*Begitu seseorang masuk sebagai member MLM, kebiasaan unggul sebagai seorang leader harus mulai dibangun.*

Dalam serial buku *Rich Dad Poor Dad*, Robert Kiyosaki sering menyatakan bahwa bisnis MLM merupakan sekolah bisnis yang sangat bagus untuk dimasuki oleh setiap orang yang ingin maju secara finansial. Sementara dalam sebuah wawancara, Andrias Harefa, penulis buku-buku *bestseller*, juga menyatakan bahwa bisnis MLM merupakan salah satu wadah pembelajaran kewirausahaan yang sangat bagus bagi generasi muda. Pendek kata, MLM dapat diposisikan sebagai sebuah Sekolah Kehidupan.

Pandangan-pandangan di atas tidak mengada-ada sama sekali. Bisnis MLM memang menawarkan rangkaian proses pembelajaran yang mungkin tidak akan ditemui di tempat lain. Dalam bisnis ini, orang benar-benar ditantang untuk melakukan proses pengembangan diri semaksimal mungkin. Jika tidak mampu menjalani proses tersebut, maka bisa dipastikan keikutsertaan seseorang di bisnis ini akan seumur jagung saja.

Dalam proses pembelajaran di bisnis MLM, salah satu hal terbaik yang bisa dilakukan adalah membangun kebiasaan-kebiasaan unggul. Kebiasaan unggul ini bisa didapat dari berbagai pengalaman langsung di lapangan, atau dari proses penalaran dan pengembangan yang sinergis antara pengalaman sendiri dengan pengalaman orang lain. Hampir semua *top leader* MLM menjadikan pengalaman sendiri sebagai salah satu sumber utama strategi pengembangan bisnisnya. Namun, tak jarang pula pengalaman dari sumber-sumber luar juga menjadi inspirasi dan menjadi sangat membantu pengembangan bisnis.

Sukses para *top leader* MLM sejatinya berasal dari kebiasaan-kebiasaan mereka yang positif dan unggul. Kebiasaan itu dipupuk dan dikembangkan selama bertahun-tahun sampai sungguh-sungguh menampakkan hasil. Semisal, kebiasaan dalam hal merekrut secara rutin para member atau calon *leader* baru, kebiasaan berpikir sebagai seorang pemenang, kebiasaan mengatasi masalah dengan kebijaksanaan seorang pemimpin sejati, kebiasaan mengembangkan keterampilan dan potensi diri, dll.

Nah, bagi seorang pemula di bisnis ini, tugas yang sama juga harus dilakukan, yaitu membangun kebiasaan unggul sebagaimana juga dilakukan oleh sponsor atau *upline leader* mereka. Pada prinsipnya, keseluruhan prinsip yang diulas dalam rubrik ini adalah hal-hal yang sifatnya mendasar dan perlu dijadikan sebagai kebiasaan sukses seorang distributor MLM. Namun, tetap ada yang namanya kebiasaan “biasa” serta kebiasaan yang sifatnya “unggul”.

Lalu, apa itu kebiasaan “biasa” dan kebiasaan “unggul”? Kebiasaan “biasa” sebenarnya merujuk kepada prinsip-prinsip mendasar, yang pastinya wajib dijalankan atau dikuasai. Kebiasaan “biasa” di sini tidak bisa diartikan sebagai kebiasaan yang tidak istimewa atau kurang bernilai. Sebaliknya, kebiasaan “biasa” adalah kebiasaan standar yang menjadi *basic* dari kesuksesan. Kebiasaan “biasa” yang standar itu sama pentingnya dengan kebiasaan “unggul”, karena kebiasaan-kebiasaan itu juga menjadi fondasi kesuksesan.

Sementara kebiasaan “unggul” bisa diartikan sebagai kebiasaan khusus yang diyakini bisa mempercepat, memperkuat, dan melestarikan kesuksesan seorang *leader* MLM. Merekrut member baru itu adalah

kebiasaan yang “biasa”. Mengapa? Karena ini merupakan standar aktivitas yang harus dilakukan oleh setiap distributor untuk mengembangkan sebuah grup MLM. Nah, kebiasaan merekrut itu baru disebut unggul bila diarahkan pada hasil rekrut yang sangat berkualitas, serta mampu melahirkan para calon *leader* baru.

Lalu, apa saja kebiasaan unggul para *top leader* MLM yang bisa diteladani dan dibangun oleh para pemain baru di bisnis ini? Kebiasaan unggul *top leader* MLM itu beragam sekali, bahkan bisa berbeda-beda terkait dengan konteks perusahaan dan masa perkembangan MLM itu sendiri.

Namun, ada beberapa kebiasaan unggul yang sifatnya lebih universal—dan bisa dipelajari kapan pun serta oleh siapa pun—yang sangat bermanfaat bagi pengembangan karakter sukses seorang *top leader* MLM. Anda bisa simak dalam tulisan “5 Kebiasaan Unggul Top Leader”.[ez]

**“Kebiasaan unggul bisa diartikan sebagai kebiasaan khusus yang diyakini bisa mempercepat, memperkuat, dan melestarikan kesuksesan seorang leader MLM.”**

## 5 Kebiasaan Unggul Top Leader MLM

Hampir semua *top leader* MLM memiliki kebiasaan-kebiasaan unggul yang memperkuat karakter mereka, menghantarkan mereka ke puncak pencapaian, serta menjadikan sukses mereka di bisnis ini berkelanjutan. Apabila kebiasaan-kebiasaan *top leader* ini dilakukan oleh setiap distributor MLM, maka peluang mereka untuk dapat meraih kesuksesan juga semakin terbuka lebar. Apa saja kebiasaan unggul para *top leader* MLM? Berikut prinsip-prinsipnya.

### 1. Menjadi Pemenang

Seorang *top leader* MLM adalah juga seorang pemenang. Berpikir positif sebagaimana dilakukan oleh para pemenang sudah harus menjadi menu utama dalam upaya kita membangun jaringan bisnis MLM. Memberi komentar-komentar positif yang jujur dan tulus kepada orang lain merupakan investasi kepribadian. Maka, jika kita mulai berpikir dan mengatakan hal-hal negatif, berhentilah! Sebab, seorang *top leader* MLM selalu mengatakan hal-hal yang mengindikasikan bahwa memang ia adalah seorang pemenang. Dan, pemenang sejati adalah mereka yang—bukan saja bisa membuat orang lain merasa jadi pemenang, tetapi—sungguh-sungguh mampu menjadikan orang sebagai pemenang.

### 2. Menjadi Duta Besar

Seorang *top leader* MLM memiliki posisi strategis di antara perusahaan sebagai mitra dengan grup yang dikembangkannya serta masyarakat umum sebagai pelanggan mereka. Karena tanggung jawab yang besar inilah, maka dalam bersikap, berbicara, dan berperilaku, para *top leader* ini harus sangat berhati-hati. Sebagai panutan para distributor sekaligus mitra strategis perusahaan MLM, mereka tak ubahnya mercusuar yang harus memandu kapal-kapal yang berlalu-lalang dengan segala tujuan dan kepentingannya. Nah, prinsip ini sejatinya juga harus dipegang oleh setiap *leader* di berbagai jenjang kedistributoran. Bahkan, prinsip ini harus sudah harus diduplikasikan dalam jaringan sejak dini.

### 3. Terus Melahirkan Pemenang

Rutin merekrut bukanlah keharusan bagi distributor baru saja. Sebab, dari merekrutlah dibuka kemungkinan lahirnya para pemenang atau *leader* baru. Seorang *top leader* yang sudah mapan dan sangat senior pun harus terus merekrut member baru. Tentu saja, cara merekrut seorang

*top leader* pasti sedikit beda nuansanya dengan mereka yang baru bergabung. Yang pasti, *top leader* mampu merekrut orang dengan cara yang elegan, efektif, dan efisien. Dan, kemampuan hebat ini malah sudah menjadi kebiasaan yang semakin memantapkan posisinya.

### 4. Mendewasakan Leader

Rutin merekrut member memang penting. Namun, tak kalah penting lagi adalah kebiasaan menemukan member yang berbakat memimpin jaringan. Merekalah yang nantinya bisa kita andalkan untuk membangun dan mengembangkan organisasi bisnis bersama-sama. Faktanya, memang banyak distributor baru yang puas hanya sebagai pelanggan, memperoleh harga diskon, namun tidak berniat mengembangkan bisnis. Nah, seorang *top leader* memiliki kemampuan dan kebiasaan untuk menemukan para *leader* baru.

Kemudian, lebih dari sekadar menemukan *leader* baru, seorang *top leader* harus mampu menggembelng dan mendewasakan para *leader* baru. Kemampuan ini pun harus dijadikan sebagai sebuah kebiasaan unggul. Kita semua tahu, bisnis MLM penuh dengan tantangan dan beragam persoalan. Dan, tugas *top leader*-lah untuk mematangkan mereka supaya menjadi *leader* yang matang oleh pengalaman dan kuat oleh tantangan. Semakin banyak *leader* baru yang berhasil dimatangkan dan didewasakan, maka akan semakin mapan pula posisi seorang *top leader*. Namanya akan semakin melegenda. Dan, ini sungguh-sungguh dapat memperkuat jaringan bisnis grup yang dibangun dan dikembangkan.

### 5. Terus Asah Gergaji

Inilah nasihat Stephen Covey yang tidak akan lekang oleh waktu. Bahwasannya, kita harus selalu mengasah diri dan menjalani proses pembelajaran sepanjang hayat. Apa yang telah kita pelajari, kita kuasai—bahkan kalaupun itu sudah merupakan kebiasaan—ada kalanya mengalami penumpulan. Sama seperti gergaji yang tidak tajam lagi—sekalipun masih bisa dipakai untuk memotong balok kayu—tetapi waktu dan tenaga yang dibutuhkan pastilah lebih banyak. Itu berarti, kita tidak lagi bisa meraih tujuan secara efektif dan efisien.

Seorang *top leader* MLM, dengan segala kemapanan posisi kedistributoran, senioritas, dan pengalamannya yang kaya di industri ini, tetap membutuhkan amunisi baru. Amunisi ini berupa keterampilan-keterampilan baru, wawasan baru, kreativitas baru, dan berbagai hal yang bermanfaat—bukan saja untuk dirinya sendiri, namun juga bermanfaat bagi jaringan bisnisnya. Mengapa perlu amunisi baru? Karena, segala sesuatu berubah, dan persoalan baru tidak selalu bisa diselesaikan dengan paradigma lama.[ez]

# Mengapa Orang “Mau Jadi Korban” Money Game atau Skema Piramid?

*Ternyata tidak sedikit dari korban skema piramid atau money game yang sudah mengenali adanya risiko dari bisnis ilegal ini. Walau begitu, mereka tetap menguji prinsip “iseng-iseng” berhadiah dan rela menanggung risiko.*

Bila kita amati secara mendalam kasus-kasus piramid yang pernah diulas di buletin ini, maka akan muncul pertanyaan; mengapa banyak orang bisa menjadi korban *money game* atau skema piramid? Mengapa masyarakat tampak tidak pernah mau belajar dengan kejadian yang sudah-sudah? Mengapa korban *money game* atau skema piramid bisa menjangkau seluruh strata sosial dan ekonomi? Mengapa masyarakat di negara-negara maju maupun di negara berkembang sama rentannya menjadi korban?

Yang lebih menarik, korban *money game* dan skema piramid bisa saja terjadi di tengah-tengah masyarakat yang diproteksi oleh UU Anti Piramid, masyarakatnya sangat *well informed*, memiliki tingkat pendidikan yang tinggi, serta mendapat tempat terhormat di masyarakat. Jangan heran bila di negara-negara maju seperti di Eropa dan Amerika, korban-korban terus berjatuh akibat operasi *money game* dan skema piramid, yang makin hari makin canggih saja modus operasinya.

Nah, apabila dalam masyarakat yang sudah maju serta diproteksi oleh UU Anti Piramid saja masih banyak korban berjatuh, bagaimana dengan masyarakat negara berkembang yang tidak diproteksi oleh UU Anti Piramid? Bisa diperkirakan jawabannya. Korban akan terus berjatuh dan tidak mengenal status maupun golongan sosial, ekonomi, pendidikan, dll.

## Dua Kelompok Korban

Dalam bab terakhir buku *Orang Gajian Bisa Kaya* karangan Edy Zaques (Bornrich, 2006) dijelaskan bahwa

korban *money game* atau skema piramid sesungguhnya bisa dibagi menjadi dua kelompok. Para korban dalam setiap kasus *money game* dan skema piramid bisa terdiri dari korban yang sadar dan korban yang tidak sadar. Kita ulas sekilas di sini.

**“Korban *money game* atau skema piramid yang sadar adalah mereka yang sejatinya tahu bahwa bisnis ini culas dan menipu. Namun, mereka tetap nekat bergabung dengan spekulasi mereka masih bisa merasakan keuntungan dari kerugian orang lain.”**

Korban *money game* atau skema piramid yang sadar adalah mereka yang sejatinya tahu bahwa bisnis ini culas dan menipu. Namun, mereka tetap nekat bergabung dengan spekulasi mereka masih bisa merasakan keuntungan dari kerugian orang lain. Orang-orang jenis ini adalah para pelaku atau korban yang biasanya punya sifat tamak, pemalas, mau kaya dengan cepat tanpa bekerja keras, dan berani mengorbankan orang lain demi keuntungannya sendiri.

Nah, tak sedikit dari mereka ini, sejatinya adalah orang-orang yang sangat *well informed* sehingga tahu persis akan risiko bisnis ini. Namun, karena sifat-sifat negatif tersebut, mereka tetap saja tega menanggung keuntungan di atas

penderitaan orang lain melalui bisnis ini. Mereka, dengan segala kepintarannya berusaha keras mengabsahkan bisnis ini melalui berbagai cara. Termasuk menggaet public figur atau memanfaatkan kealpaan media massa. Mereka juga memanfaatkan kecanggihan teknologi internet untuk menjebak kalangan terdidik yang tidak cukup paham akan risiko bisnis ini.

Yang berbahaya adalah apabila para aktivis *money game* dan skema piramid ini bukan semata puas hanya menjadi peserta. Mungkin, tak sedikit dari para korban atau aktivis bisnis ini akhirnya justru membuat bisnis penggandaan uang tersendiri. Bagaimana bisa? Bisa saja, karena bisnis ini

---

---

mudah diduplikasi oleh siapa saja yang sudah mengenal betul seluk-beluknya. Kasus-kasus piramid yang sudah kita bahas sebelumnya menunjukkan indikasi tersebut.

#### **Korban Tak Sadar**

Kelompok korban berikutnya adalah korban *money game* yang tidak sadar. Alias, orang-orang—yang karena keluguan dan ketidaktahuannya—telah dimanfaatkan atau dikorbankan oleh orang-orang dari kelompok pertama tadi. Nah, sebagian besar korban kasus-kasus *money game* adalah orang-orang jenis ini. Mereka bisa terdiri dari para ibu rumah tangga, para pensiunan, pegawai pemerintah golongan rendah, karyawan-karyawan rendahan, para mahasiswa. Bahkan, tak sedikit pula pelaku DS/MLM yang menjadi korban. Mengapa? Karena sepintas bisnis MLM khususnya, memang mudah sekali dijadikan kedok oleh para pelaku *money game* dan skema piramid. Alhasil, kelompok pelaku DS/MLM ini pula yang jadi sasaran empuk.

Dalam beberapa edisi buletin ini pernah diangkat kasus-kasus *money game* atau skema piramid yang melibatkan banyak kalangan tidak berdosa. Kita pernah tahu ada seorang profesor, pendeta, pemuka agama, pengurus yayasan keagamaan, anak-anak SMA, mahasiswa, aktivis perempuan, pegawai pemerintah, dll, yang terlibat skema piramid. Tak sedikit dari mereka yang benar-benar tidak tahu bahwa bisnis ini ilegal dan merugikan orang lain.

Yang memprihatinkan, banyak korban dari kelompok tak sadar ini yang—sekali lagi karena ketidaktahuan mereka—ikut-ikutan mempromosikan bisnis ini dengan cara yang sangat bersemangat. Alhasil, banyak korban berjatuh berasal dari kalangan keluarga atau kerabat sendiri, rekan kerja, kenalan di sekolah maupun tempat ibadah, dan masih banyak lagi.

Di banyak tempat dan dalam banyak kasus, para korban inilah yang biasanya paling banyak belajar dan waspada akan bahaya *money game* dan skema piramid. Tetapi masyarakat yang belum pernah bersentuhan, belum pernah membaca atau mendengar tentang bisnis ini, niscaya akan selalu menjadi sasaran atau target potensial.

#### **Infrastruktur Proteksi**

Di negara-negara maju seperti Amerika, Eropa, dan Australia, aparat pemerintahnya cukup aktif dalam memperingatkan masyarakatnya akan bahaya *money game* dan skema piramid. Masyarakat di sana juga sangat beruntung karena lembaga-lembaga advokasi konsumen atau banyak LSM yang bersedia menyediakan dan ikut memperingatkan masyarakat akan bahaya bisnis tersebut. Selain itu, media massa di sana juga sangat aktif dalam

**"Melihat situasi seperti ini, maka tidak ada jalan lain bagi masyarakat selain harus memproteksi diri sendiri dari bahaya *money game* dan skema piramid. Caranya, tak lain dan tak bukan adalah dengan berusaha mengenali ciri-ciri *money game* atau skema piramid, serta mewaspadaai semua bentuk tawaran yang terlalu menggiurkan."**

---

---

menjalankan perannya menjaga serta melindungi masyarakat. Jadi, seperti ada infrastruktur tersendiri yang ikut berperan aktif memproteksi masyarakatnya.

Bagaimana dengan negara-negara berkembang seperti di Indonesia? Tampaknya, kita belum melihat adanya tanda-tanda yang cukup menggembirakan. RUU Anti Piramid yang usulannya telah diajukan oleh APLI beberapa waktu yang lalu, sekarang belum kedengaran kabar beritanya. Kita sudah melihat sejumlah kasus pengusutan yang dilakukan oleh Polri. Tetapi, itu dilakukan baru sebatas mengusut masalah yang terlanjur meledak. Sama sekali belum menyentuh sisi preventifnya.

Kita juga melihat bahwa lembaga-lembaga konsumen maupun media massa di sini tidak "segalak" rekan-rekannya di luar negeri. Bahkan, tak sedikit di antara mereka yang masih saja belum mampu membedakan mana bisnis MLM yang legal dan mana *money game* atau skema piramid yang merugikan masyarakat.

Melihat situasi seperti ini, maka tidak ada jalan lain bagi masyarakat selain harus memproteksi diri sendiri dari bahaya *money game* dan skema piramid. Caranya, tak lain dan tak bukan adalah dengan berusaha mengenali ciri-ciri *money game* atau skema piramid, serta mewaspadaai semua bentuk tawaran yang terlalu menggiurkan. Setidaknya, hingga detik ini APLI bisa menjadi partner masyarakat dalam mendeteksi masalah ini.(ez)

**Ingin Mendirikan MLM**

Yth. APLI. Saya ingin membuat sebuah MLM yang berdasarkan atas produk wanita. Saya ingin mengetahui bagaimana caranya saya mendapatkan *marketing plan* dan peraturan dalam pembuatan MLM. Apakah APLI dapat membantu berkenaan dengan hal itu? Terima kasih.

ANTONIUS GUNAWAN

7/31/2006

*Bapak Antonius, bagus sekali Anda ingin membuka usaha MLM. Saat ini, masih banyak perusahaan MLM baru bermunculan. Namun sayangnya, APLI bukan konsultan MLM. Peraturan tentang MLM tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan No.13/-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung. Peraturan ini dimuat dalam website Deperdag beralamat di: [www.djpdn.go.id](http://www.djpdn.go.id), maupun website APLI ini. Silakan klik Peraturan. Tentang Marketing Plan, setiap perusahaan berbeda. Kreativitas marketing plan dibuat sedemikian rupa. Selama tidak menyimpang dari peraturan-peraturan yang digariskan, seperti pay out (pemberian bonus dari perusahaan kepada distributor) tidak melebihi 40 persen dari penjualan kelompok. Kode Etik pun dalam peraturan menteri telah mencakupi.\**

**Tentang Sami Jaya!**

Good day... Saya mau bertanya... apakah Sammy Jaya termasuk MLM? Lalu, apakah Anda tahu tentang hal tersebut? Tolong jelaskan! Terima kasih.

MARINI

9/3/2006

*Kami tidak tabu. Sami Jaya menjalankan usaha money game yang menjanjikan mitra usahanya dengan kendaraan motor atau mobil. APLI pernah diundang oleh Deperdag tentang perusahaan ini, dan dikatakan bahwa Sami Jaya dalam jalankan usahanya tidak memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung). Ini adalah izin khusus yang dikeluarkan Deperdag untuk perusahaan MLM. Saat ini, SamiJaya banya menggunakan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) yang menjual kendaraan, spare part, dan aksesoris. Telah banyak pertanyaan di website ini yang kami jawab tentang perusahaan tersebut.\**

**Soal Omzet**

1) Perusahaan manakah yang mempunyai omzet terbesar pada tahun 2005/2006? 3) Ada beberapa majalah/tabloid yang melaporkan bonus yg diterima distributor mencapai ratusan juta per bulan. Dapatkah dipercayakah data tersebut? 3) Bagaimanakah sistem bagi hasil atau persentase yang cukup fair bagi rekanan/distributor? Karena, saat ini banyak perusahaan MLM yang menawarkan bonus yang sangat menggiurkan.

BRAMANTYA

9/21/2006

1) Atas permintaan perusahaan anggota APLI bahwa APLI dilarang memberikan informasi tentang perusahaan yang omzetnya terbesar. Dan APLI tidak boleh mempromosikan salah satu perusahaan anggota APLI. 2) Untuk leader di satu perusahaan MLM, bisa saja mendapatkan bonus sampai ratusan juta per bulan. Namun, itu bukan hasil pekerjaan sebari dua hari. Leader tersebut sudah bekerja keras beberapa tahun hingga memiliki downline ribuan orang dan penjualan kelompok yang sudah besar sekali. 3) Apa yang dipresentasikan marketing plan, sesuai yang tertuang dalam buku panduan. Pembagian bonusnya adil, tidak menguntungkan hanya pihak upline. Maka dari itu, perlu pelajari dan pahami marketing plan secara baik. Jangan asal ikut-ikutan saja. Ingat, di MLM itu harus kerja keras untuk mencapai sukses.\*

**Voucher Key Lagi!**

Salam sejahtera buat APLI. Saya mohon tindakan tegas untuk Voucer Key dan Duta Manunggal, karena itu sistem piramid.

MONIQUE

8/8/2006

*Memang, skema piramid sangat meresabkan. Sayangnya, APLI tidak bisa menindak, karena tidak memiliki wewenang menindak perusahaan money game/piramid. APLI merupakan asosiasi perusahaan MLM. Wewenang untuk menindak perusahaan-perusahaan seperti itu ada pada Departemen Perdagangan yang menerbitkan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) dan Polri (bila ada laporan dari korban).*

**Tentang QuestNet**

Saya banyak ditawari untuk joint ke QuestNet. Pertanyaannya, benarkah QuestNet tidak bergabung dengan APLI? Apakah ada usaha dari pihak QuestNet untuk joint APLI? Lalu apakah QuestNet termasuk sistem MLM atau skema piramida (*money game*)? Saya lihat sistemnya rada mirip *direct selling*, tapi juga mirip sistem piramida karena lebih fokus pada rekrut dibanding penjualan. Benarkah begitu? Terima kasih sebelumnya.

IVAN PETRUS

9/20/2006

*Benar, perusahaan tersebut bukan anggota APLI dan sampai saat ini tidak ada pengajuan dari QuestNet untuk menjadi anggota APLI. Syarat-syarat untuk menjadi anggota APLI adalah: 1) Perusahaan tersebut sudah memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung) dari Deperdag. 2) Memiliki produk yang dijual dan bermanfaat bagi konsumen. 3) Pendapatan mitra usaha diperoleh dari penjualan produk, bukan dari rekruting orang saja. 4) Kode etik perusahaan tidak bertentangan dengan kode etik APLI. Semoga mereka dapat memenuhi persyaratan tersebut di atas kalau mau menjadi anggota APLI.*

*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.*

**MENJADI TOP LEADER MLM**

Oleh: Edy Zaqeus

Penerbit: Bornrich Publishing, Januari 2007

Halaman: 192 hal

Ukuran: 12,5x20 cm (Rp00.000)

Menjadi seorang *top leader* adalah impian setiap pelaku MLM di manapun berada. Posisi *top leader* memang menjanjikan kesuksesan yang membanggakan. Penuh dengan keberhasilan, baik secara materi, sosial, maupun kebanggaan-kebanggaan yang bersifat aktualisasi diri. Masalahnya, tidak semua pelaku MLM dapat mencapai posisi tersebut, terlebih bila tidak ada kerja keras ke arah itu. Buku yang ditulis oleh Edy Zaqeus ini mencoba membedah persoalan tersebut dengan berpijak pada prinsip-prinsip menjalankan bisnis MLM yang benar. Tak kurang dari 75 prinsip dasar MLM dikupas dalam gaya bahasa yang lugas, populer, dan padat isinya. Oleh karena itu, buku ini bisa dijadikan sebagai materi dasar pelatihan maupun diskusi mengenai cara mencapai keberhasilan di bisnis ini. Buku yang di-endorse oleh sejumlah tokoh sentral dalam bisnis DS/MLM Indonesia ini, seperti Helmy Attamimi, Koen Verheyen, Abrian Nathan, Ibrahim S.E., Lilis Setyayanti, Andry Arifin, Widarto Wirawan, Andrew Ho, Andrie Wongso, dan penulis *bestseller* Andrias Harefa, memang layak dijadikan panduan. Selain praktis dan mudah dimengerti, buku ini juga berisi banyak hal baru yang bisa membangkitkan kegairahan pelaku MLM dalam menjalankan bisnisnya.\*

**THE POWER OF NETWORK MARKETING**

Oleh: Andrew Ho & Aa Gym

Penerbit: MQS Publishing, September 2006

Halaman: 159 hal

Ukuran: 13x19 cm (*fast book*)

Tidak terbantahkan, bahwa kekuatan utama bisnis MLM adalah pada hubungan antara manusia. Ada yang bilang, bisnis ini sifatnya *low-tech but high-touch*. Rendah teknologinya, tetapi tinggi tingkat hubungan antar manusianya. Dan, melalui kolaborasi antara dua penulis andal itulah, penegasan atas kekuatan *network marketing* (MLM) diangkat lagi. Dua perspektif yang sejalan serta dengan kekuatannya masing-masing telah membeberkan kepada publik atau khalayak pembaca, bahwa bisnis *network marketing* adalah sebuah bisnis yang terhormat, membawa banyak manfaat dan berkah, serta layak untuk ditekuni. Dalam buku kecil ini, Andrew Ho, sebagai penugasaha, penulis, motivator, dan pelaku aktif industri MLM, membuka semua kelebihan bisnis ini dibanding bisnis konvensional. Sementara Aa Gym, dai kondang sekaligus, penulis, sekaligus pengusaha muslim yang berhasil, mengungkapkan kekuatan prinsip silaturahmi yang menjadi inti dari bisnis DS/MLM pada umumnya. Alhasil, kolaborasi ini diyakini bakal mampu mengangkat citra MLM di mata masyarakat. Buku ini juga berhasil dalam membuka mata publik bahwa *network marketing* atau MLM adalah bisnis yang terhormat dan layak ditekuni sebagai pilihan karir. Bagi pelaku MLM, buku ini perlu dibaca dan dikoleksi.\*

**JOURNEY TO MY PAST LIVES**

Oleh: Nathalia Sunaidi

Penerbit: Bornrich Publishing, Januari 2007

Halaman: 192 hal

Ukuran: 12,5x20 cm (Rp00.000)

Percayakah Anda dengan reinkarnasi? Bahwa, kita hidup lebih dari sekali, bahkan berkali-kali, lengkap dengan segala tantangan dan pelajarannya? Buku ini berisi 12 kisah perjalanan penulisnya dalam menelusuri misteri reinkarnasi atau kehidupan lalunya. Yang menarik, penelusuran kehidupan lalu (*past lives*) itu dilakukan dengan menggunakan hipnotis regresi kehidupan lalu (RKL). Alhasil, siapa saja yang bersedia mempelajari dan berlatih metode ini, hampir pasti dapat melakukan perjalanan yang sama seperti yang dilakukan penulis buku ini. Terlebih, buku ini juga dilengkapi dengan skrip RKL yang bisa dipraktikkan sendiri maupun dengan didampingi oleh

seorang hipnoterapis. Ke-12 kisah kehidupan lalu Nathalia, si penulis buku ini, boleh dibilang sangat menarik dan menantang untuk diikuti. Dalam buku ini disebutkan, Nathalia pernah hidup sebagai bikhu Jing Un tahun 475, menjadi budak kulit hitam di Amerika, pernah hidup sebagai nelayan di Thailand, jadi Thunderbolt (seorang Indian), jadi pelacur di Eropa, jadi anak pejabat Belanda di masa penjajahan, dll. Diceritakan, dalam kehidupan lalunya, Nathalia pernah menyakiti seseorang. Dan sebagai balasan, ia merasakan akibat buruk perbuatannya itu pada kehidupan berikutnya. Namun, yang paling menarik dari semua kisah di atas adalah hikmah yang bisa diambil oleh pembaca maupun penulisnya sendiri. Ternyata, setiap kisah yang berhasil diangkat kembali melalui metode RKL itu memberikan suatu pesan mendalam agar yang bersangkutan dapat lebih bijaksana dan meningkatkan perbuatan baiknya. Sebab, menurut buku ini, inti dari persoalan kehidupan adalah bagaimana manusia dapat berbuat baik.\*



Eni Kusuma\*

## Orang Malas Dilarang Belajar!

Suatu saat saya sedang antri membeli *french fries* di Mc Donald, Hongkong. Saya melihat para karyawan yang melayani para pembeli memakai seragam yang lain dari biasanya. Warna seragam adalah merah menyala dan di bagian dada kanan bertuliskan *trainee*. Di dalam kamus bahasa Inggris-Indonesia, kata *trainee* adalah siswa atau pengikut latihan. Saya langsung berasumsi bahwa para karyawan itu adalah pelajar yang magang di Mc Donald. Dan untuk memastikan asumsi saya tersebut, saya bertanya kepada seorang manajer di sana yang kebetulan sedang mengawasi aktivitas para karyawannya. Ternyata benar, mereka adalah para remaja yang sedang mengikuti pelatihan kerja yang diadakan oleh Mc Donald. Pelatihan kerja itu dimaksudkan untuk mengisi liburan musim panas. Tentu saja dengan upah yang kurang bagus.

Mengapa mereka mau melakukan pekerjaan yang sangat merepotkan bahkan membosankan, hanya untuk upah yang kurang bagus? Bukankah lebih baik bersenang-senang di pantai, jalan-jalan, *shopping*, dan bermain bersama teman-teman selama liburan musim panas?

Mari kita melihat dari sisi lain, makna dari sebuah pekerjaan. Di sini, mereka telah membuat komitmen dengan bekerja selama jumlah waktu tertentu yaitu selama liburan musim panas. Maka, mereka mempunyai tanggung jawab yang harus dihormati. Suka tidak suka ataupun merasa lelah. Di saat mereka menyelesaikan pekerjaannya dan melakukannya dengan baik, mereka akan memperoleh perasaan yang menyenangkan. Itulah makna dari bekerja. Dan mereka belajar untuk itu. Belajar? Ya. Jika mereka mengorientasikan "bekerja" untuk memperoleh penghasilan, tentu mereka

akan sangat kecewa. Karena upah yang mereka dapatkan bukan sebuah pertukaran yang seimbang apalagi adil.

Pekerjaan yang mereka lakukan adalah pengalaman pertama mereka sebagai bagian dari tekanan kerja. Bagaimana cara mereka menghadapi pelanggan atau konsumen? Misalnya, cara melayani, menyiapkan makanan yang dipesan dengan baik, mendengar dengan saksama makanan apa yang dipesan, menghadapi konsumen yang cerewet, nggak sabaran, dan lain-lain. Dari proses pengalaman selama bekerja itulah, nantinya mereka akan mengerti dan paham bahwa apa yang mereka lakukan saat ini adalah sebuah pelajaran yang sangat berharga untuk

belajar memahami makna dari bekerja. Yang akan memberikan sesuatu yang lebih besar dari sekadar upah yang mereka peroleh saat ini.

Saya mempunyai seorang teman, dia adalah pria lulusan perguruan tinggi negeri terkenal di kotanya. Jurusannya keren dan "sulit" bagi kebanyakan orang. Dia lulus dengan predikat sangat memuaskan. Begitu lulus langsung diterima bekerja dengan gaji yang cukup tinggi, terlebih bila dibandingkan dengan gaji pegawai negeri golongan C. Namun, sayang sekali, motivasi dia bekerja hanya untuk "memperoleh".

Ketika saya meneleponnya, dia mengeluh tentang gajinya yang kecil, serta kerjanya yang sampai

lembur. Dia selalu mengatakan keinginannya untuk pindah kerja, jika ada lowongan. "Mustahil En, aku akan berprestasi di sana. Karena karierku akan terganjal terus oleh senioriku yang kebetulan masih famili bos." Begitulah. Jika bekerja hanya sekadar untuk mendapatkan penghasilan, maka kecewa dan rasa tidak puaslah yang akan didapat.



Foto: Istimewa

Saya akan bercerita kepada Anda sekalian, bagaimana pengalaman kerja saya pertama kali. Pertama kali saya bekerja adalah di rumah. Sejak kecil, sama seperti kebanyakan anak kecil yang dilahirkan dari keluarga tidak mampu lainnya, saya pun membantu pekerjaan di rumah seperti menyapu, mengepel lantai, mencuci piring, dan membuang sampah. Tentu saja tanpa upah. Selain itu, saya juga memulung sampah di dekat rumah, mencari sisa udang di sebuah tambak udang yang baru saja dipanen sebelum dikuras. Lumayan, terkadang saya membawa sepuluh sampai dua puluh ekor udang kecil yang lolos dipanen, untuk menemani nasi saat makan siang. Atau membawa barang rongsokan hasil memulung untuk kemudian dijual. Biasanya ayahanda saya yang menjualnya di tempat jual beli rongsokan.

Saya kadang bersama teman mencari tiram di pantai ketika laut sedang surut. Untuk mengetahui kapan laut pasang dan kapan laut akan surut, saya terlebih dahulu bertanya kepada nelayan di sana. Saya pasti senang dan bangga ketika bisa mendapat tiram dan menghidangkannya sebagai lauk di atas meja.

Setiap hari Minggu, ketika ayah saya—yang bekerja sebagai buruh di sebuah pabrik kayu—libur, saya diajaknya ke pantai. Di sana kami pasti melihat banyak nelayan menjaring ikan. Ayah saya pun membantu menarik tali jaring bersama beberapa nelayan. Sementara saya menunggu tidak jauh dari tempat ayah berada, sambil memegang tas kresek. Setelah mereka berhasil menjaring ikan lebih kurang selama satu jam, biasanya ayah saya diberi ikan secara cuma-cuma. Itulah sebabnya kenapa saya menyiapkan tas kresek, he he he.... Tetapi, kadang-kadang mereka tidak berhasil menjaring ikan, melainkan sampah. Dan mereka pun tersenyum sambil berujar, “Tuhan belum memberi rezeki.”

Sampai suatu ketika saya memutuskan untuk memberanikan diri bekerja sebagai pembantu di Hongkong. Pertama kali bekerja, saya sudah mematahkan sapu. Ketika menyapu di kolong bufet, tiba-tiba “krak”. Patah. Mungkin saya menyapunya terlalu keras. Dan ketika saya mencuci mangkuk dan piring, “prang”. Tanpa sadar saya telah memecahkan piring (yang kata nyonya mahal itu). Begitu juga ketika saya menjemur baju. Saat itu bajunya tersangkut di tiang jemuran. Ketika saya menariknya, eh...tali jemurannya yang putus. Mestinya bajunya yah? He he he.... Ketika saya mencoba mengatakan sesuatu (maksudnya membela diri), “Maaf, Madam tali jemurannya dah tua kali.” Tapi dia membentak dengan mengatakan “Excuse!” Sebuah kenyataan yang harus saya telan.

Akibat dari banyak kesalahan itulah nyonya merasa dirugikan dengan memelihara pembantu seperti saya. Alias saya harus minggat. Namun, saya mencoba untuk berkata

padanya dan menjelaskan maksud saya. Dengan berbahasa Inggris dan Kantonis yang amburadul plus “bahasa tarzan”. Bahwa saya akan BELAJAR bekerja. Saya memohon dengan kesungguhan untuk diberi kesempatan sekali lagi. Saya juga akan mengganti barang yang rusak yang disebabkan oleh kesalahan saya, jika sudah gajian nanti.

Saya ditertawakan karena saya masih belum menerima gaji selama tiga bulan berturut-turut (karena dipotong oleh agen). Lalu nyonya mengabdikan permintaan saya untuk tetap bertahan namun, dengan syarat. Syaratnya adalah, jika saya melakukan kesalahan maka saya akan mendapat hukuman, yaitu tidak akan mendapatkan makan siang atau makan malam.

Itulah masa-masa sulit saya saat belajar menjadi pembantu yang bisa diandalkan. Sebuah cita-cita yang tidak saya inginkan di kala TK. Namun sebuah profesi yang terpaksa saya pilih. Paling tidak profesi ini baik untuk orang seperti saya, orang yang kekurangan asupan ASI di waktu kecil.

Saya terus bekerja dan bekerja. Meskipun pekerjaan ini tidak bisa memberikan kepuasan batin, namun paling tidak saya bisa belajar di sini. Inilah bekal saya dalam mengarungi kehidupan nantinya. Terutama pelajaran bagi saya, agar tidak memutuskan segala sesuatu berdasarkan emosi. “Menjadi pembantu itu pedih, Jendral!” Inilah kehidupan yang sebenarnya. Hidup tidak akan berkompromi dengan saya. Hidup adalah tekanan-tekanan di sekeliling saya. Dan hidup adalah tekanan yang berbicara. Sungguh, proses pembelajaran itu tidak mudah. Jika motivasi bekerja untuk “memperoleh”, maka kecewalah yang didapat. Dan “belajar” adalah untuk mereka yang bukan pemalas. Karena belajar adalah sebuah proses improvisasi diri tanpa henti. Dan ini sangat melelahkan. Oleh sebab itu, YANG MALAS DILARANG BELAJAR!

Bagaimana pendapat Anda?□

*\* Eni Kusuma adalah alumnus SMU 1 Banyuwangi yang saat ini bekerja sebagai seorang pembantu rumah tangga (TKW) di Hongkong. Di sela-sela “kesibukannya” sebagai “pemburu devisa”, ia masih sempat aktif sebagai moderator milis Backhomers, serta jadi “aktivis” di milis De Kossta dan milis Penulis Best Seller. Eni adalah penggagas rubrik “So What Gitu Loh!” di majalah “PEDULI” yang terbit di Hongkong. Eni suka menulis cerpen, puisi, dan pernah menulis sebuah naskah novel. Puisi Eni bersama 100 penyair Indonesia dibukukan dalam buku berjudul “Jogja 5,9 Skala Richter”. Eni suka menulis artikel yang ditulis berdasarkan pengalaman hidupnya sebagai pembantu rumah tangga, serta proses pembelajarannya melalui bahasa tulisan. Saat ini, kumpulan artikel motivasinya sedang diproses menjadi sebuah buku. Artikel merupakan bagian dari buku tersebut dan dimuat atas izin tertulis dari penulis. Eni dapat dihubungi diemail: ek\_virgeus@yahoo.co.id.*

**Ramadhan Penuh Kasih di CNI**

Perusahaan DS/MLM memang dekat dengan masyarakat. Itu sebabnya, mereka tidak pernah melewatkan momen yang tepat untuk berbagi kasih. Ramadhan lalu, Keluarga Besar CNI di wilayah Depok menggelar aksi sosial bagi anak-anak yatim piatu serta *tausiyah* yang dihadiri sekitar 2000 orang. Tampak hadir dalam acara tersebut Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara, Taufik Effendi, Ketua DPR Agung Laksono, Walikota Depok Nurmahmudi Ismail, Kapolres Depok AKBP Firman Shantyaabudi, serta tamu undangan lainnya. Acara berlangsung di Lapangan Karet, Sawangan, Depok. Acara ini dimeriahkan oleh artis ibukota Asti Asmodiwati dan pelawak Memed Junaedi. Acara yang digelar atas inisiatif para distributor CNI di Depok tersebut berlangsung sukses. Acara diisi antara lain dengan ceramah KH Agus Darmawan dan KH Nur Iskandar SQ. Mat Zeni, seorang *leader* CNI yang menjadi pemrakarsa acara *tausiyah* dan aksi sosial tersebut menyatakan bahwa kegiatan para mitra usaha tersebut merupakan implementasi karakter peduli. Menurut Mat Zeni, acara tersebut merupakan cerminan dari kepedulian mitra usaha CNI yang tidak hanya mengejar kepentingan bisnis semata, tetapi juga memiliki kepekaan terhadap kondisi sesama yang memang sedang membutuhkan bantuan. Demikian siaran pers CNI tanggal 18 Oktober 2006. Selengkapnya klik: [www.cni.co.id](http://www.cni.co.id).\*

**INFO REDAKSI****Selamat Tinggal Tahun Penuh Tantangan**

Barangkali tidak ada yang menolak kesimpulan bahwa tahun 2006, yang akan segera kita tinggalkan ini, adalah tahun yang penuh tantangan. Tak ada yang menolak pula, bahwa seperti sebuah perjalanan mendaki gunung, maka tahun 2006 adalah perjalanan yang terjal dan penuh lereng berbahaya. Dari berbagai perbincangan di sana-sini, tampak bahwa banyak perusahaan DS/MLM yang masih merasakan dampak lesunya ekonomi. Sekalipun di sana-sini pula sudah kita dapatkan tanda-tanda perbaikan, namun rasanya itu masih saja belum membuat pelaku DS/MLM tersenyum lebar. Tetapi, seiring dengan fajar hari baru di tahun 2007 yang akan segera menyingsing, tampaknya kita semua harus tetap optimis. Dengan sekian banyak tantangan, dan di dalamnya pasti mengandung peluang, kita tetap harus bergerak. Bukankah sudah menjadi rahasia umum, bahwa pelaku DS/MLM adalah orang-orang yang selalu berpikir positif dan optimis? Pasti!

**UCAPAN**

Seluruh Pengurus APLI dan Redaksi Buletin INFO APLI mengucapkan:

**SELAMAT HARI RAYA IDUL FITRI  
1 SYAWAL 1427 H  
&  
SELAMAT HARI NATAL 2006  
& TAHUN BARU 2007**

**SEMOGA KESUKSESAN SELALU  
MENYERTAI KITA SEMUA**