

# INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXXVII/Julii-September 2007

## SAJIAN EDISI INI

### FOKUS

Gelombang Baru Semangat Berpikir Positif

### WAWANCARA

Made Ngurah Bagiana:  
"Kunci Sukses Saya Cuma Fokus  
pada Satu Bidang!"

### KOLOM MOTIVASI

Cara Mudah Menjalani Kehidupan

### BEDAH STRATEGI

Belajar Sukses dari Pebisnis Retail

### KONSULTASI

Tanya Swisscash

### BUKU PILIHAN

Life is Wonderful 2

### ANALISIS PIRAMID

Bagaimana Menghindari *Money Game*  
dan Skema Piramid?

### SELF-DEVELOPMENT

Andrias Harefa: Orang Terkaya



**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

### Tetap Produktif di Bulan Ramadhan

Sudah menjadi rahasia umum di kalangan praktisi DS/MLM bahwa hari-hari sepanjang bulan puasa merupakan tantangan yang tidak mudah untuk ditaklukkan. Maklum, selain masyarakat (yang mayoritas muslim) tidak mengonsumsi makanan dan minuman, umumnya mereka juga mengurangi sejumlah aktivitas terutama di siang hari. Soal pengurangan konsumsi demi menjalankan ibadah puasa jelas bukan menjadi penghalang bagi aktivitas bisnis apa pun. Termasuk menjalankan bisnis DS/MLM. Tapi, soal berkurangnya aktivitas, itulah yang sering menjadi persoalan.

Berkurangnya aktivitas para mitra usaha perusahaan DS/MLM jelas berdampak pada aktivitas bisnis secara keseluruhan. Dampak yang paling sering ditemukan adalah berkurangnya omset penjualan dan jumlah rekrut member baru. Akibatnya, angka penjualan perusahaan-perusahaan DS/MLM umumnya juga mengalami penurunan.

Mengingat bulan puasa serta hari raya Idul Fitri merupakan kalender tahunan, pasti perusahaan-perusahaan DS/MLM sudah mengantisipasinya.

Angka-angka penjualan dan data

aktivitas perusahaan maupun mitra usaha pastilah bisa dijadikan sebagai bahan perumusan strategi menghadapi masa-masa penurunan omset ini.

Untuk itulah, manajemen perusahaan DS/MLM maupun para *top leader* dan mitra usahanya harus tetap kreatif mencari celah-celah bermanufer, dalam situasi apa pun. Sebut misalnya, mencoba lebih membidik segmen pelanggan tertentu yang relatif tidak disibukkan oleh aktivitas berpuasa. Para mitra usaha juga bisa diajak untuk memacu penjualan produk-produk yang sifatnya membantu pelaksanaan ibadah puasa. Produk-produk makanan kesehatan pastilah tidak kehilangan peminat. Selanjutnya, tak kalah pentingnya untuk memanfaatkan waktu untuk melakukan konsolidasi organisasi bisnis. Pelatihan-pelatihan yang tidak terlalu menguras energi juga bisa diintensifkan. Yang pasti, jangan jadikan ibadah di bulan suci ini sebagai alasan untuk tidak produktif.\*

- Untuk itulah,
- manajemen
- perusahaan DS/MLM
- maupun para *top leader* dan mitra
- usahanya harus tetap
- kreatif mencari
- celah-celah
- bermanufer, dalam
- situasi apa pun.

## Gelombang Baru Semangat Berpikir Positif

*Dunia sedang mengalami kegairahan yang luar biasa untuk berpikir positif.  
Bagaimana industri DS/MLM memanfaatkan kegairahan ini?*

Belakangan ini orang ramai membicarakan buku maupun film berjudul *The Secret*. Buku *The Secret* ditulis oleh Rhonda Byrne, yang sekaligus menjadi produser bagi film dengan judul yang sama. Yang menarik, buku maupun film tersebut mampu membetot perhatian publik internasional, tak terkecuali masyarakat di Indonesia. Kabarnya, buku maupun film *The Secret* telah membukukan penjualan hingga 20 juta kopi di seluruh dunia.

Namun, bukan soal buku maupun filmnya yang layak dibahas di sini. Justru, dampak dari gagasan-gagasan dalam *The Secret* lah yang pantas diulas. Muncul banyak diskusi, seminar, bahkan komunitas-komunitas yang secara khusus membahas ide-ide *The Secret*. Jumlah komentar di *mailing list* maupun *blogs* juga tak terhitung lagi banyaknya. Semua menandakan, saat ini timbul kegairahan dan kesadaran kolosal terbaru menyangkut hasrat untuk selalu berpikir positif serta menggunakan kekuatan pikiran sebagai penentu kesuksesan dalam hidup.

Tak terbantahkan, saat ini sedang terjadi gelombang semangat berpikir positif gara-gara *The Secret*. Hampir semua orang yang ingin maju membicarakannya. Adakah demam *The Secret* ini membawa dampak di kalangan industri DS/MLM? Mari kita simak kemungkinan-kemungkinannya.

### Hukum Universal

Bagi Anda yang sama sekali belum mendengar soal *The Secret*, inilah paparan singkatnya. *The Secret* adalah sebuah

judul buku karangan Rhonda Byrne yang isinya menuturkan tentang Hukum Universal paling utama, yaitu The Law of Attraction. Buku ini sudah diterjemahkan dalam bahasa Indonesia oleh Penerbit Gramedia Pustaka Utama. Inti buku ini menuturkan bahwa pikiran manusia akan menarik realitas yang dipikirkannya. Realitas dimulai dari gambaran pikiran. Bila pikiran kita memikirkan gambaran akan hal-hal positif, maka realitas positiflah yang akan kita dapatkan. Sementara bila pikiran kita memikirkan hal-hal negatif,

maka realitas negatiflah yang akan terwujud di hadapan kita.

Menurut hukum tarik-menarik ini, pada prinsipnya pikiran positif akan menarik pikiran-pikiran positif lainnya. Orang yang memiliki minat dan ketertarikan akan suatu hal cenderung untuk saling tertarik, bekerjasama, saling membantu, atau saling menguatkan. Demikian juga sebaliknya. Orang yang memiliki minat dan ketertarikan yang berbeda biasanya cenderung untuk saling menolak atau sulit untuk menyatukan pikiran dan bekerjasama.

Alhasil, apa pun wujud realitas yang kita inginkan, semuanya akan berpulang pada bagaimana kita mengembangkan pikiran. Bila kita mengembangkan pikiran-pikiran buruk, hal-hal buruklah yang akan mendekat pada kita. apabila kita mengembangkan pikiran-pikiran baik, maka hal-hal baiklah yang akan mendekat dan menjadi realitas kita.

Inilah hukum alam yang tak terbantahkan sejak ribuan tahun yang lalu. Inilah rahasia terbesar yang



---

---

konon, selama ini terkubur dan hanya dimiliki oleh orang-orang besar saja. Ditegaskan oleh Byrne, rahasia besar inilah yang telah menjadikan banyak orang menjadi sukses dan menjadi manusia sukses. Rahasia besar ini pula yang menjadi inti pikiran orang-orang besar dan paling berpengaruh sepanjang sejarah.

### **Pengaruh *The Secret***

Nah, Rhonda Byrne mengungkapkan hukum universal tersebut dalam cara yang amat mudah dipahami oleh khalayak. Dalam film *The Secret*, banyak tokoh-tokoh sukses, motivator, filsuf, dan tokoh berpengaruh lainnya tampil untuk meneguhkan kebenaran hukum tarik-menarik tersebut. Sementara dalam format buku, Byrne memaparkan kembali keyakinan tokoh-tokoh itu, dalam kutipan-kutipan kalimat yang amat mengukuhkan kekuatan hukum tarik-menarik beserta cara melakukannya.

Berdasarkan uraian Byrne, semua orang bisa mendapatkan apa pun yang dia inginkan, asalkan mereka mau menggunakan kekuatan pikirannya. Alam Semesta menyediakan semua yang kita inginkan. Tugas kita hanyalah memintanya, meyakinkannya, dan mensyukurinya dengan merasakan bahwa permintaan itu sudah kita terima. Inilah inti hukum tarik-menarik alam semesta melalui cara berpikir positif.

Apakah menjalankan hukum tarik-menarik tersebut sungguh-sungguh membawa hasil seperti yang diinginkan? Buku maupun film *The Secret* menyajikan banyak bukti dan testimoni akan kesahihan hukum tersebut. Bukti lainnya, dunia seperti tersihir oleh gagasan *The Secret*. Sambutan yang luar biasa dan indikasi kegairahan kolosal itulah yang menjadi buktinya. *The Secret* menjadi semacam *tools* atau wahana untuk menyatukan ketertarikan dalam berbagai bidang, demi perwujudan dan pencapaian kemajuan bersama.

### **Makna**

Bagi para pelaku DS/MLM atau kalangan pemasaran dan penjualan umunya, ajakan untuk berpikir positif sesungguhnya bukan hal baru. Semua pelaku DS/MLM senantiasa diajak untuk memiliki kepribadian dan perilaku positif. Sebab, kepribadian dan perilaku itulah yang akan mendukung mereka dalam menjalankan usahanya.

“Bila pikiran kita memikirkan gambaran akan hal-hal positif, maka realitas positiflah yang akan kita dapatkan. Sementara bila pikiran kita memikirkan hal-hal negatif, maka realitas negatiflah yang akan terwujud di hadapan kita.”

---

---

Namun, gagasan-gagasan atau hukum tarik-menarik dalam *The Secret* tetaplah sangat relevan. Letak relevansinya adalah pada titik perwujudan cita-cita atau mimpi untuk sukses melalui bisnis ini. Kita tahu, hampir di setiap aktivitas DS/MLM—baik dari sisi manajerial maupun mitra usaha—selalu ditekankan pentingnya mencapai target-target tertentu demi tercapainya sebuah tujuan besar, yaitu kesuksesan.

Manajemen perusahaan DS/MLM selalu dipacu untuk terus bekerja keras membangkitkan semangat para mitra usahanya. Mereka juga dituntut untuk terus melakukan pelayanan, training, dan inovasi-inovasi produk supaya perusahaan tetap berada di jalur yang kompetitif. Sementara, mitra usaha selalu dipacu untuk terus aktif melakukan berbagai kegiatan, mulai dari training, presentasi produk, menjual, dan merekrut. Muara dari semua kreativitas tersebut adalah kesuksesan, baik material maupun nonmaterial.

*The Secret* memberi keyakinan kepada para pelaku DS/MLM, bahwa kesuksesan itu bukan mimpi belaka. Kesuksesan bisa digapai mulai dari pengaplikasian hukum tarik-menarik. Puncak keberhasilan bisa digapai pertama-tama dengan cara berpikir positif. Kesuksesan finansial sungguh-sungguh bisa dicapai oleh siapa pun dengan cara memintanya, meyakinkannya, mensyukurinya, dan merasakannya bahwa permintaan itu sudah dimiliki.

Yang tak kalah penting lagi adalah, setelah menjalankan prinsip *The Secret*, maka kita tidak boleh lupa untuk terus bergerak dan bertindak untuk mewujudkan semua keinginan tersebut. Bila kita yakin sepenuhnya akan kekuatan hukum tarik-menarik, maka tindakan kita pun akan mengarah pada terwujudnya mimpi dan cita-cita kita. Semoga! [ez]

Made Ngurah Bagiana:

## “Kunci Sukses Saya Cuma Fokus pada Satu Bidang”

Siapa yang tak kenal Edam Burger? Bila Anda kebetulan berbelanja di Alfamart atau Indomart, kemungkinan besar akan menemui gerai burger ini. Di sebagian besar Alfamart dan Indomart, memang selalu ada Edam Burger, khususnya di Jabotabek. Edam ada di mana-mana dan menjelma menjadi jaringan burger paling luas di Indonesia. Edam bahkan bisa disebut sebagai ikon burger kelas menengah bawah di Indonesia. Bayangkan, *outlet*-nya kini sudah menyentuh angka 3.000. Wirausahawan sukses yang melahirkan Edam Burger itu tak lain adalah Made Ngurah Bagiana, pria kelahiran Bali, 1956, yang memulai bisnis burger secara tidak sengaja pada 1990.

Ada sejumlah pikiran dan penggalan pengalaman Made Ngurah Bagiana yang layak dijadikan sebagai inspirasi sukses. Di antaranya adalah kemauannya untuk selalu berinovasi dan berani fokus pada satu bidang. Rupanya, itulah kunci sukses Made bersama Edam Burger. Berikut petikan hasil wawancara reporter *Pembelajar.com*, **Dodi Mawardi**, yang versi pendeknya khusus dimuat untuk **INFO APLI**.

Bagaimana ceritanya bisa berbisnis burger?

Sepertinya tak ada usaha yang mudah saat itu. Semuanya dimulai dengan modal apa adanya. Saya teringat, waktu itu keluarga saya kesulitan ekonomi. Untuk makan saja sepertinya sudah pas-pasan. Tanpa sengaja, saya melihat orang berjualan burger di depan rumah saya di sekitar Perumnas Klender. Saya pikir, tak ada salahnya mencoba. Saya nekad meminjam uang ke bank, tapi tak juga diluluskan. Akhirnya, saya kesal dan malah meminjam Rp 1,5 juta ke teman untuk membeli dua buah gerobak dan kompor. Belakangan, giliran bank-bank itu yang mengejar saya ha ha ha.

Lalu kenapa namanya Edam?

Awalnya bukan Edam. Dulu saya labeli Lovina, sesuai nama pantai di Bali yang sangat indah. Tapi, kemudian berubah jadi Edam. Itu nama pemberian dari Bob Sadino. Saya bernama Made, istri saya pun bernama Made. Oleh Pak Bob, diberi nama “Edam” yang artinya, ya, Made kalau dibaca dari kanan ha ha ha.

Bagaimana Edam bisa tersebar di mana-mana?

Wah ceritanya panjang. Banyak suka dan duka yang saya alami. Di awal-awal saya jualan, tak jarang tak ada satu pun pembeli yang menghampiri. Padahal seharian saya mengayuh gerobak. Mereka mungkin berpikir, burger itu pasti mahal. Padahal, sebenarnya tidak. Saya hanya mematok harga Rp 1.700 per buah. Baru setelah tahu murah, pembeli mulai ketagihan. Dalam sehari bisa laku lebih dari 20 buah. Tahun 2000-an lah yang menjadi titik awal perubahan Edam. Ya sejak kenal dengan Bob Sadino lalu bekerja sama dengan Bogasari, Edam makin cepat berkembang. Saya pun mengajak banyak orang untuk bergabung sebagai mitra.

Kok bisa harga Edam lebih murah dibanding burger yang lain?

Burger ini kan makanan dari barat dan diposisikan di kelas atas. Dia tidak memosisikan di menengah dan ke bawah. Setelah saya coba ternyata *ast*-nya ini murah. Ini strategi pemasaran yang dianggap salah, tapi dibenarkan masyarakat. Bahkan di perkampungan di gang-gang itu Edam bisa hidup. Saya bikin roti cuma 500 perak, daging 700 perak. Beserta bumbu dan sayurnya cuma 2.000 perak. Kita mau cari untung 1.000 perak saja cuma 3.000. Jadi, mengapa dijual 10.000 perak? Jadi, saya memosisikan ini buat masyarakat di bawah.

---

---

Anda menggunakan konsep yang mirip waralaba, sebelum konsep ini marak di Indonesia. Belajar dari mana?

Wah awalnya saya ndak tahu istilah itu. Saya hanya jalan saja, lakukan saja. Ndak pakai mikir-mikir yang panjang. Waktu itu untuk mengembangkan usaha, saya mengajak ibu-ibu rumah tangga berjualan burger di depan rumah atau sekolah.

Anda sering menyebut waralaba ini sebagai *franchise* Pancasila. Apa maksudnya?

Saya hanya berikan keadilan bagi yang punya modal besar, modal kecil, bahkan tidak punya modal. Jadi, saya sudah menjalankan sila kelima. Franchise Pancasila ini tidak ada di mana pun di dunia ini. Kalau yang namanya *franchise* itu kan aturannya baku. Misalnya Rp10 juta dan ada orang tidak punya uang segitu, ya tidak bisa. Kalau di sini ada yang mulai dari paket seharga Rp15 ribu. Kalau tidak punya yang dua juta, maka bisa ambil *counter*-nya saja. Kompor gas pakai punya sendiri. Nah, di sinilah kekuatan Edam, hingga tiap kabupaten minta.

Anda menyebut Edam Burger sebagai burger dengan cita rasa Indonesia. Seperti apa sih kongkritnya?

Ya, sulit menjelaskannya, harus mencoba. Tapi, sebagai contoh saya punya rasa burger di tiap wilayah berbeda. Saya bikin burger di Yogya agak manis. Kalau di Padang agak pedas. Jadi, ikuti selera penduduk setempat. Itu inovasi saya.

Jadi sekarang berapa jumlah gerai Edam?

Wah saya sendiri ndak tahu persis. Nggak sempat ngitung. Tapi hampir di semua kabupaten ada Edam. Setiap hari selalu ada permintaan. Saya juga ke sana ke mari berkeliling.

Berkali-kali Edam mendapatkan penghargaan dari berbagai pihak. Apa maknanya buat Anda?

Jujur saja, saya tak pernah memimpikan bakal punya usaha sebesar ini. Dulu, ketika memulai, saya hanya memodalkan dua gerobak roti burger dengan modal apa adanya. Karena saya ulet, akhirnya usaha saya selama 17 tahun ini membuahkan hasil. Saya merasa ini sebagai karunia Tuhan yang patut saya syukuri.

Apa kunci sukses Anda?

**Saya bikin roti  
cuma 500 perak, daging  
700 perak. Beserta bumbu  
dan sayurnya cuma 2.000  
perak. Kita mau cari untung  
1.000 perak saja cuma 3.000.  
Jadi, mengapa dijual  
10.000 perak?**

---

---

Kuncinya tak banyak. Cukup fokus pada satu bidang, yaitu menjual roti burger berkualitas tinggi dengan harga terjangkau, ulet meluaskan pangsa pasar, dan menjaga hubungan dengan para pelanggan. Saya yakin dengan filosofi menabur dan menuai. Siapa yang menabur kebaikan, pasti berbuah kebaikan juga. Saya juga tidak pernah malu dan gengsi mengerjakan apa pun asal halal dan terhormat. Bagi saya, kesuksesan itu seperti pintu yang bisa dilewati siapa saja, asal orang itu punya komitmen terhadap usahanya.

Edam sudah besar dan berbiak kemana-mana. Anda masih punya impian apalagi?

Saya ndak tahu mau apa nanti. Yang saya dapat ini juga tidak saya rencanakan. Edam ini kan bergerak di bidang makanan. Dan, makanan itu kan tidak pernah berhenti. Di situ kan banyak potensi. Potensinya itu orang. Kalau saya punya usaha roti, maka potensinya adalah orang yang memakannya. Ke depannya saya akan mengurus orang makan. Entah apa atau apa itu akan mengalir dan nanti seleksi alam. Harapan saya, di sini kan saya usaha burger. Dan ada roti, sayuran, dan daging. Di sini ada komposisi mineral karbohidrat dan protein. Ini agar orang-orang itu mengonsumsi makanan yang berprotein, mineral, dan karbohidrat. Jangan sampai kayak di Bogor banyak sayur, tapi orang Bogor kurang makan sayur. Ke depan saya ingin paling tidak orang Indonesia makan burger sebulan sekali lah. Tidak usah seminggu sekali. [dw]



Foto: Dokpri

## Cara Mudah Menjalani Kehidupan

*“We spend too much time making a living and too little time making and living  
– Kita menghabiskan terlalu banyak waktu untuk memenuhi tuntutan kehidupan tetapi  
terlalu sedikit waktu untuk menikmati hidup dan menjadikannya lebih berarti.”  
~ Rachel Dillon.*

Kita memang sering terjebak dengan bermacam kesibukan dan tak sempat menikmati kehidupan ini atau menjadikannya lebih berarti. Sehingga hidup ini terasa melelahkan. Untuk itu saya menulis sebuah buku yang membahas solusi mempermudah kehidupan, berjudul *Simplify Your Life With Zen*. Tidak saya sangka, para pembaca menyambut hangat kehadiran buku tersebut.

Kemudian muncul banyak pertanyaan. Intinya mereka menanyakan apakah mungkin kita menjalani kehidupan dengan mudah di jaman yang serba sulit ini? Jawabnya kita sangat mungkin menjalani hidup dengan mudah, asalkan kita memahami dan mengerti caranya.

Langkah pertama untuk menjalani kehidupan dengan mudah adalah sesering mungkin bersyukur kepada Tuhan YME atas segala karunia yang sedang kita nikmati saat ini. Jangan selalu berkeluh-kesah tentang apa-apa yang tidak kita miliki. Banyak bersyukur kepada Tuhan YME akan membantu kita mendapatkan optimisme dan semangat untuk menjangkau impian yang belum berhasil kita wujudkan.

Rasa syukur terhadap Tuhan YME adalah sumber aura positif yang akan tercermin dalam sikap dan kalimat-kalimat kita. Aura positif tersebut merupakan magnet yang akan menarik segala sesuatu yang positif pula. Sehingga hal itu akan sangat mempengaruhi tingkat mudah dan tidaknya kita menjalani kehidupan ini.

Langkah kedua yang dapat memudahkan kita dalam menjalani kehidupan ini adalah tidak memaksakan diri seperti orang lain. Berbesarlah hati menerima bagaimanapun kondisi kita dengan segala tanggung jawab yang harus kita jalankan. Itu bukan berarti kita

tak berusaha untuk mencapai hidup yang lebih baik, melainkan agar kita lebih mudah memfokuskan diri hanya untuk menunaikan tanggung jawab sebaik mungkin agar dapat menuai hasil semaksimal mungkin.

Sementara itu, sebagai manusia yang tak lepas dari kesalahan dan kekurangan, dalam kehidupan sehari-hari sering pula terbersit pikiran negatif. Jika hal itu terjadi, segeralah mengenyahkan pikiran negatif yang terlintas di dalam benak kita, agar kita senantiasa melihat sisi positif atau manfaat di balik kejadian atau situasi yang sedang kita hadapi. Karena pikiran negatif itu hanya akan membebani langkah kita dalam menjalani kehidupan ini.

“Jangan pula membiarkan stres atau depresi mengganggu kesehatan dan ketentraman hidup kita. Hal itu akan menjadikan kehidupan kita serasa berat dan sulit.”

Kemudian belajarlah untuk ikhlas melepaskan apa yang sudah pernah kita miliki, setelah kita puas berupaya maksimal. Hidup akan terasa lebih ringan jika kita menerima penurunan kondisi fisik akibat bertambahnya usia, penurunan omset bisnis akibat berbagai gejala krisis,

berkurangnya respon dari orang lain karena sudah memasuki masa pensiun, dan lain sebagainya. Hiduplah dalam realitas diri kita dengan lapang dada, dan jangan menganggapnya sebagai cobaan hidup yang berat. Dengan cara itu, hidup kita akan terasa lebih ringan dijalani.

Segala sesuatu di dunia ini tidak ada yang abadi, kecuali perubahan itu sendiri. Sehingga kita harus mempunyai kemauan untuk terus belajar banyak hal melalui berbagai cara, misalnya lewat internet, orang lain, seminar, buku dan lain sebagainya. Jika kita mempunyai ilmu atau wawasan yang lebih luas, maka sikap kita akan lebih terbuka dalam menyesuaikan diri terhadap

---

---

perubahan. Sehingga kita tak hanya mudah menjalani kehidupan, melainkan menjadikan segala sesuatu dalam kehidupan kita menjadi jauh lebih baik.

Faktor lain yang dapat meringankan langkah kita dalam menjalani kehidupan ini adalah memiliki hubungan sosial yang baik dan luas. Bahkan dikatakan bahwa dalam jaringan sosial yang baik dan luas tersimpan berbagai peluang yang menguntungkan dan memungkinkan kita untuk mewujudkan bermacam impian. Sehingga langkah lain yang harus kita tempuh agar lebih mudah menjalani kehidupan ini adalah menciptakan hubungan sosial yang baik dengan siapa pun dan tanpa tendensi apa pun.

Sementara itu, luangkan waktu untuk bersama dan memberikan perhatian kepada orang-orang tercinta. Curahan kasih sayang bersama orang-orang tercinta dalam berbagai aktivitas sederhana sekalipun, misalnya; saat makan, berkebun, bermain dengan anak-anak, membantu pasangan menyelesaikan tugas, merupakan sumber kedamaian dan keteduhan. Pengalaman menyenangkan selama beraktivitas dengan orang-orang tercinta akan menjadi inspirasi dan semangat baru yang meringankan langkah-langkah kita dalam menjalani kehidupan ini.

Jangan pula membiarkan stres atau depresi mengganggu kesehatan dan ketentraman hidup kita. Hal itu akan

menjadikan kehidupan kita serasa berat dan sulit. Oleh sebab itu, luangkanlah waktu untuk beribadah mendekatkan diri kepada Tuhan YME atau bermeditasi untuk introspeksi diri atau mengevaluasi langkah-langkah yang sudah kita lakukan. Kekuatan spiritual merupakan sumber kedamaian dan kebahagiaan hakiki, sehingga kita mampu bersikap lebih tabah, sabar, tenang dan optimis dalam menjalani kehidupan dengan langkah-langkah yang lebih baik.

Sebenarnya masih banyak langkah-langkah memudahkan kita menjalani kehidupan ini, yang secara garis besar menekankan pada keseimbangan kekuatan intelegensi, emosional dan spiritual serta keseimbangan pemenuhan kebutuhan materi, kesehatan, maupun hubungan sosial. Tetapi bila kita konsisten hanya dengan melaksanakan ke-9 langkah di atas, dipastikan kita dapat menjalani kehidupan ini dengan mudah. Lakukan saja tanpa menunda, dan rasakan dalam waktu relatif singkat kehidupan ini terasa jauh lebih mudah. [aho]

*\*Andrew Ho adalah seorang pengusaha, motivator, dan penulis buku-buku bestseller. Artikel ini sebelumnya telah dimuat di Pembelajaran.com dan dimuat kembali di buletin INFO APLI atas izin penulisnya. Kunjungi website Andrew Ho yang beralamat di: [www.andrewho-uol.com](http://www.andrewho-uol.com).*

---

Segenap Pengurus dan Redaksi INFO APLI  
mengucapkan:

**Maharban Ya Ramadhan....**

**Selamat Menunaikan Ibadah Puasa**

**Semoga puasa kali ini dapat  
berjalan dengan baik serta dapat  
menghantarkan kita semua menuju  
kepada kemenangan hidup**

## Belajar dari Sukses Pebisnis Retail

*Peretail dan pelaku DS/MLM menjalankan bisnis yang tidak jauh berbeda. Bagaimana pelaku DS/MLM belajar dari para peretail?*

Belum lama berselang, Salim Kartono, CEO DRTV Group meluncurkan buku berjudul *5 Jurus Sukses Berbisnis Retail di Modern Market* (TransMedia, 2007). Buku yang diberi kata pengantar oleh James Gwee tersebut menyajikan sejumlah pengalaman menarik yang layak didiskusikan oleh kalangan peretail umumnya dan para pemasar khususnya.

Selain mengupas soal strategi, dalam buku ketiganya itu Salim juga mengungkapkan berbagai bentuk kesalahan yang sering dilakukan oleh para peretail. Akibat kesalahan-kesalahan yang terus berulang itu, tak sedikit peretail yang gagal di pasar akibat kompetisi yang semakin ketat.

Bagi para pelaku DS/MLM—yang dalam beberapa aspek tampak hampir sama fungsinya dengan para peretail—gagasan dalam buku ini lumayan menarik untuk didiskusikan. Sekalipun bsinis DS/MLM itu sering dianggap unik, namun dalam praktiknya pastilah menyentuh segi-segi pemasaran umum. Itu sebabnya, mengupas strategi peritel umumnya bisa menjadi bahan perbandingan, atau malah strategis untuk mencari celah yang mungkin belum tergarap.

### 5 Kunci Sukses

Menurut Salim Kartono, untuk sukses di bisnis retail saat ini, seorang peretail harus menguasai lima strategi berikut ini. Yang pertama adalah *product development*, yang

berarti perusahaan harus terus melakukan pengembangan produk sesuai kebutuhan pelanggan. Unsur pengembangan produk tidak melulu dalam bentuk penciptaan produk yang sama sekali baru. Sebaliknya, pengembangan produk bisa dilakukan dengan cara—menurut istilah Salim—merenovasi produk yang sudah ada supaya menjadi lebih bersaing lagi.

Pada sisi pengembangan produk ini pula, peretail harus mampu menjangkau sisi *content* dan sisi *context* dari sebuah produk. Konten produk merujuk pada kualitas dasar, sementara konteks merujuk pada nilai atau sisi-sisi tambahan yang memungkinkan pelanggan menjadi lebih lengket dengan kualitas dasarnya. Sisi motivasi dan emosi pelanggan menjadi sasaran penciptaan konteks produk.

Strategi *kedua* adalah soal lokasi yang strategis alias tempat di mana manusia paling sering bertemu atau berinteraksi. Tanpa lokasi yang strategis, bisnis retail seperti kehilangan darahnya.

Strategi *ketiga* adalah koneksi. Menurut Salim, bila

peretail gagal mendapatkan lokasi strategis, maka dia bisa berpijak pada konteks dengan memanfaatkan koneksi (jaringan komunikasi) yang dia miliki. Maksud Salim, peretail bisa memanfaatkan *phone marketing internet marketing direct response marketing* di televisi, atau *community marketing*

Strategi *keempat* adalah dengan mengembangkan *brand* sejak awal. Menurut Salim, konsumen atau pelanggan

“Sekalipun produk kita berkualitas nomor satu, tapi bila *brand*-nya lemah, maka pendek pula ingatan konsumen pada produk kita. Dampaknya sudah bisa diduga, lama kelamaan produk kita akan dilupakan.”

aslinya tidak mengingat produk yang kita jual. Sebaliknya, mereka hanya mengingat *brand* atau mereknya. Sekalipun produk kita berkualitas nomor satu, tapi bila *brand*-nya lemah, maka pendek pula ingatan konsumen pada produk kita. Dampaknya sudah bisa diduga, lama kelamaan produk kita akan dilupakan.

Sisi lain dari pentingnya pengembangan brand adalah karena faktor kompetitor. Saat ini, produk apa pun jadi mudah ditiru dan disempurnakan. Hari ini kita punya produk bagus, besok sudah ada produk sejenis dengan pengembangan di sana-sini yang membuat daya saing produk kita menurun. Belum lagi adanya fakta, produk-produk baru yang bermunculan sering menjadikan jenis produk kita menjadi sekadar komoditas. Strategi untuk menghindarinya hanyalah dengan mengembangkan *brand* yang kuat sedari awal.

Strategi *kelima* adalah *customer care* sebagai cara mempertahankan pelanggan. *customer care* membuat setiap pelanggan kita merasa tenang dan terikat secara emosi. Ketenangan inilah yang mahal harganya, yang membuat konsumen berani membelinya dengan harga lebih mahal. Dengan pelayanan yang baik, maka merek produk akan semakin kuat tertancap di benak pelanggan. Ini pula yang membuat produk atau jasa kita berumur lebih panjang.

Selain mengembangkan kelima strategi tersebut, seorang peretail harus senantiasa melakukan aktivitas promosi dan publikasi. Artinya, jangan berhenti menyiarkan atau mengiklankan kelebihan-kelebihan produk dan merek. Aktivitas itulah yang akan mengikat emosi pelanggan.

### Kesalahan Umum

Berdasarkan pengamatan sendiri serta hasil pengamatannya terhadap praktik para peretail di Indonesia maupun luar negeri, Salim Kartono mencatat setidaknya ada 12 kesalahan fatal yang biasa dilakukan para peretail. Berikut di antaranya:

1. Ingin tetap menjual ke semua orang, sekalipun situasi pasar biasanya tersegmentasi. Akibatnya, peretail tidak bisa fokus dan melewatkan perolehan penjualan yang optimal melalui strategi segmentasi.

2. Ingin sempurna dalam segala hal. Jika tidak fokus atau sempurna dalam satu hal, energi akan banyak yang terbuang. Peluang menang pun mengecil.

### Data Buku

Judul: 5 Jurus \$uk\$eS Berbisnis

Retail di Modern Market

Penulis: Salim Kartono

Penerbit: TransMedia, 2007

Hal: xiv + 168

Ukuran: 15 x 23 cm (berjaket)

3. Tidak percaya pada *brand*. Akibatnya, kekuatan produk makin lama makin lemah diterjang komoditasi dan produk kompetitor yang *brand*-nya lebih kuat.

4. Salah pilih lokasi yang tidak prospektif. Akibatnya, sepi pembeli.

5. Terlalu fokus pada harga untuk menang, semisal harga diskon. Akibatnya, loyalitas pelanggan tidak ada tanpa diskon yang lebih dan lebih.

6. Terlalu bergantung pada *word of mouth*, tidak mau beriklan. Akibatnya, pergerakan produk bisa sangat lambat.

7. Tidak mau membangun infrastruktur koneksi. Akibatnya, hubungan dengan pelanggan terhambat dan penjualan pun tak memuaskan.

8. Hanya menunggu, tidak menjemput pelanggan. Akibatnya, pelanggan dijemput kompetitor.

9. Lupa kalau perilaku pelanggan selalu berubah. Akibatnya, perusahaan gagal melakukan inovasi untuk memuaskan dan mempertahankan pelanggan.

10. Hanya mengejar kepuasan pelanggan, bukan loyalitas. Akibatnya, pelanggan mudah kabur ke peritel lainnya.

11. Kelemahan di bidang manajemen. Akibatnya, perusahaan bangkrut.

12. Tidak ada komitmen untuk sungguh-sungguh menjadi peritel. Tanpa komitmen, susah untuk bertahan di bisnis retail.

Nah, apa yang bisa dipelajari oleh para pelaku DS/MLM? Jelas banyak sekali. Sebut misalnya pentingnya membangun loyalitas pelanggan, mengembangkan merek, mengembangkan produk, menghindari komoditasi produk, fokus pada segmen tertentu, tidak semata-mata mengandalkan pemasaran *word of mouth*, dll. Belajar dari para peretail, para pelaku DS/MLM dapat menciptakan strategi yang lebih tepat serta tidak perlu mengulangi kesalahan-kesalahan yang mereka lakukan. [ez]

## Bagaimana Menghindari *Money Game* dan Skema Piramid?

***Money game dan skema piramid memang sulit diberantas. Tapi, kita toh tetap bisa melakukan tindakan-tindakan pencegahan.***

Korban *money game* atau skema piramid terus berjatuhan sampai sekarang. Dulu, sewaktu bisnis DS/MLM sedang tumbuh mekar, *money game* dan skema piramid juga ikut marak. Korban berjatuhan di mana-mana, tidak saja di Indonesia, tapi juga di seluruh dunia, tak terkecuali di negara-negara maju sekalipun. Sekarang, ketika banyak program investasi dan bisnis baru bermunculan, ternyata *money game* dan skema piramid tetap saja ikutan marak.

Maka, bisa diduga bahwa *money game* dan skema piramid aslinya bisa mendompleng bisnis apa saja. Bukan hanya bisnis DS/MLM, tapi modus operandinya bisa diaplikasikan di semua program bisnis. Asal prinsip gali lubang tutup lubang terpenuhi, dan asal prinsip mencari penghasilan utama dari merekrut dijalankan, maka berlakulah yang namanya *money game* atau skema piramid.

Ulasan-ulasan mengenai kasus-kasus *money game* dan piramid di buletin ini sebelumnya menunjukkan dengan jelas, bisnis penipuan ini sudah merasuk ke segala lapisan masyarakat. Mulai dari masyarakat yang berpendidikan terbawah sampai yang tertinggi, di daerah pedesaan hingga perkotaan. Bisnis ini juga bisa menghinggapi kalangan politisi, partai politik, aparat penegak hukum, birokrasi, pemerintahan daerah, pelajar dan mahasiswa, kalangan perguruan

tinggi, sampai kalangan rohaniawan. Tak satu pun yang luput dari incaran *money game* dan skema piramid.

Di sisi lain, kita tidak memiliki payung hukum berupa Undang-Undang Anti *Money game* dan Skema Piramid. Rancangan Undang-Undang yang diusulkan oleh APLI kepada pemerintah tidak terdengar lagi nasibnya. Lebih susah lagi, media massa sebagai mitra masyarakat dalam

memberikan informasi yang benar dan akurat, belum juga menunjukkan "giginya". Yang sering kita temui adalah kesalahan pemberitaan media massa, yaitu menyamakan *money game* dan skema piramid dengan bisnis MLM yang murni dan legal.

Jika sudah demikian, timbul pertanyaan; bagaimana cara masyarakat menghindarinya? Belajar dari kasus-kasus yang pernah terjadi, maka di sini ditawarkan sejumlah cara. *Pertama*, bersikap kritis dan waspada terhadap semua tawaran bisnis atau investasi yang menjanjikan keuntungan-keuntungan tidak masuk akal.

Salah satu daya pikat *money game* dan skema piramid adalah soal janji-janji mendapatkan untung besar dalam waktu singkat, serta dengan usaha yang amat sangat minimal.

Apabila dalam persentuhan pertama dengan sebuah program bisnis kita mendapatkan tanda-tanda semacam itu, segera saja ambil jarak, atau lupakan sama sekali.

**"Maka, bisa diduga bahwa *money game* dan skema piramid aslinya bisa mendompleng bisnis apa saja. Bukan hanya bisnis DS/MLM, tapi modus operandinya bisa diaplikasikan di semua program bisnis."**

---

Kasus-kasus sebelumnya berulang kali membuktikan, bahwa janji-janji untung besar semacam itu sudah merupakan indikasi bahwa kebangkrutanlah yang akan didapat.

Jangankan janji-janji keuntungan yang tidak masuk akal. Bahkan, janji-janji keuntungan yang “tampaknya” masuk akal sekalipun juga harus kita waspadai. Para operator *money game* dan skema piramid juga tambah pintar saja. Ketika trik memancing korban dengan janji untung besar sudah dikenali, pastilah mereka berusaha membungkus janji-janji sejenis sedemikian rupa supaya tampak masuk akal. Akan tetapi, bila prinsip bekerjanya tetap sama—modus klasik *money game* atau skema piramid—hasil akhirnya juga akan sama. Jadi, waspada dan tidak mudah percaya adalah senjata utama kita.

*Kedua*, tidak menjalankan bisnis atau investasi baru yang tidak kita kenal sama sekali. Ingat, banyak *money game* dan skema piramid yang dibungkus dengan beragam kedok program bisnis atau investasi. Belakangan, program-program sejenis ini mengambil media internet sebagai wahana baru dalam menggaet korban. Maklum, di setiap waktu, banyak pengguna internet yang baru mengenal dunia maya ini serta masih awam dengan berbagai penawaran peluang bisnis. Situasi ini memudahkan para operator *money game* dan skema piramid untuk menjebak para korbannya.

Makanya, kalau kita tidak yakin dan tidak tahu sepenuhnya, jangan sekali-kali menerjunkan diri dalam program-program bisnis semacam itu. Lain soal jika kita sudah paham betul, mengetahui cara beroperasinya, berikut tahu risiko-risiko yang harus ditanggung.

*Ketiga*, tidak ada salahnya membaca ulang atau mempelajari kasus-kasus penipuan *money game* dan skema piramid yang sudah pernah terbongkar. Dengan mempelajari kasus-kasus tersebut, kita akan semakin kenal dengan modus operandinya. Dan, apabila kita sudah mengetahui cara bekerjanya, jangan lupa untuk mengingatkan orang-orang di sekeliling kita yang belum mengetahuinya. Sebab, mungkin saja nantinya mereka akan dihipnotis oleh penawaran-penawaran bisnis atau investasi jenis ini. Jika kita ikut aktif menyebarkan informasi yang benar mengenai bahaya *money game* dan skema piramid, maka sebenarnya kita punya andil dalam menyelamatkan masyarakat.

*Keempat*, memanfaatkan saluran-saluran informasi yang bisa kita akses untuk terus menggemakan

Kalau sudah tercebur *money game* atau skema piramid, orang pasti harus mencari korban orang lain sebagai tumbalnya. Kalau tidak, dialah yang akan jadi korban. Makanya, situasi ini bisa menjadi “lingkaran setan korban” yang tak berkesudahan. Jadi, supaya tidak jadi korban dan memperkecil jumlah korban, jangan pernah mencoba mengikuti bisnis ini.

---

kewaspadaan akan bahaya *money game* dan skema piramid. Baik itu majalah atau buletin internal, *newsletter*, *mailing list*, *website* pribadi, *blog* brosur, dll, semuanya bisa kita gunakan untuk menyerukan kewaspadaan kepada masyarakat luas. Berbekal informasi dan ulasan-ulasan yang terpercaya mengenai *money game* dan skema piramid, kita bisa menyebarkannya ke masyarakat luas.

*Kelima*, benar-benar menjauhkan diri dari *money game* dan skema piramid. Tidak dimungkiri, sebagian korban *money game* dan skema piramid adalah orang-orang yang aslinya kenal betul akan motif penipuan bisnis ini. Namun, entah karena sedang lengah atau melengahkan diri, mau coba-coba atau malah tergiur untuk menanggung untung secara instan, akhirnya mereka terlibat aktif. Kalau sudah tercebur *money game* atau skema piramid, orang pasti harus mencari korban orang lain sebagai tumbalnya. Kalau tidak, dialah yang akan jadi korban.

Makanya, situasi ini bisa menjadi “lingkaran setan korban” yang tak berkesudahan. Jadi, supaya tidak jadi korban dan memperkecil jumlah korban, jangan pernah mencoba mengikuti bisnis ini. Demikianlah upaya yang bisa kita lakukan, dan semoga kita terus waspada akan bahaya *money game* dan skema piramid! [ez]

Tanya Swisscash

Saya mau tanya, apakah Swisscash merupakan *money game* atau bukan, karena yang saya tahu Swisscash semacam investasi uang dengan keuntungan 25% tiap bulan, dsb.

**Adi**

8/8/2007

*Ciri-ciri money game adalah - Biaya pendaftaran untuk menjadi anggota sangat mahal. Tidak berimbang dengan starter kit yang diberikan. - Tidak ada produk yang dijual. Bila ada, itu hanya sebagai kedok - Pendapatan utama dari merekrut, bukan dari penjualan. Perusahaan money game akan mendapatkan keuntungan dari rekrut. Semakin banyak orang yang mendaftar semakin banyak keuntungan diperoleh perusahaan. Jika tidak ada lagi orang yang direkrut, perusahaan tidak mampu untuk membayar kepada orang-orang yang berada di bawahnya. - Pada dasarnya, pembayaran untuk upline adalah dari hasil pendaftaran downline. Bila tidak ada lagi downline baru yang mendaftar maka tidak ada lagi bayaran untuk upline.*

MLM Supermarket

Tanya, saya dengar MLM Tianshi mau bikin supermarket yang menggabungkan usaha konvensional dengan networking. Apakah menurut APLI itu benar? Apakah MLM di dunia atau khususnya di Indonesia akan atau sudah ada yang menjalankan sistem supermarket seperti Tianshi? Mohon balasan dari APLI. Terimakasih.

**Endra**

8/6/2007

*Benar, Tianshi membuka MLM Supermarket. Member atau distributor dapat berbelanja dengan fasilitas khusus. Umum juga boleh belanja, namun tidak dapat fasilitas khusus terkecuali jadi member/distributor. Sudah ada di beberapa negara lain, termasuk juga di Malaysia. Sudah ada perusahaan MLM lain di Indonesia punya sistem supermarket, meskipun baru terbatas pada anggota atau calon anggota.*

Legalitas Questnet

Mohon info tentang Quesnet (dulunya Goldquest). 1) Apa status legal perusahaan tsb? Tampaknya tidak tergabung di APLI dan menggunakan skema piramida. 2) Apa tindakan polisi atau aparat penegak hukum? Saya distributor MLM anggota APLI. Minggu lalu saya menghadiri presentasi mereka di Trenggalek Jatim. Banyak masyarakat yang hadir. Kebanyakan memang

ingin kaya mendadak dengan modal Rp 6,1 juta dan produk koin emas. Sebagai seorang pemeluk Islam, saya tidak "sreg" atau tidak enak. Dalam bahasa agama, itu tidak *thoyyiban*. Mohon tanggapan. Terima kasih

**Markus Diantoro**

8/1/2007

*1) Secara hukum perusahaan tersebut ilegal karena perusahaan yang menjalankan usaha membentuk jaringan harus memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan. Dengan menggunakan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) tidak sah menjalankan usaha MLM. Perusahaan itu bukan anggota kami karena APLI tidak menerima perusahaan yang mengutamakan pemberian bonus dari merekrut downline 2) Kami membaca di Harian Tempo 5 Juni 2007. Perusahaan itu mengadakan konvensi besar-besaran di Jakarta. Pada saat acara berlangsung lima pejabat tinggi perusahaan itu ditangkap oleh polisi atas permintaan Interpol dari Malaysia dan Philipina. Kami pun sangat prihatin atas keinginan masyarakat untuk mendapatkan uang dengan cara instan seperti ini. 3) Seharusnya menang aparat penegak hukum bertindak tegas. APLI adalah sebuah asosiasi yang tidak memiliki kewenangan untuk menindak*

Tanya V-Net

Saya mencari informasi mengenai V-net, sebuah produk dari PT Eratel Media Distrindo. Pada website mereka tercantum 79/PDN-2/SIUPL/PP/12/2006. Apakah perusahaan ini aman (terdaftar di APLI)? Saya coba mencari tahu mengenai nomor tersebut. Tapi yang saya temukan banyak terdapat pada *blog/friendster*. Menurut saya itu kurang meyakinkan karena bukan dari pernyataan pemerintah. Mohon bantuan APLI agar saya mendapatkan info detail sehingga aman dan nyaman.

**Jimmy Andrianto**

7/5/2007

*Perusahaan yang Anda maksud bukan anggota APLI. Salah satu syarat untuk menjadi anggota APLI adalah bahwa dalam marketing plan pendapatan utama bagi distributor bukan dari pendapatan merekrut, tapi menjual produk. Dan, tidak dibenarkan perusahaan mengambil keuntungan dari biaya pendaftaran. Jadi, jika ingin bergabung dengan perusahaan MLM, lihat apakah pendapatan utama dari merekrut. Jika ya, sebaiknya jangan. Karena, apabila tidak ada lagi yang direkrut perusahaan tidak akan mampu lagi membayar bonus untuk para downline-nya. Karena, bonus untuk upline diambil dari pembayaran downline.*

**SELF EMPOWERMENT BY NLP**

Oleh: Drs. Waidi, MBA.Ed  
 Penerbit: Elex Media Komputindo, 2007  
 Halaman: xvi + 248 hal  
 Ukuran: 11x18 cm

Waidi, penulis buku ini dikenal aktif menulis artikel-artikel pendek (kolom) di sejumlah media. Dan, buku ini juga merupakan kumpulan artikel kolomnya yang dirangkai menjadi sebuah buku. Buku ini terbagi dalam tiga bagian, pertama soal pembodohan diri, kedua tentang karakter pembelajar, dan ketiga perihal menuai nasib. Bagian pertama bicara tentang perangkap-perangkap pembodohan diri, persepsi kegagalan, sabotase diri, dll. Bagian kedua bicara soal visi perubahan, doa dan daya batin, panggilan jiwa, sikap positif, menjadi pembelajar sejati, serta rumus matematika sebagai motivator. Sementara pada bagian ketiga, penulis membahas contoh-contoh sukses dari sejumlah tokoh dalam topik tulisan; menjadi diri sendiri, menjalankan bisnis modal dengkul, sukses tanpa gelar, pembantu rumah tangga jadi penulis, dll. Seperti umumnya buku-buku kumpulan artikel, kelemahan utamanya adalah pada tema tulisan yang banyak ragam serta kurang fokus. Tapi, penulis buku ini mencoba mengatasi kelemahan itu dengan fokus pada *frame of thinking* ala NLP. Alhasil, pembaca tetap bisa mendapatkan benang merahnya, yaitu NLP.\*

**LIFE IS WONDERFUL 2**

Oleh: Andrew Ho  
 Penerbit: Kiss Publishing, 2007  
 Halaman: xxvi + 206 hal  
 Ukuran: 11x18 cm

Sukses dengan buku *Life is Wonderful* jilid pertama, Andrew Ho kembali menelurkan karya terbarunya berjudul *Life is Wonderful 2*. Sama dengan buku seri sebelumnya, buku seri dua ini banyak berisi artikel-artikel pendek yang memotivasi dan inspiratif. Tak kurang dari 25 artikel disajikan dalam buku ini. Beberapa di antaranya pernah dimuat di *Pembelajar.com*, termasuk di buletin *INFO APLI*. Seperti buku-buku Andrew Ho sebelumnya, buku ini akan menyuguhkan pembaca sejumlah gagasan-gagasan motivasional yang sederhana dan mudah dicerna. Cara penuturannya cukup mengalir. Dan, ciri khas tulisan-tulisan Andrew Ho, adalah tersajinya berbagai kutipan kata-kata mutiara nan bijak dari berbagai tokoh dunia. Tak berbeda dari seri sebelumnya, buku ini juga dilengkapi dengan foto-foto kegiatan penulisanya serta sejumlah ilustrasi kartun yang orisinal karya Sheng Hang (putera penulis). Karena sifatnya yang memotivasi, maka ide-ide dalam buku ini aplikatif bagi hampir semua profesi dan lapangan pekerjaan. Selain itu, buku ini juga bagus untuk bacaan keluarga. Buku ini mengajak kita untuk menghargai dan menikmati kehidupan yang indah serta penuh warna.\*

**HIMPUNAN UNDANG-UNDANG & PERATURAN TENTANG WARALABA, DIRECT SELLING, UKM**

Oleh: Tim Blessing  
 Penerbit: Blessing Books, 2007  
 Halaman: 152 hal  
 Ukuran: 14x21 cm

Mengetahui dengan baik dan lengkap semua Undang-Undang atau Peraturan Pemerintah yang terkait dengan bisnis atau usaha yang kita jalankan itu penting sekali. Sebab, tanpa tahu peraturan yang berlaku, kita seperti menjalankan bisnis tanpa arah dan hanya main kira-kira. Ini berbahaya. Bisa-bisa, kita menerabas aturan yang sudah ditetapkan. Bahayanya, kita bisa dianggap ilegal atau kena sanksi oleh pemerintah. Oleh sebab itu, buku semacam ini penting untuk dijadikan referensi

atau acuan penyelenggaraan bisnis. Buku kumpulan peraturan ini berisi peraturan-peraturan sebagai berikut: Undang-Undang No.9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, Peraturan Pemerintah No.44 Tahun 1997 tentang Kemitraan, Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan No.09/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan No.12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan No.13/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung. Selain itu, buku ini juga dilampiri dengan Kode Etik Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) serta Kode Etik Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI).\*



Andrias Harefa\*

## ORANG TERKAYA

**B**elum lama ini saya menemukan sebuah fakta menarik di sekolah kehidupan Indonesia. Faktanya mengatakan bahwa orang-orang yang paling kaya di negeri ini ternyata bukanlah mereka yang suka berbicara tentang cara-cara cepat menjadi kaya. Dan mereka yang sering beriklan di media massa menawarkan gagasan-gagasan brilian untuk menjadi kaya, ternyata tidak satu pun yang termasuk dalam daftar 150 orang terkaya di Indonesia.

Fakta ini diumumkan oleh Executive Chairman of Globe Asia Rizal Ramli, dan sebagian dilaporkan oleh Harian Kompas, 31 Juli 2007, halaman 17. Isinya tentang 150 orang terkaya di Indonesia, dan kekayaan pejabat publik, pengusaha yang jadi pejabat publik, di luar daftar 150 orang terkaya.

Dalam daftar pengusaha yang jadi pejabat publik, dua nama teratas adalah Fadel Muhammad, Gubernur Gorontalo, dengan kekayaan 16,6 juta dollar AS, disusul Fahmi Idris, Menteri Perindustrian saat ini. Sementara Presiden Susilo Bambang Yudhoyono memiliki kekayaan 516.000 dollar AS atau Rp 4,6 miliar per tahun 2004.

Salinan daftar yang dimuat Kompas adalah sebagai berikut:

Memikirkan nama-nama orang terkaya yang muncul dalam daftar di atas, dikaitkan dengan maraknya seminar-seminar tentang ilmu menjadi kaya di Indonesia satu dekade terakhir, saya mencoba menarik sejumlah pelajaran untuk diri sendiri.

Pertama, jalur menuju daftar orang terkaya agaknya memang dunia usaha, dunia bisnis, dunia perdagangan

**Daftar 10 Orang Terkaya di Indonesia**

Posisi	Nama	Umur	Perusahaan	Kekayaan
1	Budi Hartono	66	Djarum	Rp 37,8 triliun
2	Rachman Halim	60	Gudang Garam	Rp 31,5 triliun
3	Eka Tjipta Widjaja	84	Sinar Mas	Rp 27,9 triliun
4	Sudono Salim	92	Salim Group	Rp 25,2 triliun
5	Putera Sampoerna	59	Sampoerna	Rp 19,8 triliun
6	Sukanto Tanoto	57	Raja Garuda Group	Rp 11,7 triliun
7	Eddy William Katuari	56	Wings Group	Rp 9,90 triliun
8	Aburizal Bakrie	60	Bakrie Group	Rp 9,45 triliun
9	Arifin Panigoro	62	Medco Energy	Rp 8,10 triliun
10	Hary Tanoesoedibjo	42	Global MediaCom	Rp 7,70 triliun
<b>Nama-nama lain yang disebutkan dalam Daftar 150</b>				
	Sultan Hamengku Buwono			Rp 1,20 triliun
	M. Jusuf Kalla			Rp 1,10 triliun
	Chaerul Tanjung	45	Para Group	
	Rachmat Gobel	45	Gobel International	
	Sandiaga Uno	38	Saratoga Capital	
	Benjamin Jiaravanon	36	CP Indonesia	

---

---

dalam arti luas. Para pejabat publik yang kaya raya pun kita temukan adalah mereka yang datang dari dunia usaha, bukan pegawai negeri yang merintis karier dari bawah, bukan pula kaum profesional dengan keahlian spesifik di bidang tertentu di luar dunia usaha. Dengan demikian, jika menjadi kaya adalah tujuan yang dianggap paling bermakna dalam hidup, maka pilihan untuk berkiprah dalam dunia usaha adalah pilihan yang masuk akal.

Kedua, orang-orang yang mengajarkan tentang ilmu menjadi kaya, ternyata tidak datang dari kelompok yang paling kaya. Mereka datang dari kelompok yang sedang berusaha menjadi lebih kaya, dari kelas menengah yang memiliki ambisi luar biasa. Mungkin ini juga bisa diartikan bahwa orang tidak bisa menjadi sungguh-sungguh kaya dengan mengandalkan keterampilan berbicara saja. “Bisnis bicara” tidak membuat orang menjadi yang terkaya di negaranya. Bahkan “bisnis bicara” oleh sebagian kalangan tidak dianggap bisnis dalam arti sesungguhnya. Hanya jika “bisnis bicara” dilengkapi dan dilanjutkan dengan kegiatan usaha dalam skala industri atau konglomerasi tertentu (tembakau, *consumer goods*, properti, pertanian, pertambangan, media, dsb), maka posisi terkaya dimungkinkan untuk diraih.

Ketiga, kelompok masyarakat yang masuk dalam daftar orang terkaya tidak suka berbicara tentang cara-cara cepat menjadi kaya. Sebagian malah kita dapatkan sebagai orang-orang yang tidak fasih berbicara, atau setidaknya suka menghindari kesempatan untuk berbicara di muka umum. Dalam arti tertentu mereka mungkin memang menganggap kemampuan berbicara tidak relevan dengan ambisi mereka untuk berhasil dalam usaha yang ditekuninya. Bahkan ada yang menduga orang-orang kaya tak banyak berbicara untuk publisitas karena publisitas sering membuat mereka mendapatkan masalah. Karena itu, mereka lebih suka membayar pihak tertentu, kaum profesional, untuk berbicara untuk dan atas nama mereka.

Keempat, soal pencitraan dalam masyarakat. Sungguh menarik bahwa mereka yang masuk dalam daftar orang terkaya itu bukanlah orang-orang yang dicitrakan kaya raya oleh media massa. Sebagian malah berusaha untuk tidak dikenal sebagai orang kaya raya, dengan alasannya masing-masing. Sementara orang-orang tertentu yang rajin berbicara soal ilmu menjadi kaya, justru terkesan berupaya keras mencitrakan diri mereka

“...kelompok masyarakat yang masuk dalam daftar orang terkaya tidak suka berbicara tentang cara-cara cepat menjadi kaya.”

---

---

sebagai orang yang sungguh-sungguh kaya dalam pandangan masyarakat. Yang terakhir ini memanfaatkan publisitas media massa untuk membangun citra tersebut. Dan dengan citra semacam itulah mereka menarik keuntungan untuk memperkaya dirinya.

Empat pelajaran di atas membuat saya teringat pada pemikiran Stephen Covey mengenai *character ethics* dan *personality ethics*. Menurut Covey, sejak Amerika menyatakan kemerdekaannya di tahun 1776, ajaran-ajaran yang berkembang dalam masyarakat utamanya bertumpu pada pentingnya pengembangan karakter (kerja keras, antusias, tulus, rendah hati, tekun, dsb) untuk meraih sukses. Hal ini berjalan sampai 150 tahun. Lalu, di pertengahan tahun 1920-an, dan hampir bersamaan dengan terjadinya masa depresi besar, berkembanglah ajaran-ajaran yang mengutamakan teknik-teknik *human relations* dan *public relations*, serta *positive mental attitude*. Pada masa itulah soal-soal pencitraan, yakni *personality ethics*, menjadi lebih didahulukan ketimbang karakter yang sesungguhnya. Ajaran-ajaran mengenai ilmu menjadi kaya dalam waktu cepat tumbuh menjamur, menjadi semacam “hiburan” atau “candu” bagi masyarakat yang didera penderitaan karena kemiskinan dimana-mana.

Saya jadi bertanya-tanya pada diri sendiri, apakah Indonesia sedang berada pada era seperti Amerika tahun 1920-an itu?

Bagaimana pendapat Anda?

\* *Andrias Harefa adalah seorang motivator, trainer, dan penulis 30 buku best-seller. Ia dapat dihubungi di email: aharefa@dn.net.id. Artikel ini pernah dimuat di Pembelajaran.com dan dimuat kembali di INFO APLI atas izin penulis.*

TWO DAYS WORKSHOP (BATCH 5)

# WRITING SKILL FOR MANAGERS & EXECUTIVES

Tanggal 28-29 September 2007 Pkl.09.00-17.00 wib  
Hotel Menara Peninsula, Slipi - Jakarta

## Writing Skill as Career Booster

Tahukah Anda? *Writing skill* ternyata berpengaruh sekali bagi karier profesional kita. *Writing skill* malah bisa menjadi *breakthrough factor* dalam pencapaian keberhasilan. *Writing skill* yang bagus dan terasah merupakan instrumen pengembangan diri yang sungguh-sungguh dapat mengubah kehidupan kita. Fakta berbicara demikian.

Simak bagaimana Hermawan Kartajaya, Renald Khasali, Ary Ginanjar, Bondan Winarno, Handy Irawan, Gede Prama, Andrias Harefa, dan sederet nama tenar lainnya yang sukses karena tulisan-tulisan mereka. Gagasan-gagasan brilian, tulisan yang bagus, dan *personal branding* yang terus dipupuk, akhirnya terbukti telah mampu mendongkrak karier dan profesi mereka.

Sukses mereka diawali dari ketekunan, kerja keras, sekaligus kepiwaan dalam menuangkan gagasan melalui tulisan nonfiksi. Jadi, *writing skill* menjadi fondasi kesuksesan mereka. Nah, inilah yang menjadi *concern* utama Sekolah Penulis Pembelajar (SPP) yang memiliki visi mencetak 100 penulis sukses dalam kurun sepuluh tahun ke depan.

### SEKOLAH PENULIS PEMBELAJAR (SPP)

yang digawangi para pelatih penulisan berpengalaman serta para penulis *best-seller* akan menuntun Anda, langkah demi langkah...

*Workshop* SPP Angkatan ke-5 yang berlangsung dua hari kali ini memang ditujukan untuk mengasah keterampilan menulis para manajer dan eksekutif, yang umumnya telah memiliki dasar-dasar kemampuan menulis memadai. Walau begitu, *workshop* ini juga dikemas sedemikian rupa sehingga bisa diikuti oleh semua kalangan atau calon penulis umumnya. Lebih spesifik lagi, *workshop* dirancang khusus untuk menggali, merangsang, memandu, dan memotivasi peserta agar semua potensi dan gagasan mereka dapat diwujudkan dalam bentuk tulisan nonfiksi yang berbobot.

Daftarkan diri Anda & dapatkan diskon menarik. Hubungi:  
SEKOLAH PENULIS PEMBELAJAR (SPP)  
Wisma Tani Jl. Manggasari No.26, Jatipadang, Pasar Minggu  
Jakarta Selatan. Telp/Faks: 021-7828044/Hp: 08128547255  
Email: espepe@yahoo.com Web: www.pembelajar.com

Fasilitator & Mentor



Andrias Harefa  
Penulis 28 Buku Best-Seller  
Trainer, Speaker, Motivator  
Pendiri Pembelajar.com



Her Suharyanto  
Editor Ekonomi, Trainer  
Konsultan Penerbitan  
Kolumnis Pembelajar.com



Hasudungan Sirait  
Trainer Jurnalistik,  
Editor Ekonomi & Penulis Buku



Edy Zaques  
Editor & Konsultan Penerbitan  
Penulis Buku Best-Seller "Resep  
Cespleng Menulis Buku Best Seller"



Agoeng Widyatmoko  
Jurnalis & Trainer Penulisan  
Penulis 5 Buku Best-Seller



Rab A. Broto  
Direktur SPP & Trainer  
Kolumnis Pembelajar.com

Materi Pelatihan Hari Pertama Pkl.09.00-17.00 wib

- \* Membongkar hambatan menulis
- \* Teknik menggali ide & menentukan *angle* tulisan
- \* Teknik meriset & memperkaya tulisan
- \* Teknik penulisan naratif

Materi Pelatihan Hari Kedua Pkl.09.00-17.00 wib

- \* Teknik mengawali sampai mengakhiri tulisan
- \* Ragam bahasa & kekuatan kata
- \* Teknik & seni penyuntingan
- \* Penulisan & *personal branding*

Improve Your Writing Skill and Leverage Your Career