

INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

INFO APLI Edisi XLVI/Oktober-Desember 2009

SAJIAN EDISI INI

FOKUS

Outlook 2010

STRATEGI

Membaca Tren Masa Depan

MLM INSIGHT

Perhitungan PPh Bagi Distributor

MOTIVASI

Ada Apa dengan 2012?

AKTIVITAS

Wawancara Dr. Sam Rehnberg
Ph.D
(President of Nutrilite Health
Institute)

KONSULTASI

Bonus Maksimal 40%?

BUKU PILIHAN

The Power Of Nekat

SELF-DEVELOPMENT

Berubah Secara Vertikal

MANCANEGERA



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

EDITORIAL

SIUPL Kini di Tangan BKPM

Wewenang penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) kini berada di tangan kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Pelimpahan itu tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan No 55/2009 yang ditandatangani pada 9 Oktober 2009 dan berlaku 60 hari kemudian.

Permendag tersebut dibuat dalam rangka pelaksanaan Perpres (Peraturan Presiden) tentang Pelayanan Terpadu Satu Pintu (PTSP) di bidang penanaman modal. "Ini dalam rangka menciptakan iklim usaha yang kondusif guna mendorong peningkatan investasi terkait dengan pemberian perlakuan yang sama bagi penanam modal dalam negeri dan penanam modal asing," kata Subagyo, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Depdag.

Selain Permendag mengenai pelimpahan wewenang pemberian SIUPL, Depdag juga menerbitkan Permendag No 46/2009 tentang perubahan Permendag No 32 tahun 2008 tentang penerbitan SIUPL. Dalam Permendag yang baru itu, perusahaan penanaman modal asing diwajibkan mempekerjakan paling sedikit satu WNI sebagai direktur dan satu WNI sebagai komisaris.

APLI memaklumi jika niat pelimpahan wewenang penerbitan SIUPL ke BKPM itu dimaksudkan agar tidak terjadi dualisme karena pemberian izin dilakukan oleh satu atap.

Sebelumnya, untuk mendapatkan SIUPL, perusahaan yang mengajukan permohonan izin diundang ke Depdag untuk mempresentasikan rencana bisnisnya terlebih dulu (juga dihadiri APLI sebagai asosiasi terkait), baru kemudian diputuskan bisa atau tidak memperoleh SIUPL. Sekarang prosesnya bertambah panjang karena selain harus mendapat rekomendasi dari Depdag dan saran dari APLI terlebih dulu, permohonan harus dikirim ke BKPM baru kemudian BKPM yang memutuskan.

Hendaknya pemerintah menghindari kebijakan yang menimbulkan efek perpanjangan mata rantai birokrasi untuk lebih menggairahkan industri DS/MLM yang bernilai sekitar Rp 7 triliun per tahun ini. Bila nantinya peraturan baru ini justru memperpanjang birokrasi, sebaiknya dilakukan koreksi. APLI sendiri sebagai asosiasi selalu siap mendukung kebijakan pemerintah demi berkembangnya industri DS/MLM yang sehat, yang mampu meningkatkan lapangan kerja bagi pengusaha mandiri dan meningkatkan kesejahteraan rakyat. *

Menyongsong Tahun yang Cerah

Tahun 2010 diprediksi sebagai tahun pemulihan ekonomi. Proyeksinya lebih cerah dibanding 2009.

Bagaimana prospek bisnis perekonomian 2010? Tidak mudah menjawab pertanyaan ini secara pasti. Tetapi, proyeksi pertumbuhan ekonomi 2010 diperkirakan akan lebih baik dari pertumbuhan ekonomi pada 2009. Para ekonom memperkirakan pertumbuhan ekonomi Indonesia tahun depan antara 5-6%.

Menurut Faisal Basri, perekonomian dunia mulai bergerak menuju pemulihan lebih cepat dari perkiraan sebelumnya. Sejak pertengahan 2009 sejumlah negara utama di berbagai belahan dunia sudah menunjukkan perbaikan berarti. *Emerging markets* Asia pun menjadi bintang pemulihan. Indonesia termasuk di dalamnya, bersama dengan China, Hong Kong, Korea, dan Singapura.

Perekonomian Indonesia memang menunjukkan gejala cukup menggembirakan, demikian tulis Faisal di tabloid *Kontan*. Pertumbuhan ekonomi di triwulan ketiga 2009 sudah kembali naik menjadi 4,2%. Nilai tukar rupiah mulai stabil di kisaran Rp 9.400 per dolar AS. Laju inflasi diharapkan bertahan di bawah 4%. Eskpor beberapa bulan terakhir meningkat kembali, juga pertumbuhan produksi industri besar dan menengah. Penjualan sepeda motor, mobil, dan semen sudah menggalat lebih awal.

Satu-satunya sektor yang sangat memprihatinkan ialah industri manufaktur, dengan pertumbuhan



hanya 1,3%. Tantangan bagi sektor ini bakal terus menghadang hingga tahun depan. Industri ini juga didera krisis listrik dan implementasi *free trade agreement* (FTA) ASEAN-China mulai 2010. Bayangkan, tanpa FTA saja kita sudah keteteran menghadapi penetrasi produk-produk manufaktur dari China. Satu lagi yang juga mesti diwaspadai tahun depan adalah potensi harga minyak yang bisa menembus 100 dolar AS per barrel.

Kendati demikian, dengan menimbang potensi serta tantangan yang dihadapi, tampaknya prospek ekonomi dan bisnis tahun 2010 akan sedikit lebih baik ketimbang tahun 2009. Meskipun laju inflasi diperkirakan bakal lebih tinggi, namun angkanya belum akan melebihi 5,5%, sehingga tak akan mendorong peningkatan suku bunga.

Nilai tukar rupiah rata-rata untuk tahun 2010 pun diperkirakan mengalami penguatan. Jika tahun ini rata-rata nilai masih di atas Rp 10.000 per dollar AS, maka tahun depan berpotensi menguat ke sekitar Rp 9.250-9.500 per dollar AS.

Perdagangan, hotel dan restoran serta industri manufaktur adalah sektor-sektor yang diperkirakan bakal mengalami akselerasi pertumbuhan. Penyumbang peningkatan kelompok pertama adalah perdagangan, sedangkan kelompok kedua adalah industri otomotif, semen, dan makanan & minuman. Peningkatan bisa lebih tinggi seandainya pembenahan logistik dan persoalan listrik bisa cepat teratasi.

Kreatif dan Inovatif

Bagaimana dengan industri DS/MLM sendiri? Dengan proyeksi 2010 yang cerah, perusahaan-perusahaan DS/MLM diperkirakan bakal lebih ekspansif dalam mengembangkan bisnisnya ketimbang tahun lalu.

Simak saja komentar Sartana Ramelan. *Senior Business Development Manager* Tahitian Noni Indonesia ini yakin bahwa prospek bisnis MLM sangat bagus tahun depan. Harga dolar tidak begitu dikhawatirkan karena tahun 2009 pertumbuhan ekonomi Indonesia stabil. Bahkan dibanding negara-negara lain, Indonesia termasuk yang cepat pulih dari hantaman krisis keuangan global.

Peluang bisnis DS/MLM jelas masih besar karena hampir tiap hari ada perusahaan MLM baru yang masuk. "Tapi peluang besar itu hanya akan diperoleh oleh orang-orang yang menyadari dan menginginkan sukses dan mau membayarnya dengan usaha yang pantas, yang lebih keras daripada usaha sebelumnya," tegas Sartana. Karena itu, sebelum melangkah diperlukan revitalisasi internal terlebih dulu: keunggulan-keunggulan apa yang hendak ditonjolkan, konsolidasi, dan membangun jaringan organisasi.

Untuk 2010, Tahitian Noni Indonesia menargetkan pertumbuhan bisnisnya dua kali lipat dari tahun sebelumnya. Salah satu caranya adalah dengan memperluas penetrasi pasar di luar Pulau Jawa. Upaya ke arah sana telah dirintis sejak akhir

tahun ini dengan membuka kantor cabang di Makassar untuk melayani pelanggan di Indonesia Timur. "Tahun depan kami akan buka kantor cabang di Medan sehingga wilayah Timur dan Barat terlayani dengan baik," lanjut Sartana.

Sementara itu, Andrew Ho, *Managing Director* Kangsen Kenko Indonesia juga menyatakan tetap optimistis bisnis akan lebih baik lagi pada 2010. Tapi, ia mengingatkan, untuk itu diperlukan upaya yang lebih kreatif dan inovatif dalam memperluas *customer base*. "Pertumbuhan industri ini tahun depan diperkirakan 20-25%. Market tetap ada, tapi untuk merebut [market] yang baru diperlukan strategi yang baru pula," ujarnya.

Andrew melihat, salah satu tantangan industri DS/MLM tahun depan adalah ketatnya perizinan dari Badan POM. Untuk menyaingi hal itu, ia menyarankan agar pebisnis DS/MLM berupaya menambah lini produknya dengan produk-produk non-kesehatan atau kecantikan.

Menggarap pasar di daerah luar Jawa juga dilihat Andrew sebagai salah satu strategi jitu dalam memperluas *customer base*. "Tahun ini inflasi di daerah lebih tinggi [konsumsi lebih tinggi] dan ini berarti peluang untuk memasarkan produk-produk MLM," katanya.

Namun, upaya membuat pelanggan beralih ke produk kita bukanlah perkara mudah. Bagaimana caranya? Menurut Andrew, paradigma lama harus berubah. Ia meyarankan agar pelaku bisnis DS/MLM menerapkan *blue ocean strategy*—strategi menciptakan sesuatu yang baru serta membuat pesaing menjadi tidak relevan. Dalam hal ini, para pebisnis jangan lagi bertarung di pasar produk-produk MLM yang sudah *crowded*, tapi harus berani menawarkan jenis produk-produk konvensional yang belum beredar di pasar MLM. Dengan begitu kue pasar MLM akan bertambah besar.

Nah, peluang kini terbentang lebar. Akan tetapi, semua ini tergantung dari kejelian strategi para pelaku DS/MLM dalam mengubahnya menjadi sesuatu yang *profitable*. Selamat menyongsong tahun 2008! [eses]

Membaca Tren Masa Depan



Handi Irawan D,
konsultan Frontier
Consulting Group

Film *2012* mendapat sambutan luar biasa. Ketika diputar pertama kali di Indonesia, sulit mendapatkan tiket di malam minggu bila tidak memesan beberapa hari sebelumnya. Film dengan biaya sekitar Rp 2 triliun ini memang tergolong spektakuler. Di dunia, *2012* mencetak rekor tertinggi penjualan perdana untuk film yang tidak berdasarkan buku *best seller*.

Apa daya tarik *2012*? Salah satunya karena tema dan jalan cerita dari film ini yang menyangkut masa depan. Kiamat, menurut penanggalan Maya akan terjadi di bulan Desember 2012. Kita selalu ingin melihat masa depan sebelum terjadi. Walau banyak orang geli dan tertawa mendengar ramalan ini, tetapi tetap saja ia menjadi daya tarik yang besar.

Mengetahui terlebih dulu apa yang terjadi, membuat kita menjadi pelaku bisnis DS/MLM yang bisa membuat keputusan lebih tepat. Jadi, kalau kita tidak dapat mengetahui persis apa yang akan terjadi di masa mendatang, yang bisa kita lakukan adalah dengan meramal apa yang akan terjadi di masa mendatang dengan tingkat akurasi yang cukup baik. Problemnya, adakah cara yang efektif untuk mengasah kemampuan seperti ini?

Simak artikel Handi Irawan D, konsultan Frontier Consulting Group, berikut ini. Versi pendeknya yang telah diadaptasi dimuat khusus untuk pembaca INFO APLI.

Tiga Tahap

Ada tiga tahap dalam membaca tren masa depan. Fase pertama, kita harus mulai untuk memahami. Untuk itu, pelaku bisnis DS/MLM perlu menjawab pertanyaan: “Apa yang terjadi di masa lalu? Apa yang terjadi hari ini? Mengapa ini terjadi?” Tiga pertanyaan besar ini akan mengantarkan kita untuk masuk dalam tahap pemahaman. Sebuah tahap sederhana yang kenyataannya tidak dilakukan oleh banyak pelaku bisnis.

Misalnya ada sebuah perusahaan DS/MLM yang mengalami penurunan penjualan selama 2 tahun terakhir. Sudah selayaknya dilakukan evaluasi untuk mengetahui penyebab penurunan penjualan. Tampaknya sederhana, tapi ada ratusan kemungkinan.

Penurunan penjualan bisa terjadi karena sebagian memberinya pindah ke perusahaan lain. Bisa juga karena pelanggan mengurangi penggunaan. Kalau pindah ke perusahaan lain, bisa karena tingkat kepuasan yang rendah, loyalitas rendah atau karena pesaing memang agresif menawarkan untuk pindah. Ada banyak faktor yang membuat mereka tidak puas. Celakanya, keseluruhan faktor-faktor ini tidak berdiri sendiri, tetapi saling berkaitan. Rumit bukan?

Meski rumit, hanya pebisnis DS/MLM yang terus mencari jawaban atas pertanyaan inilah yang akan mampu memasuki tahap berikutnya. Pada tahap kedua, pebisnis kemudian menjawab pertanyaan tunggal: “Setelah memahami fenomena masa lalu hingga hari ini, lalu apa yang akan terjadi di masa mendatang?” Kemampuan untuk menjawab pertanyaan ini akan menentukan kualitas sang pelaku bisnis. Strategi dirancang untuk menjawab tantangan mendatang. Struktur organisasi dan sumber daya lainnya dialokasikan dan dimobilisasi untuk menangkap peluang di masa depan.

Mereka yang paham benar dengan apa yang terjadi di masa lalu akan memiliki kemampuan untuk melakukan prediksi. Lalu, apa yang membedakan pelaku bisnis yang dapat memahami dengan mereka



yang tidak? Pertama, *attitude*. Pelaku bisnis yang suka berpikir, terus bertanya dan mencari jawaban, adalah kelompok yang benar-benar menjadi paham. Sayangnya, seperti yang dikatakan John Maxwell dalam bukunya terbaru *How Successful People Think*: “...tidak banyak pelaku bisnis yang suka berpikir. Tidak mudah mencari sosok pimpinan yang masuk dalam kategori *thinker*.”

Kedua, diperlukan alat bantu yang mampu memproduksi model. Data yang ada semakin kompleks. Untuk memahami, diperlukan sebuah model sederhana yang bisa diinterpretasikan secara jelas. Walau ada puluhan faktor yang membuat penjualan naik atau turun, tetapi model tersebut secara cepat dapat memberi informasi mengenai urutan tingkat kepentingan. Pemahaman seperti inilah yang kemudian bisa membawa pelaku bisnis masuk ke tahap kedua dengan lebih percaya diri, yaitu meramal apa yang akan terjadi di masa mendatang.

Pada awal tahun 90-an, sudah mulai bermunculan rumus-rumus yang dikembangkan untuk terus mencoba memahami bagaimana pola *historical data* bisa dijelaskan. Beruntunglah, hari ini, sudah tersedia *software* yang sangat memadai. Bahkan, model seperti *artificial intelligence* yang rumit pun, bisa diselesaikan dalam hitungan menit. Penggunaan *software* semacam ini sangat membantu agar sebuah data menjadi informasi dan informasi ini kemudian menjadi *knowledge*. Dengan bekal *knowledge* inilah, proses meramal

bisa menjadi lebih akurat.

Apakah kemudian akurasi meramal tren di masa mendatang pasti akurat bila pelaku bisnis sudah demikian memahami fenomena *historical data*? Tentu saja tidak. Situasi bisnis saat ini, banyak menyajikan hal-hal yang tidak terduga. Artinya, pemahaman di masa lalu menjadi luput karena adanya sesuatu yang baru, yang tidak tertangkap dalam pembuatan model.

Tetapi perlu diingat, dalam banyak hal, perubahan di masa mendatang tidaklah semuanya baru. Sekitar 50%, atau bahkan 90%, tetap sama. Lantaran masih banyak yang sama inilah pelaku bisnis masih bisa meramal. Karena itu, mereka yang memahami pola data dengan baik dan akhirnya menjadi *knowledge*, tetap memiliki peluang yang lebih baik dalam meramal masa mendatang.

Kalau pelaku bisnis DS/MLM memiliki *knowledge* seperti ini, maka perusahaannya kemudian menjadi *knowledge creating company*. Budaya seperti ini akan menjadikan perusahaan mampu menangkap kesempatan bisnis di situasi yang tidak menentu. Mereka mampu merumuskan strategi lebih baik dan sekaligus bisa mempersiapkan kemampuan bersaing yang lebih baik.

Memang, tahap pemahaman dan tahap prediksi ini haruslah diikuti dengan tahap ketiga, yaitu pengambilan keputusan. Keputusan bisnis inilah yang kemudian menentukan apakah sebuah perusahaan menjadi lebih baik atau tidak.

Sayang, kita hidup di sebuah negara yang tidak melakukan ketiga tahap ini dengan baik. Kita memiliki data yang sangat banyak. Hanya saja, kita kekurangan orang-orang yang mau berpikir untuk memahami data seperti ini. Tidak heran bila kita menjadi masyarakat yang kurang *knowledgable*. Karena itu, tidak mengherankan pula, banyak informasi yang membingungkan di negara ini dan banyak keputusan yang tidak jelas.

Mudah-mudahan, kita menjadi pelaku bisnis DS/MLM berkualitas yang membangun perusahaan dengan lebih baik dan akhirnya negara pun semakin maju. Mari membuat ramalan bisnis yang lebih serius, yang jauh lebih baik daripada yang disajikan dalam film 2012.

PPH BAGI DISTRIBUTOR DS/MLM

Kini Bisa Menikmati Norma 50%

Perjuangan Komite Pajak APLI selama beberapa tahun ini tampaknya tidak sia-sia. Akhirnya, dua bulan silam, terbit Surat Edaran Dirjen Pajak Nomor SE-100/PJ/2009 tanggal 12 Oktober 2009 tentang Penggunaan Norma Penghitungan Penghasilan Neto Bagi Petugas Dinas Luar Asuransi dan Distributor Perusahaan Multilevel Marketing atau Direct Selling.

Ini merupakan kabar gembira bagi para distributor perusahaan DS/MLM. Pasalnya, Surat Edaran tersebut telah menjawab keraguan dan kesimpangsiuran selama ini bergulir, yaitu tentang bagaimana cara melaporkan penghasilan seorang distributor DS/MLM dalam SPT Tahunannya. Misalnya soal apakah mereka bisa menggunakan norma perhitungan atau tidak, serta digolongkan sebagai penghasilan jenis apa di SPT Tahunan: apakah penghasilan dari usaha/pekerjaan bebas, penghasilan dari pekerjaan, atau penghasilan lain-lain.

Sebelum terbitnya SE ini, ada pendapat bahwa penghitungan Pajak Penghasilan (PPH) untuk distributor DS/MLM adalah dengan memasukkannya dalam jenis penghasilan lain-lain dalam SPT Tahunan. Alasannya: jenis penghasilan ini tidak sama dengan penghasilan dari usaha/pekerjaan bebas, tetapi bukan pula penghasilan dari pekerjaan. Adapun biaya-biaya terkait dengan penghasilan ini bisa dikurangkan dan PPh Pasal 21 yang telah dipotong oleh perusahaan DS/MLM dapat dikreditkan.

Nah, berdasarkan SE-100/PJ/2009 ini, ada beberapa hal yang ditegaskan terkait dengan cara penghitungan PPh bagi distributor DS/MLM. *Pertama*, Wajib Pajak (WP) orang pribadi yang berprofesi sebagai distributor DS/MLM “masuk dalam kategori WP orang pribadi yang melakukan kegiatan usaha atau pekerjaan bebas”, sepanjang dia tidak berstatus sebagai pegawai dari perusahaan terkait.

Kedua, WP orang pribadi di atas boleh menghitung

penghasilan neto dengan Norma Penghitungan Penghasilan Neto, dengan syarat:

- a. Peredaran brutonya dalam 1 (satu) tahun kurang dari Rp 4,8 miliar dan;
- b. Memberitahukan kepada Dirjen Pajak dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan pertama dari tahun pajak yang bersangkutan.

Ketiga, dalam menggunakan Norma Penghitungan Penghasilan Neto, distributor DS/MLM diklasifikasikan sebagai jenis usaha “Perdagangan eceran barang-barang hasil industri pengolahan” atas penghasilan dari penjualan barang dari perusahaan DS/MLM. Persentase normanya adalah 30%, 25% atau 20% tergantung lokasi usahanya. Sedangkan penghasilan dari pengembangan jaringan usaha DS/MLM diklasifikasikan dalam jenis usaha “Pekerjaan bebas bidang usaha lainnya” dengan persentase norma 50%, 47,5% atau 45% sesuai lokasi usahanya.

Pemotongan PPh Pasal 21

Bersamaan dengan terbitnya SE di atas, dikeluarkan pula Peraturan Dirjen Pajak Nomor PER-57/PJ/2009 yang mengatur kembali cara memotong PPh Pasal 21 bagi bukan pegawai (salah satu jenis penerima penghasilan yang bukan pegawai ini adalah distributor DS/MLM). Pada intinya, peraturan ini memberikan dasar pengenaan sebesar 50% saja dari penghasilan bruto bagi kelompok bukan pegawai.

Selain itu, perbedaan sifat berkesinambungan atau tidak juga akan menentukan apakah tarif dikenakan secara kumulatif atau tidak dalam tahun kalender. Kepemilikan Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) dan kondisi ada-tidaknya penghasilan lain pun akan menentukan apakah penerima penghasilan diberikan Penghasilan Tidak Kena Pajak (PTKP). Namun, tampaknya hampir semua distributor DS/MLM masuk ke dalam jenis penerima penghasilan bukan pegawai yang bersifat berkesinambungan.

Adapun perhitungan PPh Pasal 21 atas

penghasilan ini adalah dengan mengenakan tarif Pasal 17 untuk WP orang pribadi terhadap kumulatif Penghasilan Kena Pajak (PKP) dalam satu tahun kalender. PKP-nya adalah 50% penghasilan bruto dikurangi PTKP. Bila dijabarkan dalam bentuk rumus sederhana, maka perhitungannya adalah:

$PPh \text{ Pasal } 21 = \text{Tarif Pasal } 17 \times \text{kumulatif (50\% Penghasilan Bruto - PTKP)}$

Kendati demikian, pengurangan PTKP bisa dilakukan jika penerima penghasilan memenuhi syarat yang diatur dalam Pasal 13 ayat (1) PER-31/PJ/2009, yaitu: telah mempunyai NPWP dan hanya memperoleh penghasilan dari hubungan kerja dengan Pemotong PPh Pasal 21 dan/atau PPh Pasal 26 serta tidak memperoleh penghasilan lainnya. Dengan kata lain, satu-satunya *income* distributor DS/MLM tersebut hanya dari pekerjaan bebas.

Apabila tidak memenuhi syarat di atas alias *income*-nya lebih dari 1 sumber, maka perhitungannya menjadi:

$PPh \text{ Pasal } 21 = \text{Tarif Pasal } 17 \times \text{kumulatif } 50\% \text{ Penghasilan Bruto}$

Menyambut Baik

SE baru ini disambut baik oleh pelaku bisnis DS/MLM. Imam Joko dari PT Amway Indonesia,

mengatakan aturan pajaknya sekarang sudah lebih jelas, yaitu bahwa distributor DS/MLM diperbolehkan menggunakan norma penghasilan neto dalam perhitungan PPh. Terbitnya PER-57/PJ/2009 yang mengatur kembali cara memotong PPh Pasal 21 juga membuat distributor DS/MLM bisa menikmati dasar pengenaan 50% (tidak lagi 100%).

Sayangnya, peraturan ini dikeluarkan pada bulan Oktober 2009. Sementara di atas disebutkan bahwa salah satu syaratnya adalah: distributor DS/MLM memberitahukan kepada Dirjen Pajak dalam jangka waktu 3 bulan pertama dari tahun pajak yang bersangkutan. Ini berarti waktu pendaftaran norma yang terakhir, yaitu Maret 2009, sudah lewat. “Hal inilah yang ke depan kami perjuangkan supaya [peraturan ini] berlaku surut sehingga distributor bisa memakai norma untuk tahun 2009,” jelas Imam.

Yang jelas, APLI bersama seluruh anggotanya berkomitmen kuat untuk selalu mengikuti setiap peraturan perpajakan dari pemerintah. Pajak adalah kewajiban kita terhadap negara. Ketaatan membayar pajak merupakan bukti kecintaan dan sumbangsih kita, seluruh pelaku bisnis DS/MLM, dalam mendukung pembangunan di Tanah Air. [eses]

SEGENAP JAJARAN PENGURUS APLI MENGUCAPKAN:

Selamat Hari Natal

(25 Desember 2009)

&

Tahun Baru

(1 Januari 2010)

Semoga di Tahun 2010

Kesuksesan Selalu Menyertai Kita Semua



Oleh: Andrew Ho

Ada Apa Tahun 2012

“Live as if you were to die tomorrow. Learn as if you were to live forever. (Hiduplah seakan kau akan mati besok. Belajarlah seakan kau akan hidup selamanya).”

- Mahatma Gandhi

Bangsa Maya, yang pernah hidup di selatan Meksiko atau Guatemala, sangat dikenal kemampuannya dalam ilmu astronomi dan matematika. Bangsa pertama yang menggunakan angka nol (0) ini meramalkan bahwa 21 Desember 2012 akan menjadi akhir peradaban umat manusia. Mereka memprediksi pada tanggal tersebut akan muncul gelombang galaksi besar yang mengakibatkan terhentinya semua kegiatan di muka bumi ini—yang akan merusak keseimbangan mekanisme vital bumi dan tubuh semua makhluk, termasuk manusia.

Sementara itu, berdasarkan pemantauan pusat pemantau cuaca antariksa di beberapa negara sejak tahun 1960-an dan Indonesia oleh Lapan sejak tahun 1975, diperkirakan akan muncul *flare* dan Coronal Mass Ejection (CME). *Flare* adalah ledakan besar di atmosfer matahari yang dayanya setara dengan 66 juta kali ledakan bom atom Hiroshima. Sedangkan CME adalah ledakan sangat besar yang menyebabkan lontaran partikel berkecepatan 400 kilometer per detik. Sehingga, energi yang mengalir ke bumi dari titik pusat Bimasakti akan sangat terganggu pada 21 Desember 2012, tepatnya pada pukul 11.11 malam,



dan akan menyebabkan guncangan kecil pada rotasi bumi.

Namun banyak orang menyangkal ramalan bangsa Maya tersebut, di antaranya adalah profesor Antropologi dari Brown University, Stephen Houston, “Ramalan itu tidak benar dan tidak ada dasar sama sekali. Penggambaran bangsa Maya tidak pernah menyebut hal ini. Memang kalendar akan berakhir, tapi mereka mengulangi kembali tanpa adanya bencana alam sama sekali.” Apolinario Chile Pixtun, tetua Indian Maya juga menampik ramalan kiamat tersebut. Lembaga antariksa NASA pun membantah klaim kiamat bakal terjadi tahun 2012.

Sementara itu, Daniel Pinchbeck memanfaatkan situasi dengan mengangkat isu kiamat tahun 2012 itu ke dalam bukunya yang berjudul *The Return of Quetzalcoatl*. Sony pun memproduksi film bertajuk *2012* yang disutradari oleh Roland Emmerich. Pihak Sony kemudian meluncurkan Situs Human Continuity (IHC), sebagai sarana mempromosikan film tersebut. Konten situs tersebut menjadikan ramalan itu begitu nyata sehingga memicu kepanikan.

Jika memang ramalan bangsa Maya atau prediksi lembaga pemantau cuaca antariksa di dunia itu

benar, berarti waktu kita hanya tersisa sekitar 3 tahun. Apa yang bisa kita lakukan dan capai dalam waktu 3 tahun? Kepanikan jelas ada jika kita selalu dimanjakan kehidupan dunia dan belum memberi melakukan atau mencapai sesuatu yang berharga bagi orang lain.

Saya sendiri berpendapat bahwa benar-tidaknya ramalan kiamat tahun 2012 yang membahayakan kelangsungan hidup kita itu tak perlu dipersoalkan. Sebab kematian adalah satu hal yang pasti terjadi pada makhluk hidup di bumi ini. Kedatangan dan sebab kematian itu sendiri tak pernah dapat kita perkirakan atau tunda dan hanya akan menjadi rahasia Tuhan YME.

Ramalan bangsa Maya akan menjadi penting jika kita berusaha memetik pelajaran darinya. Ramalan tersebut akan sangat bermanfaat jika kita segera mempersiapkan diri, agar lebih optimis menyongsong masa depan termasuk bencana yang mungkin dapat menyebabkan kita tidak kuasa menolak kematian. Sebagaimana direktur program kajian Amerika Latin Universitas Stetson di DeLand, Florida, AS, Robert K Stiler, mengatakan, “Apa pun maknanya, bangsa Maya mengajak kita merengkuh hidup berkualitas dan kesehatan planet bumi.”

Artinya ramalan bangsa Maya itu akan sangat bermanfaat bagi kita jika menjadi motivasi untuk selalu berpikir, berbuat, dan berkata positif. Sebagaimana Frank J. Tipler dalam bukunya *The Physics of Immortality* (1994) menyarankan manusia untuk selalu berbuat baik demi kesuksesan di dunia maupun akhirat. Bila segala hal positif benar-benar menguasai pikiran bawah sadar, dipastikan keadaan kita menjadi terus lebih baik dan kita menjadi lebih optimis menyongsong masa depan.

Salah satu contoh perbuatan baik adalah menepati janji-janji yang kita ucapkan. Janji laksana kunci yang dapat membuka pintu sehingga kita bisa masuk ke dalam “ruangan” dengan leluasa. “Ruangan” di sini dapat bermakna kesuksesan, kemamuran, atau kehidupan yang jauh lebih baik di dunia ataupun di akhirat.

Kita semua pasti paham begitu penting melunasi hutang janji-janji. Bukankah kita semua sangat berharap seluruh pemimpin di dunia ini memenuhi

janji-janji mereka saat berkampanye? Andaikata seluruh manusia, termasuk pejabat perwakilan rakyat dan pemerintahan, selalu memenuhi janji, betapa indah dunia yang kita tinggali ini.

Meningkatkan rasa syukur kepada Tuhan YME juga perbuatan baik dan sangat penting. Tak peduli kaya atau miskin, sehat atau sakit, dan lain sebagainya, kehidupan kita ini adalah anugrah yang luar biasa. Bila setiap nafas kita selalu dipenuhi rasa syukur yang luar biasa, maka hati akan lebih tenang dan semangat kita juga akan lebih besar untuk melakukan yang terbaik baik keluarga, lingkungan hidup & sosial, pekerjaan, terlebih untuk beribadah kepada Tuhan YME.

Perbuatan baik lainnya adalah menjaga kelestarian alam, termasuk rajin menjaga kebersihan dan menanam pohon. Bayangkan bila seluruh manusia di dunia bersatu padu dan aktif melakukan tindakan untuk menyayangi bumi, pasti keadaan bumi ini di masa datang menjadi lebih baik. Jos Argelles, PhD, ahli Kalender Maya dan pakar sejarah seni dan estetika dari Universitas Chicago mengingatkan bahwa tahun 2012 adalah tahun berjaga, dengan menyadari bahwa teknologi saja tak menjamin keberlangsungan bumi.

Jelaslah sudah bahwa ilmu astronomi bangsa Maya adalah ilmu yang hebat luar biasa, tetapi tidak untuk diperdebatkan apalagi menciptakan perasaan takut, panik atau pesimis. Setiap keadaan, termasuk bencana sekalipun, menyimpan pelajaran agar kita menjadi lebih baik. Sebaliknya, segala sesuatu menjadi menakutkan atau menyakitkan, bila kita tak pernah berusaha mempelajari sesuatu dan menjadi lebih baik karenanya. Sebab setiap kebaikan yang kita kerjakan pasti kembali memberi kita kebaikan, termasuk kesuksesan, kebahagiaan, ketenangan dan optimisme menatap masa depan.

So be the best, do the best, and let God takes care the rest. Jadilah yang terbaik, lakukan yang terbaik, dan pasrahkan hasilnya kepada Tuhan YME.

*Andrew Ho adalah seorang pengusaha, motivator, dan penulis buku-buku best-seller. Kunjungi website-nya di: www.andrewho-uol.com

DR. SAM REHNBORG Ph.D:

Potensi Pasar Indonesia Besar

Dari total penjualan Amway di Indonesia, sekitar 50% kontribusinya berasal dari Nutrilite—suplemen kesehatan yang terbuat dari bahan alami yang mengandung vitamin, mineral serta fitonutrisi. Manfaat fitonutrisi dari tumbuhan organik telah digunakan oleh Nutrilite sejak 1934. Nutrilite juga merupakan suplemen nomor 1 di dunia (versi *Euromonitor*, 2008) dan satu-satunya merek suplemen yang menanam, memanen dan memproses bahan bakunya di ladang sendiri yang bersertifikasi organik.



Di bawah kepemimpinan Dr. Sam Rehnberg Ph.D, putra dari pendiri Nutrilite (Carl F. Rehnberg), merek ini terus berupaya melakukan inovasi terkini melalui penelitian di Nutrilite Health Institute (NHI) di Buena Park, California. Penelitian mutakhir yang dilakukan NHI adalah tentang nutrigenomik, pengaruh nutrisi terhadap ekspresi gen manusia.

Beberapa waktu lalu, bertepatan dengan ulang tahun Nutrilite ke-75, Dr. Sam Rehnberg mengunjungi Jakarta dan Surabaya. Berikut petikan wawancara *INFO APLI* dengan President of Nutrilite Health Institute ini.

Merek ini telah berusia 75 tahun. Apa kekuatan utamanya?

Nutrilite merupakan satu-satunya merek vitamin dan mineral global yang dihasilkan dari tumbuh-tumbuhan di lahan organik yang kami miliki sendiri. Prosesnya mulai dari menanam, memanen sampai membuat produk ada di tangan kami, sehingga kami bisa memastikan mutunya selalu terjaga. Itulah bedanya dengan merek-merek lain.

Bagaimana cara menggaet konsumen dari generasi baru tetapi merek Anda “tetap pada akarnya”?

Caranya dengan membantu pelanggan potensial kami menjawab tiga pertanyaan kunci ini: ‘kenapa saya butuh suplemen kesehatan?’, ‘suplemen apa yang saya butuhkan?’, dan ‘kenapa suplemen Nutrilite adalah yang terbaik?’

Hal itu akan membantu mereka meraih kesehatan op-

timal. Dan Nutrilite menyajikan produk suplemen untuk memenuhi kebutuhan mereka, memelihara kondisi kesehatan dan pengelolaan berat badan.

Kami juga memiliki peluang bisnis terbaik untuk menyebarkan pesan ini ke masyarakat di seluruh dunia. Ayah saya menemukan cara terbaik ini hampir tanpa disengaja ketika ia mencoba menjual produk miliknya, yaitu menjual produk dengan cara membuat orang menggunakan produk tersebut, memahami arti produk itu bagi mereka dan membaginya dengan orang lain.

Bagaimana dengan inovasi?

Nutrilite Health Institute Scientific Advisory Board terdiri dari 10 anggota yang berasal dari seluruh penjuru dunia—termasuk saya. Ilmuwan-ilmuwan terkemuka ini mewakili berbagai bidang industri, obat-obatan, riset dan akademisi.

Ilmuwan kami di berbagai penjuru dunia terus mengeksplorasi berbagai wilayah menarik dari inovasi produk. Misalnya, *healthy aging*. Riset kini tengah dijalankan untuk menciptakan produk baru yang inovatif dan menarik bagi pasar di bidang kesehatan wanita, kesehatan tulang dan fungsi kognitif.

Konsumen menuntut banyak pilihan, makanya kami giat meneliti cara-cara baru yang inovatif untuk memberikan saripati nutrisi dan fitonutrisi sebagai tambahan terhadap produk berbentuk tablet dan *softgel*. Setelah tiga tahun mengembangkannya, Nutrilite meluncurkan Nutrigenomics pada 2006. Nutrigenomik adalah ilmu pengetahuan tentang bagaimana gen-gen kita berinteraksi dengan nutrisi. Ini merupakan studi tentang bagaimana DNA dan kode genetik Anda memengaruhi kebutuhan Anda terhadap nutrisi-nutrisi tertentu dan membantu memelihara kesehatan optimal sepanjang hidup Anda.

Apa rencana Nutrilite ke depan?

Menjadi nomor satu itu indah, tapi bagi kami ini baru suatu permulaan. Seperti yang Anda ketahui, misi Amway adalah “helping people live better lives”. Dan itu jugalah

misi kami. Semuanya mencari cara untuk melakukan hal ini lebih baik lagi. Kami selalu meningkatkan kualitas setiap produk yang kami buat.

Terobosan besar terjadi beberapa tahun lalu dalam proyek “human genome”. Saya yakin Anda pernah mendengar tentang revolusi struktur mesin genetika manusia. Kami sadar bahwa ini berdampak besar bagi bisnis kami. Hal pertama yang kami lakukan adalah memperoleh salah satu perusahaan bioteknologi top di dunia bernama Interleukin Genetics. Terobosan di *human genome* ini akan membantu orang untuk menentukan predisposisi genetik mereka terhadap berbagai penyakit kronis.

Tidakkah Anda tertarik membuka lahan pertanian di sini?

Kami punya 42 lahan pertanian di seluruh dunia: AS, Meksiko, dan Brasil. Potensi pasar Indonesia besar. Maka jika ditanya apakah ke depan tertarik berinvestasi membuka pertanian di Indonesia, saya akan mengatakan ‘ya’. Kami memang berminat untuk mengembangkan *tropical foods* di sini. []

Tupperware Kembali Raih Red Dot Award

Dalam hal desain, Tupperware memang istimewa. Pertengahan September lalu, produk-produknya kembali menyabet penghargaan Red Dot Award. Ini adalah penghargaan bergengsi dalam desain industri yang telah diikuti oleh lebih dari 11.000 peserta dari 61 negara.

Sejak 1992, sudah 39 produk Tupperware meraih penghargaan Red Dot Award untuk desain produk. Bahkan, tahun ini mereka juga menerima Red Dot Award untuk Design Team Of The Year. Menurut Profesor Peter Zec, pengagas Red Dot, penghargaan ini diberikan karena Tupperware secara konsisten—tanpa terpengaruh produk lain—terus melahirkan produk fungsional dengan nilai kegunaan yang optimal.

Contohnya Allegra, produk Tupperware yang meraih penghargaan untuk desain produk tahun 2009. Mangkuk unik ini memiliki nilai estetika yang tinggi. Eksteriornya berwarna putih dengan tekstur agak kasar, kontras dengan interior berwarna oranye/merah yang halus dan mengilap. “Selain itu, secara fungsional Allegra mampu memenuhi berbagai kebutuhan para ibu rumah tangga,” kata Nining W. Pernama, Managing Director Tupperware Indonesia yang hadir dalam acara penganugerahan di museum Red Dot, Singapura.

“Ini yang ke-9 kalinya kami menerima penghargaan tertinggi: *best of the best*,” ujar Christian Skroder, Group President Asia Pacific Tupperware Brands Corporation. Ia menjelaskan, Allegra telah melalui banyak riset selama



Nining W. Pernama (tengah) dan Ken Koo (memegang produk) di Museum Red Dot, Singapura.

setahun di pusat desain global mereka di AS dan Belgia. Proses desain ini termasuk riset pemahaman terhadap kehidupan dan kebutuhan konsumen.

Tupperware patut bangga atas keberhasilan menyabet penghargaan Red Dot Design Team Of The Year. Soalnya, peraih penghargaan di tahun-tahun sebelumnya adalah BMW, Bose, dan Nokia. Menurut Ken Koo, Presiden of Red Dot Museum Singapore, tim juri terdiri dari 24 ahli dari 17 negara. Independensi penilaian juga selalu dijaga karena mereka tidak menerima sponsor dari pemenang.

Ada beberapa unsur penilaian untuk produk yang memenangkan *award* ini, yaitu: ergonomis, fungsional, estetika, efektif, dan *reability*. Untuk produk manufaktur, karakter fungsi akan lebih diutamakan, tetapi faktor emosional pun tidak dilupakan.

Dalam *award* ini, desain produk bisa dimenangkan oleh dua produk berbeda. Tapi untuk kategori tim desain, hanya satu perusahaan yang berhak. “Tahun ini adalah milik Tupperware. Mereka punya produk-produk yang brilian dan konsistensi panjang dalam sejarah desain produk,” kata Ken Koo.

Bonus Maksimal 40%

Salam sukses APLI! Saya ingin tahu yang dimaksud bahwa perusahaan MLM maksimal memberikan bonus sebesar 40%, angka itu dihitung dari harga member atau dari harga konsumen? Sebab kalau kita tinjau dari harga konsumen para distributor MLM sudah mendapatkan rata-rata 10%-30%, dan di bonus jaringan masih mendapatkan sebesar rata-rata 35% lagi, belum lagi *reward & bonus stockist*. Apakah semua ini dimasukkan ke dalam katagori 40% tadi? Kalau ya, kan sudah lebih dari 40% yang diberikan kepada para distributor MLM. Terima kasih atas penjelasannya.

Eko

JAWABAN: Maksimum total bonus yang dikeluarkan oleh perusahaan kepada distributor (di luar bonus penjualan langsung dan bonus stockist) adalah 40% dari harga distributor (bukan harga konsumen). Pembatasan ini untuk membedakan perusahaan MLM yang benar dengan perusahaan *money game*. Bisa saja satu member memperoleh lebih dari 40%, tetapi pasti ada lain member yang memperoleh kurang dari 40%. Karena ketentuannya adalah bahwa “total payout” bonus perusahaan tidak boleh melebihi 40% (di Korea 35%). Bila melebihi itu, perlu dipertanyakan apakah perusahaan tersebut masih untung? Perusahaan yang terus-menerus rugi nantinya pasti bangkrut dan semua yang terkait ikut menderita.

Jaminan Produk

Saya telah menjadi anggota Keiza sejak 2 tahun lalu. Kenapa setiap kali saya order, barang yang saya terima sering dalam keadaan kurang sempurna. Apakah saya bisa langsung melakukan pemesanan via *e-mail*, dan berapa lama barang dapat saya terima? Karena selama ini saya melakukan pemesanan melalui Member Platinum Bukittinggi dan barang sampai ke tangan saya 2 minggu. Sebelum dan sesudahnya saya ucapkan terima kasih.

Yohanita

JAWABAN: Sesuai dengan peraturan Menteri Perdagangan bahwa perusahaan diwajibkan memberikan jaminan produk kepada distributor maupun perusahaan. Dan itu termuat dalam kode etik perusahaan. APLI tidak mengurus operasional suatu perusahaan. Saran dari kami, hubungi perusahaan tersebut langsung (021 62313534) dan jelaskan permasalahan Anda.

Bonus dari Merekrut

Saya pernah ditawari MLM yang juga terdaftar di APLI tapi kalau *join* trus mengajak orang lain *join* kita dapat komisi. Ke depannya, saran saya keanggotaan APLI perlu dicek ulang apakah dalam perjalanannya menyimpang atau tidak? Saya juga seorang member MLM tapi banyak ditawari MLM lain yang iming-imingnya lebih mudah dan lebih

cepat dapat duitnya dan dapat komisi dari merekrut orang lain, padahal sudah terdaftar di APLI.

Eka Purwantisari

JAWABAN: Pemberian komisi harus dikaitkan dengan pembelanjaan. Perusahaan anggota APLI secara sadar akan mematuhi kode etik APLI dan perusahaan, dan setiap ada anggota APLI yang menyimpang pasti anggota lain akan melaporkan ke APLI. Namun sampai saat ini kami tidak menerima laporan dari anggota APLI tentang anggota APLI lainnya yang melakukan penyimpangan seperti yang Anda katakan.

Jika menurut Anda ada penyimpangan, mohon sebutkan kepada kami nama perusahaannya, penyimpangan jenis apa dan fakta/bukti yang ada. Bisa saja distributor bertindak di luar pengetahuan/kehendak perusahaan, namun ini akan tetap menjadi tanggung jawab perusahaan. Perusahaan melakukan tindakan terhadap distributor tersebut sebelum APLI bertindak terhadap perusahaannya. Terima kasih atas masukan Anda tapi mohon datanya lebih konkret.

DBS (1)

Sahkah bisnis MLM penjualan pulsa DBS? Mereka menyebut cara kerjanya binari, bahkan anak mereka yang masih kecil pun bisa menjadi anggota. Kenapa MUI Pusat belum juga mengeluarkan fatwa untuk bisnis DBS?

Widianto

DBS (2)

Saya mau tanya kenapa DBS itu tidak ditutup? Karena menurut saya itu *money game*.

Mike

JAWABAN: Kami menerima beberapa pertanyaan senada tentang DBS. Perusahaan yang menjalankan perdagangan dengan sistem rekrut dan membentuk jaringan (DS/MLM) wajib memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan sesuai Permendag No. 32/M-Dag/PER/8/2008. Sepengetahuan kami perusahaan yang Anda sebutkan belum memiliki SIUPL, dengan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) tidak syah untuk menjalankan MLM/DS. Perusahaan DS/MLM dalam kode etiknya pun membatasi usia distributor yang bergabung. Secara hukum usia ditetapkan adalah di atas 17 tahun atau sudah menikah. Jika di bawah umur, ini melanggar UU Tenaga Kerja.

Mengenai fatwa, silakan menanyakan langsung ke MUI. Tidak relevan kalau APLI yang menjawab. APLI juga tidak punya wewenang menutup perusahaan *money game*. APLI merupakan asosiasi yang mewadahi perusahaan-perusahaan DS/MLM yang bergabung secara sukarela. Yang memiliki wewenang adalah pemerintah, dalam hal ini Departemen Perdagangan.

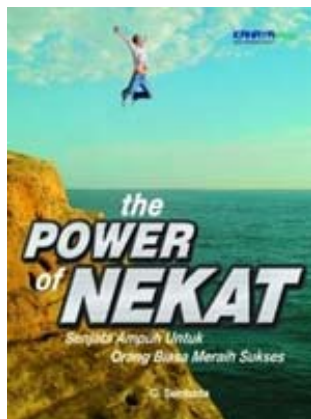
Untuk mengikuti rubrik ini, kirimkan pertanyaan Anda ke *e-mail: apli@cbn.net.id* dengan *subject* “Konsultasi” atau isi form pertanyaan di website APLI di www.apli.or.id (menu pertanyaan).

THE POWER OF NEKAT

Senjata Ampuh untuk Orang Biasa Meraih Sukses

Oleh : G. Sembada
 Penerbit : Kanaya Press, Jakarta, 2009
 Tebal : 168 halaman
 Harga : Rp 29.000

Bankir yang buta laporan keuangan. Musisi top belajar gitar dari kuli bangunan. Perancang busana yang tidak bisa membuat pola. Pebasket bertubuh pendek. Pianis berjari dua. Tetapi semuanya sukses besar! Bagaimana bisa? Orang-orang ini semaksimal mungkin mengerahkan kekuatan luar biasa untuk mendobrak penghalang sukses mereka. Kekuatan ini bernama "The Power of Nekat". Nekat adalah senjata bagi orang biasa untuk meraih keberhasilan. Bisa diterapkan di berbagai bidang yang ingin Anda tekuni: bisnis, akademik, olahraga, karier, seni atau apa pun. Siapa saja boleh memilikinya.

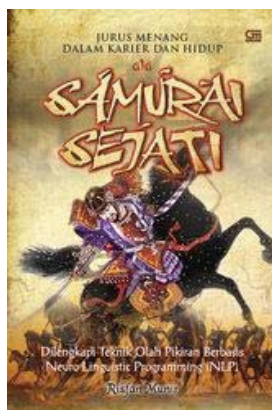


SAMURAI SEJATI

Jurus Menang dalam Karier dan Hidup

Oleh : Risfan Munir
 Penerbit: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
 Tebal : 210 hal.
 Harga : Rp 45.000

Spirit samurai dipercaya membentuk karakter bangsa Jepang menjadi negara industri yang sangat



berpengaruh di dunia. Selain menonjolkan keberanian, kehormatan, kesetiaan, seorang samurai juga mengutamakan unsur-unsur pengabdian, pelayanan, dan kepercayaan. Dengan mengangkat Miyamoto Musashi (1584-1645) dan Toyotomi Hideyoshi (1536-1598) sebagai model kesempurnaan samurai, penulis menceritakan kebijaksanaan dua tokoh ini menghadapi realitas hidup sehari-hari. Buku ini memberikan banyak inspirasi dari budaya kerja keras untuk menempa orang menjadi yang terbaik.

FIT & PROPER

Oleh : Eileen Rachman & Sylvina Savitri
 Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama, 2009
 Tebal : 248 hal.
 Harga : Rp 56.400

Berapa besarnya harapan diletakkan di bahu setiap pemimpin untuk membawa, menggerakkan, dan menginspirasi anggotanya untuk mencapai sasaran dan masa depan yang lebih baik. Namun, tentu saja, *leader* tetap manusia, tak ada yang sempurna. Dengan menyadari ketidaksempurnaan itulah pemimpin mesti bisa menyatukan kekuatan tim, jeli mengambil peluang, dan kuat menghadapi krisis. Buku ini mengajak para pemimpin dan calon pemimpin menilik peluang, kompleksitas, fleksibilitas, dan profesionalisme pemimpin di era milenium dengan menyuguhkan tantangan-tantangan di era perubahan ini.



Berubah Secara Vertikal!

Oleh: James Gwee*

Saat ini, Anda pastinya sudah berencana mengambil cuti akhir tahun, mengisi kembali baterai dan energi Anda pada saat liburan Natal dan tahun baru. Kemudian tahun 2009 akan segera berlalu dan 2010 menjadi lembaran baru. Tahun yang penuh peluang dan kemungkinan tak terbatas untuk mencapai hasil luar biasa. Semua orang ingin berkembang dan lebih maju lagi. Tapi kenyataannya lebih mudah bicara daripada berbuat! Lalu, bagaimana caranya agar lebih maju?



Cara yang terbaik dan tercepat untuk berkembang adalah dengan belajar dari orang-orang yang sudah berhasil menjalani apa yang sedang kita jalani. Ingat, *don't reinvent the wheel*. Jadi, daripada mencoba-coba dan bereksperimen sendiri, lalu mengalami kegagalan, menjadi frustrasi dan kehilangan motivasi, mengapa kita tidak belajar dari orang-orang yang sudah lebih kompeten daripada kita?

Bila Anda sekarang berada pada level 1, Anda punya dua pilihan:

- Terus mencoba bereksperimen, gagal, dan menjadi frustrasi di level 1.
- Bertanya, berkonsultasi dan meng-copy dari orang-orang di level 1.

Akan tetapi, jika melakukan ini (bahkan bila berhasil sekalipun), Anda akan tetap berada di level 1. Pendapatan dan kondisi Anda tidak berkembang secara signifikan.

Cara yang lebih logis dan masuk akal adalah mencari pertolongan dan nasihat dari orang-orang yang sudah berada di level 2. Orang-orang ini telah berhasil melewati level 1 (mereka telah melewati tahapan di mana Anda berada sekarang ini), dan telah sukses di level 1. Itulah sebabnya mereka berada di level 2. Mereka sudah menemukan cara

yang benar untuk melewati level 1. Maka, sangatlah logis untuk meminta bantuan dari mereka yang sudah berada di level 2. Mereka adalah orang-orang yang paling kompeten untuk bisa memberikan nasihat paling baik pada kita.

Bila Anda belajar pada orang-orang di level 2, Anda akan dengan cepat belajar cara yang benar, memperpendek waktu belajar, mencapai sukses, serta mampu naik ke level 2 lebih

cepat. Lebih baik berkembang secara vertikal (dari level 1 ke level 2) daripada berkembang secara horisontal dari level 1 ke level 1. Benar, bukan?

Belum tentu! Walaupun secara logis ide ini masuk akal, dalam kenyataannya, kadang-kadang hal ini tidak praktis. Mengapa?

Karena:

- a) Orang-orang di level 2 adalah mereka yang berjuang untuk sukses di level 2. Mereka belum menemukan "rahasia" untuk sukses di level 2. Mereka dapat menasihati Anda untuk sukses di level 1, tetapi mungkin belum menemukan metode yang benar di level 2.
- b) Bila Anda berhasil dan berkembang ke level 2, kemungkinan sebagian dari mereka merasa terancam akan kehadiran Anda! Inilah sebabnya mereka mungkin enggan untuk bisa benar-benar berbagi, menolong, dan mengajar Anda.

Jadi, bagaimana?

Apa solusi terbaik bila Anda ingin berkembang secara vertikal dengan cepat ke level 2? Satu cara paling efektif adalah mencari bantuan dari orang-orang yang sudah berada di level 3! Orang-orang di level 3 adalah mereka yang paling ideal untuk dapat membantu Anda, dan yang paling bersedia membantu



Anda karena:

1. Mereka telah menemukan cara yang benar dan telah sukses melewati level 1.
2. Mereka telah menemukan cara yang benar dan telah sukses melewati level 2.
3. Mereka sekarang telah berada pada level 3 dan tidak akan merasa terancam bila Anda berhasil naik ke level 2 karena mereka sudah berada satu level lagi di atas Anda!

Masuk akal?

Maka dari itu...

Inilah hal-hal yang harus Anda perhatikan bila ingin berkembang secara vertikal:

1. Pada level berapa posisi Anda sekarang?
2. Siapa saja orang-orang yang Anda kenal, yang sudah berada di level 3?
3. Apakah Anda berteman dengan mereka?
 - a. Bila tidak, maka Anda harus berteman dengan orang-orang tersebut.
 - b. Bila Anda sudah berteman, maka mintalah nasihat dari mereka.
4. Setelah Anda mempelajari “rahasia”-nya, implementasikanlah dengan cepat.
5. *Update* dan beritahukan kemajuan Anda kepada teman tersebut secara kontinu.

6. Bila menemukan masalah, mintalah nasihat mereka secara kontinu.
7. Setelah Anda berhasil, beritahu mereka. Mereka akan merasa senang karena berhasil membantu orang lain meraih hasil yang lebih baik... dan mereka tidak akan merasa terancam dengan kehadiran Anda karena mereka masih berada di satu tingkat lebih tinggi.

Teruslah berkembang secara vertikal...

Setelah Anda mencapai level 2, apakah Anda mencari nasihat dari teman yang berada di level 2 untuk membantu Anda mencapai level 3?

Tidak!

Anda perlu mencari orang-orang yang berada pada level 4, mencari nasihat dan meminta bantuan dari mereka supaya Anda bisa berkembang secara vertikal ke level 3.

Jadi pelajaran apa yang sudah Anda dapat?

- A. Anda mungkin harus “mengganti” teman-teman *ngobrol* yang ada sekarang. Mereka adalah teman-teman yang baik, tetapi (maaf) mereka mungkin bukanlah teman yang tepat untuk membantu Anda agar dapat berkembang secara vertikal.
- B. Anda perlu berteman dengan orang-orang yang berada dua level di atas Anda. Kemungkinan, Anda merasa tidak nyaman bergaul dengan mereka pada pertama-tama kalinya karena Anda berada pada kelompok yang berbeda dan merasa menjadi orang yang lebih rendah (*inferior*). Tetapi sebaiknya abaikan perasaan semacam itu. Ingat, orang-orang inilah yang akan membantu Anda untuk berkembang.

Pilihannya ada dua: tetap merasa nyaman, tapi Anda tidak berkembang,

atau

Keluar dari zona aman Anda dan teruslah berkembang secara vertikal.

Keputusannya ada di tangan Anda sendiri!

Have an INSPIRING 2010!

* *James Gwee, “Indonesia’s Favourite Training”, adalah pembicara seminar dan trainer terkenal dari Singapura. Pembaca dapat mengubunginya di info@jamesgwee.com*

Peraturan MLM Korea Diperketat

Di Korea, Fair Trade Commission (FTC) mengumumkan perang terhadap MLM ilegal yang menyebabkan kerugian besar dengan mengambil keuntungan dari para pengangguran, pensiunan dan mahasiswa yang kesulitan mendapatkan pekerjaan di masa krisis.

September lalu, FTC mengumumkan seperangkat aturan komprehensif untuk perusahaan MLM dan akan menginvestigasi sejumlah pelanggaran. Sebagai “*shock therapy*”, komisi ini juga memperberat sanksi terhadap beberapa MLM yang melanggar hukum, memberikan *rewards* bagi para pelapor, dan mempublikasikan nama-nama perusahaan yang nakal. Aturan tersebut mencakup pula masalah pembayaran bonus penjualan yang berlebihan; penjualan produk super-mahal yang *value*-nya lebih dari 1,3 million won; dan perusahaan-perusahaan MLM yang tidak terdaftar.

Industri MLM Korea sendiri berkembang pesat sejak 2007. Pada 2008, sebanyak 62 perusahaan yang terdaftar mencetak penjualan sebesar 2,19 triliun won, naik 24% dibanding tahun sebelumnya. Jumlah *sales people* MLM tahun lalu 3,09 juta orang; dan 664,7 miliar won bonus penjualan dibayarkan kepada 1,05 juta *sales people*.

Menurut hukum, kini bonus penjualan dibatasi maksimal 35% dari harga penawaran. Pemicunya, beberapa MLM Korea—termasuk JU, yang presiden direktornya ditangkap pada 2005—telah memberikan bonus berlebihan sampai 84% dari harga jual sehingga menimbulkan spekulasi di industri tersebut.

FTC juga memberlakukan sistem “tiup peluit” pada Oktober lalu. MLM ilegal di Korea akan diberi sanksi berupa denda 300.000 sampai 1 juta won untuk setiap peringatan. Selain itu, nama perusahaan yang melakukan pelanggaran 3 kali dalam 3 tahun atau 2 kali dalam setahun juga bakal dipublikasikan kepada masyarakat.

Kasus Piramid Permalukan Hezbollah

Harian *International Herald Tribune* melaporkan (17/9), lebih dari 1 miliar dolar AS lenyap akibat praktik skema piramid di Lebanon. Para petani, guru, dan pensiunan banyak yang jatuh jadi korban. Inilah penipuan terbesar sepanjang sejarah negeri itu. Dalangnya, seorang pengusaha bernama Saleh Ezzedine, diajukan ke pengadilan dan dijuluki “Lebanese Bernie Madoff” oleh media setempat.

Namun yang lebih menarik perhatian bukannya jumlah uang yang raib, melainkan hubungan erat Ezzedine dengan Hezbollah, partai militan di sana. Para investor mengatakan,

kedekatan itulah yang membuat mereka mau menanamkan uang hasil tabungan mereka kepada orang yang menawarkan *return* sebesar 40-50%.

Skandal ini telah memermalukan Hezbollah, yang bereputasi sebagai partai yang jujur dan mandiri. Hassan Nasrullah, sekjen partai tersebut, menyatakan pihaknya sedang menyiapkan tim untuk menaksir kerugian setiap investor. Sejumlah petinggi Hezbollah juga telah kehilangan uang akibat skema piramid ini.

Ezzedine (49 tahun) sendiri tetap menjadi sosok misterius. Ia adalah pemilik Dar el-Hadi, perusahaan yang menerbitkan buku-buku religius. Tahun 2007 ia mendirikan al-Mustathmir, lembaga keuangan di Beirut yang fokus pada pengelolaan uang. Ia dikenal sebagai orang yang sangat religius dan dermawan. Ezzedine dan mitranya, Youssef Faour, kini meringkuk di tahanan, menunggu pengadilan atas dakwaan penipuan dengan hukuman penjara 15 tahun.

“Wanita Besi”, Buronan Piramid Didakwa Kembali

Seorang perempuan Mesir yang menghilang dari negerinya puluhan tahun, setelah menilep jutaan dolar AS dana masyarakat, diajukan ke meja hijau baru-baru ini menyusul penangkapan dirinya di bandara ketika kembali ke Mesir.

Seperti yang diberitakan *AFP*, Hoda Abdel Moneim (62 tahun) yang disebut “Wanita Besi” oleh pers, muncul di pengadilan setelah jaksa penuntut umum Abdel Meguid Mahmud mengajukan dakwaan kembali terhadap dirinya belum lama ini.

Hoda menghadapi tuduhan penipuan terkait dengan skema piramid yang ia jalankan tahun 1980-an, melarikan uang masyarakat lebih dari 8 juta dolar AS.

Ketika menjalani proses penyidikan 22 tahun lalu, ia dikenai larangan untuk pergi ke luar negeri. Tapi Hoda kemudian berhasil melarikan diri secara misterius sehingga pada 1996 secara *in absentia* ia divonis hukuman penjara selama 64 tahun.

Sang “Wanita Besi” kabur dari Mesir pada 1986 setelah lalai membayar pinjaman bank dan menuai banyak komplain dari masyarakat yang gagal mendapatkan properti yang ia iming-imingi sebelumnya. Menurut kepolisian setempat, ia ditangkap ketika mendarat di bandara Cairo gara-gara pihak berwenang menemukan bahwa ia bepergian dengan paspor yang sudah kadaluwarsa.