

# INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXIX/Juli-September 2005

## SAJIAN EDISI INI

### FOKUS

Media Massa, Anne Ahira, dan *Money Game*

### WAWANCARA

Adi W. Gunawan: Manfaatkan *Mind Technology* untuk Meraih Kesuksesan

### MANCANEGARA

World Congress XII di London  
19-21 Oktober 2005

### KOLOM JENNIE S. BEV

Mengubah Diri untuk Menang

### BASIC DIRECT SELLING

Kekuatan *Leadership* dalam  
Pengembangan Jaringan

### DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Prinsip *Leadership*

### KASUS PIRAMID

Piramid Online Ala The Elite Team International

### WEALTH MENTALITY

Rab A. Broto:  
Keberlimpahan adalah Sikap Hidup



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

## EDITORIAL

### Jangan Mudah Percaya Apa Kata Media Massa

Lagi, satu peristiwa menarik dan menggelikan baru saja terjadi di Republik kita ini. Tanggal 19 Agustus 2005 lalu, tersiar kabar bahwa bisnis *internet marketing* bernama The Elite Team Marketing yang dipromotori Anne Ahira, baru saja dihentikan kegiatannya oleh kantor pusatnya di Amerika. Herannya, berita penghentian kegiatan itu hanya ada di sebuah situs yang tidak terlalu terkenal tapi cukup kritis dan dipercaya, *Hukum-Online.com*. Ini sangat kontras dengan hingar-bingar kemewahan publikasi yang diberikan oleh media-media besar kepada program MLM online ini beberapa waktu sebelumnya.

Sungguh, saat itu para jurnalis kita seolah membutuhkan diri terhadap berbagai fakta dan kontroversi yang menyertai kehadiran bisnis tersebut. Hampir semua media besar dan berpengaruh seolah berlomba-lomba mempromosikan program ini. Bahkan sebuah koran terbesar di Indonesia, yang selama ini diakui kredibilitasnya, dengan mudahnya memberikan *media coverage* yang sangat eksklusif. Hampir tak ada bedanya dengan iklan terselubung. Ketika muncul banyak kritik, media itu bergeming.

Untunglah, di tengah-tengah terlenanya para jurnalis kita, masih ada sebuah komunitas yang mau bersikap kritis, yaitu komunitas *blogger* Indonesia. Komunitas *blogger* inilah yang rajin menayangkan komentar, analisis, kritik, bahkan kecaman yang sedikit mengimbangi keteledoran dan kemalasan para jurnalis kita. Alhasil, masyarakat yang mau peduli dan berhati-hati pastilah lolos dari jebakan program bisnis yang diragukan keabsahannya itu.

Ini sebuah pelajaran berharga bagi kita semua, terutama kalangan DS/MLM. Puji-pujian media massa terhadap sebuah program bisnis --tak peduli itu datang dari media paling berpengaruh sekalipun-- tidak serta merta menjadikan program itu bebas dari unsur-unsur piramid atau *money game*. Pujian dan liputan yang bertubi-tubi juga tidak otomatis melegalkan bisnis semacam itu. Satu-satunya pegangan kita adalah aturan pemerintah yang berlaku serta kode etik yang disepakati dalam industri DS/MLM di negara kita. Di luar itu, kita patut mempertanyakan dan jauh lebih mewaspadainya. Jika lengah, pasti akan jatuh korban.\*

- Satu-satunya
- pegangan kita
- adalah aturan
- pemerintah yang
- berlaku serta
- kode etik yang
- disepakati dalam
- industri DS/MLM
- di negara kita.

## Media Massa, Anne Ahira, dan *Money Game*

*"Sayangnya media termasuk pihak yang kena tipu. Setelah media kena tipu ya setelah itu giliran masyarakat."*

*-dedenf- (seorang blogger)*

Entah dari mana awalnya, antara Juni 2004-April 2005 lalu, media massa nasional seolah berebut dan tak henti-hentinya mengekspos sosok Anne Ahira beserta bisnis *online*-nya yang kontroversial. Sejumlah media massa —baik yang besar dan berpengaruh maupun yang kecil— seperti koran harian, majalah, tabloid, termasuk radio, dan televisi, ikut terlibat dalam “membesarkan” Ahira dan bisnisnya. Ahira ditampilkan sebagai sosok pemasar internet (*internet marketer*) kelas dunia yang sukses dengan penghasilan ribuan dollar AS setiap bulannya. Mari kita simak lagi bagaimana cara media massa kita menulis sosok anak Bandung ini:

Harian *Kompas*, yang disebut sebagai salah satu harian terbesar di Indonesia, dalam artikel berjudul “Panggil Saja Saya Hira, Saya *Internet Marketer*” tanggal 21 Juni 2004, menulis demikian: *Meskipun awalnya banyak berbuat kesalahan yang cukup serius, kini dia sudah bisa mencetak penghasilan ribuan dollar per bulan dan akan terus berlipat ganda. “Hmm.... cukup banyak! Penghasilan saya per bulan dari internet mungkin sama dengan kebanyakan orang Indonesia yang mendapatkan dalam jarak beberapa tabun. Itu pun terus meningkat setiap bulan. Dan saya perhatikan meningkatnya seperti deret ukur bukan deret hitung,” ujar Hira, yang merabasiakan seberapa besar penghasilannya per bulan. Belum cukup menjual? Kompas juga memberi bonus sang tokoh dengan mencantumkan dua alamat websitenya begitu saja. Padahal wartawan media ini pasti tahu, keduanya adalah website promosi, bukan website berita atau informasi umumnya.*

Entah akibat efek dari pemberitaan *Kompas* atau sebab-sebab lainnya, setelahnya begitu banyak media massa nasional yang ikut-ikutan memprofilkan atau menulis kehebatan Ahira. Baca kutipan dari majalah ekonomi *SWA* No.18/XX/2-15 September 2004 (hal 59), dalam artikel berjudul “Anne Ahira Dewi: Tidak Pernah Putus Asa” berikut ini: *Sekarang, meski kurang begitu dikenal di dalam negeri, nama Anne sudah sangat dikenal di kalangan Internet Marketer. Bahkan, Anne telah dinobatkan sebagai salah seorang guru Internet Marketer oleh Guru Digest. Karenanya, Anne pun dilibatkan dalam penulisan buku strategi pemasaran Internet berjudul 30 Days to Internet Marketing Success. Buku yang digarap bersama sekitar 60 pemasar Internet dunia itu disebut-sebut sebagai buku Internet Marketer terbaik sepanjang tabun 2003.*

Berikutnya, majalah *Warta Ekonomi* di edisi No.18/XVI/8 September 2004 (hal 58-59) juga tak mau kalah. Dalam artikel berjudul “Internet Marketer Menimba Uang dari Layar Kaca” digambarkan sosok Ahira sebagai berikut: *Nama Anne Ahira kian bergaung. Gadis yang bermukim di Bandung ini telah menjadi pemasar (marketer) kelas dunia. Penghasilan Anne per bulan bisa menembus ribuan dollar AS. Sistem pemasarannya pun menjadi acuan sejumlah pemasar top dunia. Memukau. Tak mau kalah dengan harian Kompas, majalah Warta Ekonomi juga dengan senang hati mempromosikan dua website bisnis Ahira sekaligus dalam artikel tersebut.*

### Suara kritis

Memang tidak semua media massa hanya mengeluelukan Ahira beserta bisnis Elite Team International (ETI) yang dipromosikannya. Mungkin hanya majalah mingguan *Tempo* yang saat itu berani sedikit mengkritisi bisnis ini. Pada edisi No.31/XXXIII/27 September-03 Oktober 2004, majalah *Tempo* menampilkan perspektif lain serta mempertanyakan keabsahan julukan *internet marketer* kelas dunia yang disandang Ahira. Dalam artikel berjudul “Mimpi Kaya Dunia Maya” itu, si narasumber yang dirujuk untuk berkomentar juga kelihatan jelas jejak prestasi maupun kepakarannya. John Tumiwa, pemerhati bisnis internet yang pernah sukses dengan website *Asiagateaway.com* itu menganggap Anne Ahira tidak pantas disebut sebagai *internet marketer* kelas dunia.

Menurut John, bisnis MLM seperti yang dijalankan Ahira itu gampang dipasarkan di negara yang sedang krisis. Apalagi melalui internet yang jangkauan pasarnya tak terbatas serta bisa masuk ke semua golongan. Memberikan pelatihan, fasilitas penjawab otomatis, dan ruang promosi kepada tim seperti dilakukan Ahira adalah hal biasa yang dilakukan oleh banyak pendiri bisnis MLM dunia maya lainnya. “Saya tidak melihat kapasitas dia lebih besar dibanding orang yang melakukan bisnis MLM di dunia nyata,” kata John. Menurutnya, menjadi penjual dalam *affiliate marketing*, bukan merupakan sesuatu yang spektakuler.

Selain *Tempo*, yang mulai gerah dengan pemberitaan berlebihan oleh media massa lain adalah komunitas *blogger*.

---

---

Priyadi Imam Nurcahyo, adalah seorang pekerja teknologi informasi yang terang-terangan menyerang bisnis Anne Ahira di *blog* (jurnal *online*) pribadinya *Priyadi.net*. “Anne Ahira Bukanlah Pahlawan, Dia Adalah Bagian Dari Masalah Internet” tulis Priyadi di *blog*-nya pada tanggal 10 September 2004. “Saya tidak dapat menemukan produk apa yang dijual Ahira sampai dia mendapatkan penghasilan sebanyak itu... Saya tidak akan heran jika ujung-ujungnya adalah bisnis *spam*, *scam*, *pyramid scheme*, *make money fast*, *email address fishing*, atau jenis bisnis lainnya yang ilegal atau tidak etis,” tulis Priyadi. Tampaknya, Priyadi adalah yang pertama kali meyakini bisnis Ahira sejatinya adalah skema piramid atau *money game* berkedok MLM *online* (lihat rubrik Kasus Piramid: *Piramid Online Ala Elite Team International*).

### Pembelaan

Sekalipun suara kritis mulai bermunculan, yang terjadi justru sebaliknya. Media yang semula sudah memuat Ahira seperti berusaha mati-matian membela dan memperteguh kedasyatan bisnisnya. Pada edisi 2 September 2004, majalah *SWA* sampai harus mempertajam lagi posisi “kelas dunia” Ahira dalam sebuah artikel berjudul “Para Maestro Zaman Kiwari”. Entah dengan parameter dan maksud apa, dalam artikel itu *SWA* menyejajarkan posisi Ahira dengan tokoh semacam Hermawan Kartajaya, AB Susanto, Erwin Gutawa, Helmy Yahya, Darwis Triadi, dll.

Yang lebih mengegegerkan adalah ketika *Kompas* menampilkan wawancara eksklusif dengan Ahira pada tanggal 20 Maret 2005 di rubrik *Persona*. Tidak ada kode atau keterangan bahwa artikel itu merupakan artikel *sponsorship*, advertorial, atau malah iklan. Tapi jangan ditanya, isi dan gaya pemuatannya seperti memberi tempat yang seluas-luasnya bagi Ahira untuk mempromosikan diri dan ETI-nya. Sepertinya, semua keterangan Ahira ditelan mentah-mentah oleh pewawancara atau editornya. Inilah prolog wawancaranya: *BANYAK orang tak menyangka bahwa dari sebuah sudut pinggiran Kota Bandung, yang menjadi pusat industri tekstil Bandung, mencuat nama Anne Ahira (25) ke tingkat forum internasional. Padahal, ia sekolah bisnis di luar negeri pun tidak. Namun, gadis Banjaran lulusan Sekolah Tinggi Bahasa Asing (STBA) Bandung ini, berhasil menyejajarkan dirinya dengan para internet marketer dunia dalam kurun waktu dua tahun saja.*

Kontan saja, pemuatan tersebut mengundang tanda tanya dan kekusaran pada sebagian pembaca *Kompas* yang cukup jeli terhadap perkembangan isu Ahira. Sejumlah *blogger* yang menduga artikel itu adalah iklan mengaku pernah mencoba mengkonfirmasi dengan menulis email atau menelepon redaksi *Kompas*, namun tidak ada jawaban. Alhasil, ketika media massa konvensional tidak memberi ruang berpendapat, komunitas *blog* menjadi saluran ekspresi kekecewaan. Seperti komentar yang ditulis seorang *blogger*

bernama Ivo tanggal 4 Mei 2005 di jurnal *Priyadi.net*: *Bayangkan! Menulis persona Anne Ahira cuma satu sisi saja! Mana itu pemberitaan berimbang? Kenapa korban bisnis arisan berantai tidak diliput? Emangnya Kompas meng-endorse bisnisnya Anne Ahira apa? Atau ini artikel bayaran? Sampai kapanpun, bisnis arisan berantai selalu menelan korban kaki terbawah. Ini lolos dari kejelian wartawan Kompas. Tandanya apa? Kompas sudah tidak jeli.*

Puncaknya, komunitas *blogger* mengeluarkan semacam petisi keprihatinan atas skema bisnis Ahira yang diduplikasi dan disebarluaskan melalui *blog*-*blog* pribadi mereka. Gaung keprihatinan itulah yang tampaknya mengimbangi agresivitas para pendukung Ahira.

### Antiklimaks

Puncak fenomena Ahira adalah saat dirinya dinobatkan sebagai penerima Kartini Award 2005 oleh Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan Dr. Meutia Hatta pada April lalu. Entah siapa pengusul penghargaan itu, apa parameternya, dan bagaimana sistem penilaiannya, tetapi begitulah faktanya. Namun sebuah kabar sangat tidak mengenakan beredar pada tanggal 18-19 Agustus kemarin. Presiden FFSI Kelly L. Reese mengumumkan perusahaannya menghentikan sistem keanggotaan internasionalnya akibat adanya serangan para *hacker/cracker*. Karena Ahira hanyalah seorang *representative* dari FFSI, itu berarti, selesai sudah petualangan Ahira dengan ETI-nya. Statusnya mirip atau boleh dikata sama dengan distributor MLM yang dihentikan keanggotaannya oleh perusahaan induknya. Ya sudah, selesai begitu saja. Hingga tulisan ini selesai ditulis, belum ada satu pun media yang sebelumnya hingar bingar memberitakan Ahira mau menulis kabar tersebut. Kecuali sebuah situs berita, yaitu *HukumOnline.com*.

Gegap gempitanya pemberitaan seperti kasus Ahira di atas bukan sekali ini saja terjadi di Tanah Air. Dulu pernah ada kasus PT QSAR atau Probest yang pada awalnya diekspos besar-besaran oleh media massa tanpa analisis yang akurat. Belakangan terbukti, semuanya adalah praktek skema piramid atau *money game*. Sebenarnya, dalam kasus semacam ini yang salah bukanlah Ahira, Probest, QSAR, atau program-program sejenis yang mendapat liputan gratis oleh media massa. Yang patut disayangkan adalah kekurangjelian, kekurangakuratan, dan kemalasan dari para jurnalis kita, termasuk yang ada di media-media berpengaruh seperti dicontohkan di atas.

Dan di negara demokrasi seperti di Indonesia ini, tak ada yang lebih menakutkan kecuali memiliki media massa yang kehilangan daya kritisnya, tidak akurat dalam pemberitaan, mau menang sendiri, tidak mau mengakui kesalahan, atau takluk oleh kepentingan-kepentingan segelintir orang. Semoga kasus ini jadi bahan pelajaran berharga bagi kita semua.(ez)

Adi W. Gunawan

## Manfaatkan *Mind Technology* untuk Meraih Kesuksesan



Foto: Dokpri

Adi W. Gunawan dikenal sebagai seorang Re-Educator dan Mind Navigator yang banyak berkulat dengan masalah pengembangan diri melalui teknologi pikiran (*mind technology*). Setidaknya sudah empat buku mengenai pengembangan potensi diri yang dihasilkannya. Bukan sekadar berkulat

dengan teori, Adi juga mengaplikasikan ilmunya tersebut dalam berbagai program pelatihan. Salah satu perhatian Adi adalah peningkatan potensi diri yang bisa dimanfaatkan dalam meningkatkan kinerja perusahaan, bisnis, kewirausahaan, atau profesi-profesi sebagai pemasar dan penjual. Banyak gagasan bagus mengenai teknologi pikiran dan urgensinya yang bisa digali dari seorang pakar seperti Adi ini. Untuk menambah khasanah gagasan kita, Edy Zaqeus dari buletin *INFO APLI* secara khusus mewawancarai Adi. Berikut petikannya:

**Anda sudah menelorkan empat buku yang berkaitan dengan neurosains. Secara singkat, apa fokus kajian pada masing-masing buku tersebut?**

Buku pertama *Born to be a Genius*, mengajak pembaca untuk melihat diri mereka sebagai pribadi yang kompeten, mampu untuk sukses, dan mengembangkan diri ke arah yang lebih baik.

Buku kedua, *Genius Learning Strategy (GLS)*, berisi gabungan aplikasi dari berbagai disiplin ilmu berdasarkan pada riset terkini. Tujuannya untuk meningkatkan kemampuan potensi manusia hingga ke titik optimal.

Buku ketiga, *Apakah IQ Anak Bisa Ditingkatkan?* fokus pada pertanyaan-pertanyaan seputar dunia pendidikan dan pembelajaran. Buku ini ditujukan untuk membuka wawasan berpikir, sekaligus meningkatkan kepedulian masyarakat dan orangtua terhadap dunia pembelajaran dan pendidikan.

Buku keempat, *Manage Your Mind for Success*, fokus pada pertanyaan “Mengapa orang sukses atau gagal?” Sukses atau gagal semua bergantung pada kualitas berpikir kita.

**Dari sekian banyak tesis yang anda ajukan, tesis mana yang paling relevan dengan dunia pemasaran dan penjualan?**

Dunia pemasaran dan penjualan merupakan bidang yang dapat dipelajari dan dipraktikkan oleh siapa saja. Pemasaran dan penjualan adalah *science and art*. Untuk mempelajari dunia ini, seseorang harus mengerti proses pembelajaran yang benar. Yaitu, belajar sesuai gaya belajar dan gaya asimilasinya, menggunakan kemampuan berpikir level tinggi, dan mengintegrasikan apa yang telah ia pelajari ke dalam praktik sehari-hari. Dengan demikian semakin lama ia akan semakin terampil

Keberhasilan seseorang, termasuk di dunia pemasaran dan penjualan, selain ditunjang oleh *how*, juga sangat ditentukan oleh *why*. Mengapa? Karena kita bicara motivasi hidup. Motivasi bergantung pada *life values*, yang juga merupakan bagian dari program yang ada di pikiran bawah sadar.

**Berdasarkan kajian anda, apakah ada pendekatan atau teknologi khusus untuk meningkatkan kemampuan menjual seseorang?**

Ada, namanya *Mind Technology*. Kemampuan menjual seseorang berbanding lurus dengan konsep dirinya. Konsep diri yang kurang baik atau buruk akan menjadi suatu *mental block* yang menghambat keberhasilan seseorang. Kesulitan menjual muncul karena orang “tahu” dirinya tidak cakap menjual. Dari mana dia “tahu” tidak cakap menjual? Semua ini akibat dari proses pembelajaran yang salah. Misalnya, suatu hasil tindakan yang tidak sesuai harapan dipandang sebagai kegagalan. Padahal tidak ada yang namanya kegagalan. Yang ada adalah hasil yang tidak sesuai dengan yang diinginkan.

Misinterpretasi ini mengakibatkan konsep diri jatuh dan jadi *mental block*. Ibarat mobil, *mental block* berfungsi sebagai rem yang menghambat gerak maju. Bila *mental block* ini berhasil disingkirkan, kemampuan akan meningkat dengan sangat cepat.

**Di bisnis DS/MLM misalnya, banyak orang awam terjun menjadi penjual dan kemudian kesulitan. Bagaimana mengatasinya?**

Kesulitan terbesar orang yang terjun ke dunia DS/MLM adalah karena mereka membawa *mindset* bisnis

---

---

konvensional ke dalam bisnis yang baru mereka geluti. Jadi penjual itu tidak begitu sulit. Namun, bila ingin membangun jaringan (*network*), dibutuhkan kemampuan lebih. Hal penting yang harus dikembangkan dan dikuasai adalah kemampuan komunikasi, *leadership*, *people skill*, visi, kecakapan menetapkan *goal*, dan strategi pencapaian. Juga kemampuan memberikan bimbingan dan konseling, keuletan, terus belajar dan mengembangkan diri, banyak membaca buku, menghadiri seminar, dan konsultasi pada orang sukses. Semua membutuhkan upaya, biaya, tenaga, pikiran, dan kegigihan. Banyak orang yang tidak bersedia membayar harga untuk mencapai sukses.

**Dalam pengamatan anda, apakah sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan *mind technology*?**

Saat ini belum banyak perusahaan yang menggunakan *mind technology* dalam mengembangkan *human capital* mereka. Yang sering terjadi, perusahaan hanya memberikan berbagai pelatihan dengan tujuan meningkatkan kinerja perusahaan. Pelatihan yang diberikan belum menyentuh esensi pemberdayaan diri sehingga proses transformasi diri sangat sulit terjadi.

**Adakah contoh-contoh perusahaan yang sukses menggunakan teknologi itu?**

Di luar negeri, perusahaan yang sukses menggunakan *mind technology* dalam mengembangkan *human capital* mereka antara lain Motorola, Texas Instrument, Federal Express, Philips, Siemens, IBM, dll. Di Indonesia, ada beberapa perusahaan besar yang sudah sadar dan berusaha menggunakannya. Namun hasilnya masih kurang optimal karena cara yang digunakan tidak dapat langsung mempengaruhi berbagai program pikiran yang mempengaruhi sikap, pola pikir, kepribadian, dan kebiasaan anggota organisasi mereka.

**Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap sukses tidaknya seorang penjual?**

Banyak faktor, misalnya kemampuan komunikasi, *product knowledge*, sikap mental positif, keuletan, keberanian, dan terpenting konsep diri. Konsep diri mempunyai tiga komponen yaitu diri ideal, citra diri, dan harga diri. Bila konsep diri jelek, sebagai akibat dari harga diri yang rendah, maka penjual tidak akan berani menawarkan produk atau gagasannya kepada orang lain. Dia tidak akan tahan menghadapi penolakan. Selain itu, harga diri yang rendah akan membuat seseorang merasa inferior, takut mencoba hal baru, dan merasa tidak layak untuk sukses.

**Banyak pekerja kantor terinspirasi untuk berwirausaha. Masalahnya, mereka sulit menerima risiko. Pendapat anda?**

Selama ini pekerja kantor mempunyai *mindset* bahwa mereka hanya perlu bekerja dan perusahaan yang mengurus risiko. Toh setiap akhir bulan mereka pasti mendapatkan gaji. Rutinitas ini, menurut pekerja kantor, merupakan hal yang “aman” dan “pasti” sehingga tidak ada risiko. Saat mereka menjadi wirausahawan, *mindset* ini tetap terbawa sehingga mereka tidak siap menerima risiko kegagalan. Padahal tidak ada yang namanya kegagalan. Yang ada adalah hasil yang tidak sesuai dengan yang diinginkan.

Bila kita mengacu pada Cash Flow Quadrant, maka aturan main dalam kuadran E (*employee* atau karyawan) sangat berbeda dengan kuadran S (*self employed* atau pengusaha). Untuk bisa berhasil di kuadran S, orang kantor harus mengubah *mindset* mereka dengan mengikuti aturan main yang ada di kuadran S. Salah satu aturan main itu adalah berani mengambil risiko.

**Adakah metode terkait yang bisa mengendalikan ketakutan akan risiko semacam ini?**

Cara paling mudah untuk mengendalikan rasa takut adalah dengan menyadari bahwa rasa takut adalah suatu emosi positif yang berfungsi sebagai sistem peringatan dini. Maksudnya, arti dari emosi “takut” adalah perasaan antisipasi terhadap sesuatu yang akan terjadi di masa depan. Seharusnya, dengan adanya rasa takut seseorang dapat menyiapkan diri dengan lebih baik, termasuk takut risiko.

Perbedaan terbesar antara wirausahawan dengan karyawan dalam hal risiko adalah; karyawan sangat takut mengambil risiko sehingga mereka berani mengambil risiko untuk tidak mengambil risiko. Sedangkan wirausahawan, meskipun mereka juga punya perasaan takut risiko, mereka dapat menguasai diri dan justru berusaha mengelola risiko (*risk management*) dengan sebaik-baiknya, sehingga risiko dapat teratasi dan menghasilkan keuntungan. Satu pepatah indah dalam bahasa Inggris menggambarkan dengan gamblang soal rasa takut yaitu, “*Braveness is not without fear. It is the mastery of fear*”.

**Hal-hal terpenting apa saja yang harus diperhatikan oleh seorang pemasar, penjual, dan wirausahawan?**

Hal terpenting adalah kejujuran, integritas, idealisme pribadi, karakter, nilai hidup yang benar, dan prinsip-prinsip usaha yang santun, yang disertai dengan *mutual trust and respect* baik pada diri sendiri maupun pada orang lain.\*

## **World Congress XII di London 19-21 Oktober 2005**

**World Federation of Direct Selling Association akan melaksanakan congress se dunia di London, England pada tanggal 19-21 Oktober 2005**

**W**FDSDA (World Federation of Direct Selling Association), akan mengadakan konggres sedunia yang ke-12 pada tanggal 19-21 Oktober 2005 di London, Inggris. Bertindak sebagai tuan rumah adalah UK DSA. Konggres rencananya akan diadakan di London Hilton Park Lane Hotel.

World Congress diadakan setiap tiga tahun sekali ini. World Congress ke-XI sebelumnya diadakan pada tanggal 3-6 September 2002 di Toronto, Canada. Pada konggres tahun ini, WFDSA berharap sedikitnya 75 pimpinan perusahaan *direct selling* yang mewakili 50 negara akan ikut hadir.

Program yang akan dilaksanakan dalam konggres ini antara lain :

- *Code Administrators Meeting:*  
Diadakan pada tanggal 17 Oktober 2005.
- *WFDSA Board of Directors Meeting:*  
Akan dilaksanakan tanggal 18 Oktober 2005. Ini merupakan acara penghubung World Congress.
- *WFDSA CEO Council Meeting:*  
Dilaksanakan tanggal 19 Oktober 2005. Lalu pada tanggal 20 Oktober 2005, CEO Council ini akan *breakfast* dengan mantan Presiden Rusia Michail Gorbachev.
- *WFDSA Secretaris Council Meeting:*  
Akan dilaksanakan pada tanggal 17 Oktober 2005.

Adapun para sponsor pelaksanaan World Congress adalah:

- Platinum:* Amway, Avon, Herbalife, Mary Kay, Sara Lee, Virgin Cosmetics, dan Tiens.
- Diamond:* Vorwerk, Oriflame, dan Kleeneze.
- Gold:* Tupperware, Betterware, Quinstreet, Body Shop, ACN, dan Nu Skin.
- Silver:* South Western, Weekenders, Creative Memories, NSA, Pampered Chef, Video Plus, Auro AMC, Party Lite, Forever Living, Aromatherapi Likisma, Manatech, Swiss Post, Phoenix Trading, dan Osborne.

Dari Indonesia, yang akan hadir dalam konggres ini adalah Helmy Attamimi (Ketua Umum APLI), bersama dengan Koen Verheyen (Amway Indonesia), dan Lilis Setyayanti (Prime&First New World). APLI juga akan mengundang serta seorang pejabat pemerintah dari Departemen Perdagangan RI.

Untuk informasi lebih lanjut mengenai konferensi tingkat dunia ini, silakan lihat di: [www.wfdsa.org](http://www.wfdsa.org).<sup>(m)</sup>

## **SEKILAS DUNIA**

### **Ekonom Arab Saudi Menolak MLM**

Rupanya, masih ada saja ekonom yang menganggap MLM sama dengan *money game* atau skema piramid. Dalam sebuah seminar di Arab Saudi, Dr. Ausah Ahmed, seorang ekonom senior dari Islamic Development Bank di Jeddah, memperingatkan publik supaya berhati-hati terhadap MLM. Alasan penolakan, menurut ekonom ini MLM menggunakan trik seperti yang dilakukan Charles Ponzi tahun 1920-an yang dikenal dengan *ponzi scheme (pyramid scheme)*. Menurut pendapat Ahmed, semua MLM akan berakhir pada kegagalan. "Perusahaan-perusahaan semacam ini mengingkari hukum *supply and demand*. Sama seperti konter *fast food* yang jika dibuka di setiap tempat, sebentar saja pasti akan tutup. MLM tidak menjual produk, tapi menjual mimpi," kata Ahmed, seperti dikutip [www.arabnews.com](http://www.arabnews.com) (25/8). Nah, ini tantangan bagi penggerak MLM untuk meyakinkan bahwa MLM tidak sama dengan skema piramid.\*

### **IDSA Mengusulkan Regulasi**

The Indian Direct Sellers Association (IDSA) mengusulkan kepada pemerintah India untuk membuat peraturan industri DS/MLM. IDSA tengah melakukan studi komparasi terhadap peraturan-peraturan sejenis di Inggris yang justru mendukung tumbuhnya industri itu di sana. Seperti dikutip *Telegraph India* ([www.telegraphindia.com](http://www.telegraphindia.com)) pada 26 Juli 2005 lalu, usulan peraturan akan difokuskan untuk membatasi ruang gerak para pelaku skema piramid atau *money game*. Menurut IDSA, pertumbuhan industri DS/MLM di India memang sangat pesat. Tapi berbarengan dengan itu, banyak pelaku *money game* dan skema piramid yang semakin giat menjerat masyarakat. Menurut Manoj Shirodkar, Ketua IDSA, program ilegal itu menghambat aliran investasi asing di industri DS/MLM India. "Padahal jika *money game* dan skema piramid itu bisa diredam, industri ini bisa lebih berkembang lagi dan berpeluang menyerap lebih dari 15 juta tenaga kerja di sini," ujarnya.\*

### **Skema Piramid Ganti Rugi**

Sebuah grup pemasar produk telekomunikasi di Australia, ACN, diwajibkan membayar kembali setoran dana anggota-anggotanya, sebesar 499 dollar AS ditambah bunga. Dalam persidangan di pengadilan federal Adelaide dibuktikan bahwa ACN menjalankan skema piramid dengan menjual keanggotaan khusus. Memang ACN menjual produk, tapi itu hanya kedok untuk menjual hak keanggotaan bernama Circle of Champions. Setiap anggota yang bergabung baru mendapat hak menjual keanggotaan (merekrut) setelah dikenai uang pendaftaran 499 dollar AS. Praktek ini jelas ilegal karena melanggar UU Perdagangan Australia. Demikian laporan [AustralianIT.com.au](http://AustralianIT.com.au)\*

### **Prospek Cina Makin Cerah**

Prospek DS/MLM di Cina makin cerah setelah State Council secara prinsip menyetujui rancangan revisi peraturan lama yang melarang DS/MLM karena dianggap sama dengan skema piramid. Menurut kantor berita *Xinhua* (12/8), rancangan baru ini akan menjadi dasar adanya UU Direct Selling di Cina, yang dalam beberapa tahun terakhir mengalami pertumbuhan ekonomi sangat mengesankan. Sesuai dengan komitmen kerjasama dengan WTO, Cina akan membuka investasi di industri DS/MLM mulai Desember 2004 lalu. Tapi pelaksanaan komitmen itu harus menunggu selesainya penyesuaian peraturan.\*

## Mengubah Diri untuk Menang



Foto: www.JennieSBev.Com

Salah satu sahabat saya sejak zaman kuliah tiba-tiba menghubungi saya kembali setelah beberapa lama tidak saling kontak. Tampaknya bisnis keluarganya sedang mengalami masalah. Ditambah dengan keadaan ekonomi makro yang kurang mendukung jenis bisnis yang

ditekuninya tersebut, ia sangat mengharapkan dukungan dan masukan dari teman-temannya, termasuk teman-teman lama yang sudah lama tidak bersua.

Tampaknya kegelisahan hatinya sudah sangat mendalam. Keadaan mental serupa ini pernah saya alami ketika baru saja memulai perjalanan hidup saya di tanah rantau. Seakan-akan hanya faktor-faktor dari luar saja yang mempunyai makna dalam kehidupan saya. Ketika sulit mencari kerja, hati gundah gulana. Ketika sulit mencari *network* yang bisa memberi masukan, hati juga gelisah. Ketika memulai kerja di tempat baru, hati juga tidak tenteram.

Saat itu saya “menyalahkan” faktor-faktor luar tersebut sebagai “sumber” dari kegelisahan hati saya. Saya “menyalahkan” juga keadaan-keadaan yang tidak memungkinkan saya untuk langsung melesat tinggi di tanah rantau. “Seandainya saja” sering muncul dalam benak saja.

*Fortunately*, saya cepat “sadar” dari keadaan yang salah kaprah ini. Arti hidup dan kedamaian hati berasal dari dalam diri, terlepas dari seberapa buruknya keadaan di luar diri kita sendiri. Bagaimana ini bisa terjadi? Bagaimana cara mencapai tahap ini?

Pertama, sadarlilah (*be aware*) bahwa yang menciptakan kegelisahan adalah benak kita sendiri. Faktor luar hanyalah *backdrop* (latar belakang) diri Anda. Itu bukanlah Anda, itu tidak mengidentifikasi Anda. Jangan cari “kambing hitam.”

Misalnya, “Saya kan bukan anak konglomerat, mana bisa saya memulai bisnis yang pasti sukses?” Atau, “Saya ini kan fisiknya lemah, jadi saya tidak masuk perguruan

tinggi. Mana kuat saya belajar bertahun-tahun, *wong* satu malam saja saya sudah telor?” Ingatlah, begitu banyak orang yang sukses walaupun hidupnya penuh kekurangan, baik fisik maupun finansial.

Kedua, “energi” untuk mengubah diri sendiri berasal dari dalam diri, bukan dari hal diskusi dengan teman-teman dan dukungan moral dari sahabat-sahabat. Orang lain hanya bisa melihat dari persepsi mereka sendiri berdasarkan apa yang mereka pernah alami, namun Andalah *agent of change* diri sendiri, bukan orang lain. Sadarilah hal ini. Jangan sekali-kali mengandalkan *input* dari luar untuk menentukan jalan hidup kita.

Ketiga, perubahan terjadi dengan seketika, bukan berangsur-angsur. “Saya baru tahu tentang itu hari ini, masa

saya mesti berubah saat ini juga? Kasih waktu dong buat saya berubah.” Wah, ini salah kaprah. Perubahan terjadi instan (prinsip Zen). Begitu ada *awareness* bahwa sesuatu mesti diubah, saat itu pula perubahan terjadi. Pencerahan terjadi, maka pola berpikir pun mendapatkan *input* baru untuk mengubah sudut pandang (*paradigm*).

Keempat, percayalah akan kemampuan diri sendiri untuk berubah. Tidak ada faktor yang menyebabkan diri berubah, hanya diri Anda sendiri saja. Jangan salahkan unsur-unsur dari luar ketika mengalami kegagalan, namun carilah jalan

senantiasa untuk mencapai kemenangan.

Terakhir, belajarlah untuk bisa membedakan yang mana adalah faktor-faktor luar dan yang mana adalah faktor-faktor dalam. Lantas, buang faktor-faktor luar yang tidak mendukung pencapaian kemenangan. Isilah diri dengan faktor-faktor yang memberi tambahan kualitas pengambilan keputusan untuk mencapai sukses. Anda pasti bisa berubah dan pasti menang. Luar biasa.[]

\* Jennie S. Bev adalah pengusaha, konsultan bisnis, dan kolomnis yang telah menerbitkan 20 buku. Ia bermukim di Kalifornia Utara dan profilnya telah dimuat di berbagai media internasional, termasuk Entrepreneur, Home Business, San Francisco Chronicle dan The Independent. Artikel ini dimuat atas izin tertulis dari penulisnya.

**“Arti hidup dan kedamaian hati berasal dari dalam diri, terlepas dari seberapa buruknya keadaan di luar diri kita sendiri.”**

## Kekuatan *Leadership* dalam Pengembangan Jaringan

*Apa yang membedakan antara prestasi jaringan distributor yang satu dengan jaringan distributor yang lain? Tak lain dan tak bukan yaitu leadership!*

Boleh dibilang, inti dari bisnis DS/MLM adalah *leadership*. Mengapa demikian? Karena semenjak seseorang bergabung menjadi pemain di bisnis ini, sejak itulah yang bersangkutan harus siap menjadi seorang leader atau pemimpin. Bukan saja pemimpin bagi anggota-anggota lain yang direkrutnya, dia harus pula menjadi pemimpin bagi dirinya sendiri.

Sudah disinggung beberapa kali dalam tulisan-tulisan sebelumnya, bahwa di bisnis DS/MLM seorang pemain tidak dapat sukses sendirian. Supaya bisa meraih sukses, seorang pemain DS/MLM harus membantu anggota-anggota dalam jaringannya untuk meraih kesuksesan lebih dulu. Dalam proses saling membantu untuk sukses itulah tercipta suatu sinergi yang akhirnya akan membawa keberhasilan bagi semua yang terlibat.

Nah, untuk membawa seluruh anggota jaringan ke arah keberhasilan itulah dibutuhkan karakter seorang leader. Seorang leader adalah pemimpin kelompok yang sanggup menyatukan beragam latar belakang anggotanya, untuk kemudian fokus pada potensi, kekuatan, dan tujuan bersama yang hendak dicapai. Seorang leader harus berperan sebagai inspirator, motivator, penggerak, dan *problem solver* dalam kelompoknya. Leader sejati bukan seorang *lone ranger* atau *one man show*. Sebaliknya, dia justru mampu membangkitkan potensi-potensi terbaik dari anggota kelompoknya dan menggerakkan mereka untuk mencapai tujuan, yaitu sukses bersama.

Menjalankan sebuah program DS/MLM sesungguhnya hampir tidak ada bedanya dengan menjalankan sebuah perusahaan. Sebab, bisnis DS/MLM kadang juga diberi sebutan *people franchise*. Artinya, menjalankan sebuah program DS/MLM yang modern tak ubahnya menjalankan bisnis *franchise* (waralaba), di mana pelakunya harus memahami betul sistem kompensasi, *brand* perusahaan, *produk knowledge*, sistem pelatihan, pemasaran, bahkan harus paham dengan soal *public relations* (kehumasan). Menjalankan bisnis DS/MLM tidak cukup hanya bisa menjual dan merekrut. Banyak hal harus dipelajari dan dikembangkan agar bisnis yang diikuti berkembang layaknya sebuah perusahaan.

Nah, dalam menjalankan bisnis DS/MLM, seorang distributor sama sekali tidak terlepas dari beragam masalah.

Ada masalah teknis, ada pula non teknis, termasuk masalah-masalah personal. Pelaku DS/MLM tidak hanya berurusan dengan soal stok produk, pembelian dan penjualan, tetapi juga bersentuhan dengan persoalan-persoalan interpersonal. Semisal hubungan dengan pelanggan, dengan manajemen perusahaan, dengan *upline* atau *downline*, antar *downline* dalam jaringan, serta hubungan dengan kelompok-kelompok jaringan lain di bawah satu program atau perusahaan.

Maka, di sinilah letak strategisnya karakter seorang leader dan pentingnya *leadership* di bisnis ini. Bisnis DS/MLM bukan sekadar bisnis jual beli produk. Bisnis ini membutuhkan kepiawaian dalam mengembangkan dan menggerakkan anggota tim. Apabila seorang leader DS/MLM mampu memimpin dengan baik, dan gaya kepemimpinannya itu terduplikasi dengan baik pula, maka akan muncullah sebuah grup atau kelompok distributor yang solid dan produktif. Manakala dari kelompok tersebut—berdasarkan sistem yang berlaku dalam program DS/MLM bersangkutan—kemudian muncul kelompok baru, maka besar kemungkinan kelompok tersebut juga akan berkembang dengan baik.

Sejumlah program DS/MLM memungkinkan pengembangan sayap sebuah kelompok distributor hingga ke negara-negara lain. Pengembangan semacam ini membutuhkan leader-leader yang kuat, berpengalaman, teruji, dan berwawasan luas. Ini hanya bisa terjadi jika sang leader telah berhasil membangun jaringan yang kuat di negara asalnya dan terbukti mampu menghasilkan leader-leader baru.

Munculnya leader-leader hebat dalam sebuah perusahaan DS/MLM tak lepas dari usaha sinergis antara member dengan perusahaan. Perusahaan harus memfasilitasi perkembangan anggota-anggotanya serta menciptakan sistem kedistributoran yang kuat. Sementara distributor harus menjalankan kebijakan perusahaan dengan sebaik dan inovatif mungkin. Fungsi kemitraan layaknya B2B (*business to business*) harus maksimal. Tanpa usaha-usaha yang saling menopang dan sinergis, bisa-bisa yang tumbuh hanyalah konflik-konflik yang merugikan kedua belah pihak. (ez)

## 5 Prinsip Leadership

*Jika leadership lemah maka hampir dipastikan jaringan bisnis tidak akan solid dan produktif.*

Sukses tidaknya pelaku DS/MLM sangat dipengaruhi oleh kemampuannya dalam mengembangkan *leadership* dalam organisasi bisnisnya. Perusahaan-perusahaan DS/MLM yang tidak memiliki leader-leader hebat hampir pasti akan sulit berkembang. Demikian pula distributor atau pelaku DS/MLM yang kepemimpinannya lemah pasti akan sulit pula mempertahankan organisasi bisnisnya. Apalagi mengembangkannya menjadi organisasi atau grup jaringan yang kuat dan produktif. Bisa-bisa yang terjadi adalah lemahnya *leadership* yang kemudian terduplikasi ke anggota jaringan. Jika demikian adanya, hampir pasti jaringan akan tidur, tidak produktif, dan banyak anggota yang keluar atau tidak aktif.

Nah, bagaimana mengembangkan *leadership* yang kuat? Berikut prinsip-prinsipnya:

### 1. Menjadi Inspirator

Seorang leader harus mengembangkan kharisma kepemimpinan yang tangguh. Dia harus punya visi yang kuat, tujuan yang jelas, konsistensi dan persistensi sikap, pandai mengorganisasi, memotivasi, dan berkepribadian pemenang. Ini dikaitkan dengan peran dia sebagai inspirator bagi orang-orang yang dia pimpin atau diajak bekerjasama. Seorang pemimpin biasanya menjadi sumber inspirasi bagi pengikutnya. Bagi para pengikut dan mitra, banyak hal dalam diri si pemimpin akan berfungsi sebagai sumber semangat, gagasan, dan solusi bagi masalah-masalah yang dihadapi.

### 2. Menjadi Motivator

Bisnis DS/MLM membutuhkan daya dorong dan penggerak yang sangat besar. Sebab, cita-cita yang hendak diraih para pelakunya adalah cita-cita besar, yaitu mengubah kehidupan menjadi lebih baik. Sementara, sama seperti jenis kewirausahaan lain, bisnis ini memiliki tantangan dan kesulitan-kesulitan yang tidak sedikit. Bisa dibayangkan jika orang-orang yang menggantungkan hidup di bisnis ini tidak terus-menerus dimotivasi oleh leadernya. Pasti usaha mereka akan terus turun naik dan tidak berdaya tahan lama. Salah satu peran utama seorang leader adalah untuk terus memotivasi mitra usahanya dan menjaga moral mereka agar tetap tinggi, sekalipun tantangan dan kesukaran sering menghadang. Jadi, seorang leader harus menjadi motivator,

penggerak, dan perekat anggota-anggotanya. Ia harus mampu terus mengembangkan optimisme, kemauan bekerja keras, dan sikap pantang menyerah.

### 3. Menjadi Problem Solver

Seorang leader harus selalu mampu menghadapi dan menemukan solusi dari setiap masalah di dalam kelompoknya. Pemimpin selalu menjadi tempat mengadu bagi anggota kelompoknya. Pemimpin harus memberikan *guidance* atau petunjuk-petunjuk yang benar dalam memecahkan suatu masalah. Bukan hanya persoalan teknis, tetapi juga persoalan-persoalan non teknis. Sekalipun sebagai pemimpin dia tidak menghendaki masalah-masalah non teknis dibawa ke hadapannya, tetapi dia harus bersikap cukup bijaksana untuk memberikan alternatif jalan keluarnya. Apabila dengan kemampuannya sendiri dia gagal menyelesaikan masalah itu, dia tetap mampu menggerakkan potensi-potensi dalam kelompoknya untuk mengatasi masalah tersebut bersama-sama.

### 4. Penggerak Potensi Kelompok

Jangan berpikir bahwa seorang leader adalah *super human* yang bisa melakukan segalanya sendirian. Tidak demikian. Leader adalah manusia biasa yang memiliki kemampuan pengelolaan lebih bagus dibanding rata-rata orang. Seorang leader tidak menangani segalanya seorang diri. Sebaliknya, dengan kemampuannya mengatur, mengelola, dan mengarahkan, maka dia dapat menggerakkan anggota-anggotanya untuk melakukan aktivitas tertentu. Seorang leader harus ahli dalam menilai, meningkatkan, dan mengembangkan potensi anggota-anggotanya. Ukuran sukses seorang leader bukan pada pencapaian pribadi, tetapi pencapaian tim yang dia pimpin. Jika timnya sukses, dia layak disebut pemimpin yang sukses.

### 5. Role Model

Jika seorang leader memiliki kualitas mental, sikap, dan keterampilan-keterampilan teknis sebagaimana dipaparkan di atas, maka dia layak dijadikan sebagai *role model* dalam kelompoknya. Ingat, di bisnis DS/MLM seorang pelaku hanya bisa berhasil apabila dia mampu menduplikasikan keberhasilannya kepada orang lain. Sementara, dia sulit berhasil apabila tidak memiliki kualitas dan karakter sebagai seorang leader. Sungguh pun dia memiliki hal tersebut, tetapi dia tidak mampu menginspirasi anggota-anggota untuk menjadikannya seorang *role model*, maka kesuksesannya hanya berhenti pada dirinya sendiri. Tidak ada duplikasi kesuksesan sehingga aslinya bangunan organisasi bisnis yang dipimpinya rapuh. Jika demikian adanya, sesungguhnya dia bukan seorang leader bisnis sejati.(ez)

## Piramid Online Ala The Elite Team International

*Inilah versi terbaru dari piramid online yang telah menyerbu Indonesia dan kandas di tahun pertama. Diduga, versi lainnya bakal bermunculan.*

The Elite Team International (ETI) dibentuk oleh Anne Ahira, salah seorang *representative* atau *affiliate* dari program Retire Quickly FFSI (Financial Freedom Society Inc) yang didirikan oleh Kelly dan Lynda Reese di Amerika Serikat. “Produk” utamanya adalah keanggotaan (*representative*) seharga 67 dollar AS per bulan. Setelah jadi member, seorang *affiliate* (distributor) berhak merekrut anggota baru, memanfaatkan perpustakaan *online*, kursus program pensiun dini, memanfaatkan *software* kalkulator finansial, serta konsultasi melalui internet dengan konsultan keuangan atau dokter FFSI di AS. Semua produk FFSI adalah produk virtual yang bisa dimanfaatkan melalui internet.

Dalam teks wawancara yang dikirim ke email prospek, Anne Ahira memastikan anggota ETI dapat meraih penghasilan 6,569 dollar (sekitar Rp65 juta) per bulan. Ahira menyiapkan sebuah sub-sistem yang disebutnya Elite Team Marketing System (ETMS) yang dapat mempercepat para anggotanya pensiun dini. Dalam sistem ini, member ETI diberi training *e-marketing* via internet selama 30 hari. Namun untuk mencapai penghasilan Rp65 jutaan per bulan, member ETI wajib merekrut minimal 4 anggota baru (*downline*). Tiap bulannya member juga wajib bayar biaya keanggotaan FFSI 67 dollar (Rp670 ribu), bayar biaya *autoresponder* (*software* penjawab email) 19,95 dollar (Rp200 ribu), dan bayar biaya iklan internet minimal 30 dollar (Rp300 ribu). Kewajiban-kewajiban itu harus dijalankan minimal selama 18 bulan tanpa pernah berhenti.

Apabila berhasil merekrut seorang member baru, member ETI langsung mendapat *head hunting* bonus sebesar 41,50 dollar atau hampir 125 dollar untuk tiga member. Semakin banyak anggota direkrut, semakin besar bonus rekrutnya, atau semakin dekat ke arah penghasilan Rp65 juta per bulan.

### Ditentang *blogger*

Anne Ahira tampaknya sangat pandai mempromosikan apa yang disebutnya *network marketing* atau MLM ETI-nya. Apalagi, sub-sistem yang dia rancang mewajibkan setiap member beriklan di internet minimal selama 18 bulan tanpa putus. Alhasil, dalam waktu singkat internet dipenuhi oleh

puluhan website yang mengiklankan skema cepat kaya. Jika diklik, semua merujuk ke website yang sama, yaitu penjelasan program ETI. Bukan sekadar promosi dan iklan, Ahira juga berhasil mem-brand dirinya sebagai *internet marketer* ulung sehingga menarik perhatian berbagai media massa nasional (lihat rubrik FOKUS). Karena *internet marketer* kedengarannya baru dan canggih, tak pelak lagi media-media yang kurang kritis berebut atau ikut latah memberitakan sosok Ahira. Dan gadis asal Bandung ini tahu betul bagaimana memanfaatkan publikasi gratis media untuk mengiklankan ETI.

Begitu bersemangatnya merekrut member baru, member ETI pun tak segan-segan memakai cara tidak etis seperti *spamming* (baca: berpromosi dengan email secara tidak sah). Akibatnya, komunitas internet di Indonesia dibuat gerah. Setelah soal *spamming*, mereka menunjukkan kemarahan terhadap publikasi berlebihan oleh media massa nasional. Apalagi setelah mereka memastikan bahwa ETI bukanlah program *internet marketing*, tetapi hanya praktek skema piramid atau *money game*.

Salah satu penentang utama Ahira adalah Priyadi Imam Nurcahyo, seorang pekerja TI yang mengungkapkan kritik dan analisisnya di *blog* (jurnal *online*) pribadinya (*priyadi.net*). “Yang diusung oleh Anne Ahira dan pendukungnya melalui Elite Team hanyalah sebuah *money game* dalam bentuk skema piramida,” tulis Priyadi. Menurutnya, yang sudah pasti jadi korban adalah member ETI yang berada di dasar piramid. Yang juga rugi adalah member yang hanya punya *downline* level I dan tidak punya *downline* di level 2.

Menurut Priyadi, dengan asumsi optimistis keanggotaan ETI sudah mencapai level 10 (349.525 orang) sekalipun, maka member yang untung dari program piramid ini hanya 21.845 orang (6,24%), sementara yang rugi sejumlah 327.680 orang (93,75%). Tapi dari asumsi seluruh 349.525 member tersebut, yang benar-benar akan mendapat penghasilan Rp 65 juta per bulan seperti dijanjikan Ahira hanyalah mereka yang mampu membuat struktur keanggotaan 1-4-64-256 atau sebanyak 1.365 orang (0,3%). “Bisa dipastikan suatu saat skema ini akan kolaps dan hanya sebagian kecil anggota yang akan mendapatkan keuntungan,” tegas Priyadi.

## Rekrut dan rekrut

Jika materi promosi, iklan, testimoni member dan Anne Ahira sendiri, tampak kesan sangat kuat bahwa ETI hanya mengandalkan rekrut. Orang bergabung di ETI karena tergiur janji penghasilan besar, bukan untuk memanfaatkan produk FFSI. Sulit ditutup-tutupi, produk-produk virtual FFSI dianggap tidak bernilai karena jarang atau tidak dimanfaatkan oleh membernya. Sebagian produk malah gratis dan mudah didapat melalui internet, misalnya *software* kalkulator finansial, *e-book*, atau perpustakaan *online*.

Jauh-jauh hari, pakar *money game* dari APLI, Ir. Widarto Wirawan sudah mengingatkan masyarakat. “Bila orang beli keanggotaan tersebut dan *happy* dengan produknya, maka itu bukan piramid. Namun bila orang beli tanpa tahu atau tidak peduli dengan produknya, dan hanya ingin bonus, maka itu piramid,” jelas Widarto dalam sebuah wawancara khusus dengan situs *Pembelajar.Com* ([www.pembelajar.com](http://www.pembelajar.com)).

Menurut Widarto, cara presentasi Ahira jelas lebih menonjolkan iming-iming bonus daripada produknya. Dengan rekrut 4-16-64-256, dijanjikan bonus bulanan 6.569 dollar AS. Dengan multiplikasi seperti ini, pada level I6 seluruh penduduk dunia sudah habis. Pada saat hal itu terjadi, hanya 25% yang diuntungkan, sisanya yang lebih dari 80% akan jadi korban. “Jadi kembali ke pertanyaan dasar, ‘apabila saya bergabung, dan tidak merekrut, apakah saya rugi..?’ Bila jawabnya ‘Ya, saya rugi’, maka itu piramid. Saya masuk lobang, dan untuk keluar lobang saya harus cari korban baru,” tegas Widarto.

## Ditutup sepihak

Sekalipun pakar dari APLI dan komunitas internet yang kritis sudah mengingatkan kemana ujung bisnis ETI, Anne Ahira bergeming. Apalagi media massa tampak mengacuhkan atau tak mau tahu atas bahaya skema piramid. Setidaknya dua tokoh ternama yang selama ini dianggap pakar di bidangnya juga ikut jadi member. Menurut majalah *Fund* (Agustus 2005), EH (pernah dijuluki Ratu Kartu Kredit Indonesia) dan SS (seorang penasehat dan perencana keuangan), terang-terangan mendukung dan mempromosikan bisnis ini. Si SS ini malah membuat website khusus ([www.bisnisviainternet.com](http://www.bisnisviainternet.com)) untuk mempromosikan

ETI. Kabarnya, SS yang bergabung sejak 20 September 2004 itu sudah mengantungi untung hingga Rp4 jutaan pada bulan kedua, dan yakin bonusnya akan semakin besar di bulan-bulan berikutnya. Tak mengherankan memang, karena inilah satu-satunya penasehat keuangan yang pernah menyatakan bahwa *money game* itu oke-oke saja dan tidak semuanya jelek (*Tabloid Marketing*, No.6/III/2003). Nah, lho!

Sekalipun namanya bisnis *online* atau *internet marketing*, nyatanya di lapangan banyak beredar brosur-brosur bisnis ETI. Sasarannya pun meluas, yaitu siapa saja yang mau menanamkan uangnya di bisnis ini. Tak peduli melek atau

buta internet, yang penting mau investasi dan dijanjikan untung besar. Dilihat dari agresifnya promosi dan iklan yang disebarakan member ETI, kemewahan ekspos media massa yang dinikmati Anne Ahira, serta nama-nama beken sebagai pendukung dan pengabsah, seharusnya bisnis ini diikuti oleh puluhan ribu orang. Nyatanya, member yang terjaring hanya sekitar 1.100-an orang.

Akan tetapi yang paling menyesakkan adalah berita dari FFSI yang dikirim melalui email tertanggal 19 Agustus 2005 lalu. Dengan alasan bahwa program *membership*

FFSI banyak disusupi para *cracker*, maka sejak tanggal itu sistem keanggotaan internasional FFSI maupun pembayaran bonus dihentikan sama sekali. Tidak ada penjelasan lebih lanjut, baik dari FFSI maupun Anne Ahira. “Saya juga sama terkejut, sedih dan kecewa sekali. Walaupun saya adalah pendiri Elite Team, tapi bagaimanapun posisi saya dalam FFSI sama dengan anggota Elite Team lainnya, yaitu sebagai *representative...*,” jelas Ahira memelas dan kehilangan akal. Ia menganggap peristiwa ini sebagai musibah bersama. “Saya dan Elite Team menjadi korban bersama atas ulah para *crackers/backers* yang tidak bertanggung jawab,” katanya lagi.

Setelah itu, sunyi senyap. Tidak ada lagi pemberitaan di media massa tentang Ahira dengan ETI-nya. Namun ada analisis terakhir dari Priyadi yang dikutip *HukumOnline.com* (23/8). Dari 1.100-an anggota ETI itu, hanya 68 member yang untung, tiga orang di antaranya untung 5.000-6.000 dollar AS, dan sisanya 1.030 orang merugi alias jadi tumbalnya. Mengenaskan...! (ez)



Foto: Islimewa

**Mantan Anggota APLI**

Saya membaca di forum pertanyaan yang sudah ada, bahwa ada beberapa MLM yang telah dikeluarkan dari APLI. Apakah IUPB mereka masih berlaku? Apakah pelanggaran yang mereka lakukan dapat merugikan kita? Apakah MLM yang telah dikeluarkan dari APLI masih dapat dianggap sah/resmi/LEGAL?

**CROC\_GIE**  
8/18/2005

*Sebab-sebab sebuah perusahaan tidak lagi menjadi anggota APLI antara lain; karena pindah ke usaha retail, divisi DS/MLM ditutup, karena memang sudah ditutup, ada juga karena melanggar kode etik APLI. (1) Berlakunya IUPB perusahaan dapat dicek ke Deperdag di telepon 021-3858171 ext 1181. (2) APLI memiliki Kode Etik yang harus dipatuhi oleh perusahaan anggota APLI, demi melindungi perusahaan, distributor, dan konsumen. (3) Perusahaan MLM dianggap sah di Indonesia bila memiliki IUPB dan masih berlaku.*

**Ditawari Skema Piramid**

Saya ditawarkan MLM bersistem piramida bernama Quest Phone. Mereka menawarkan pembelian alat telepon dengan sistem bisa telepon murah ke internasional maupun interlokal. Untuk jadi anggota lebih kurang biayanya 620 dollar AS (sudah termasuk alat telpon bernama Qi Quest Phone). Cara jadi anggota adalah dengan mendebet lewat kartu kredit melalui internet. Pertanyaan; Apakah ini legal? Karena pembayaran melalui internet, otomatis mereka tidak bayar pajak. Kalau ini tidak legal, mengapa masih dibiarkan berjalan serta merugikan masyarakat dan pemerintah Indonesia? Cara kerja alat ini sederhana. Cukup mencolok lewat jaringan telepon, lalu pencet 00, berarti telkom juga dirugikan karena mereka memakai sistem telkom. Tapi pengisian pulsa telkom juga langsung lewat internet.

**DEWI**  
8/18/2005

*Legalnya perusahaan MLM di Indonesia bila perusahaan sudah memiliki IUPB dari Deperdag. SIUP saja tidak cukup sah. Yang berwenang menutup perusahaan adalah pemerintah. Mungkin Anda dapat memberikan informasi lebih lanjut tentang perusahaan ini (nama, alamat, nomor telephone dan penanggung jawab) untuk dilaporkan kepada instansi terkait. Bila merugikan masyarakat dan/atau negara, maka pemerintah perlu bertindak, bukan APLI. Bantulah Pemerintah dengan data-data lengkap.*

**Mau Menuntaskan Piramid?**

Apabila APLI memang ingin menuntaskan masalah sistem piramid yang sedang berkembang, hendaknya jangan hanya memberikan ciri-cirinya saja, tetapi nama perusahaan

yang memakai sistem piramida tersebut juga harus diikutsertakan. Karena masih banyak masyarakat yang tidak mengerti dengan sistem *multi-level* ataupun piramida. Semoga APLI makin sukses di masa yang akan datang.

**MUHAMMAD IQBAL**  
8/15/2005

*Upaya yang dapat APLI lakukan untuk mengurangi perusahaan yang menggunakan sistem piramid adalah dengan cara memberikan informasi kepada masyarakat tentang perbedaan antara MLM yang benar dengan sistem piramid. Karena dengan demikian, apabila Anda atau masyarakat umumnya diundang untuk mengikuti presentasi sebuah perusahaan tertentu, pastinya sudah dapat membedakan apakah itu MLM yang benar atau skema piramid. Mengumumkan nama-nama perusahaan seperti itu bukan wewenang APLI sebagai asosiasi. Usaha jaringan yang benar harus memiliki IUPB. Indonesia belum memiliki undang-undang Anti Piramid. Jadi Polisi belum dapat bertindak bila belum ada yang melapor tertipu karena itu merupakan delik aduan.*

**Mengapa UFO Dikeluarkan?**

Mengapa UFO dikeluarkan dari APLI? Pelanggaran apakah yang dilakukan? Mengapa Ahad-Net tidak bergabung menjadi anggota APLI? Apakah HPA MLM yang sah?

**GATHUT**  
8/4/2005

*APLI memiliki kode etik yang harus ditaati oleh perusahaan anggota. Dan jika perusahaan anggota melakukan pelanggaran kode etik, APLI berhak mencabut keanggotaan perusahaan tersebut dari APLI. Anggota APLI bergabung secara suka rela melalui seleksi yang ketat. Syaratnya; marketing plan, kode etik perusahaan, dll, harus memenuhi persyaratan APLI. Sampai saat ini kami belum pernah menerima berkas permohonan dari Abad-Net untuk menjadi anggota APLI. MLM itu sah atau legal apabila telah memiliki IUPB yang dikeluarkan oleh Deperdag. Dengan SIUP saja tidak cukup untuk menjalankan usaha MLM.*

**Berapa Jumlah Distributor di Indonesia?**

MLM yang terdaftar di APLI ada sekitar 60-an. Berapa total distributor yang tergabung di MLM-MLM tersebut? Saya ingin mengetahui apakah pasar MLM masih besar atau sudah habis?

**JOSEPH**  
8/4/2005

*Berdasarkan data World Federation of Direct Selling Associations dan APLI, jumlah total distributor di Indonesia tahun 2003 diperkirakan mencapai 5,4 juta orang. Berdasarkan analisis dan pemantauan kami, pasar industri DS/MLM di Indonesia masih sangat besar. Terbukti dengan bertambah banyaknya perusahaan DS/MLM baru, baik dari dalam maupun dari luar negeri yang masuk ke Indonesia.*

**KELUARGAKU PERMATAKU**

**Oleh: Clara Kriswanto**

**Penerbit: Jagadnita Consulting, 2005**

**Hal: 141+xxxix**

Buku menarik ini lengkapnya berjudul *Keluargaku Permataku - 10 Indikator Keluarga Bahagia dan 50 Tips untuk Mewujudkannya*. Clara Kriswanto, penulisnya, dikenal sebagai psikolog keluarga, *parent coach*, dan pemerhati masalah keluarga yang mendapat liputan luas di media massa. Keprihatinan terhadap fenomena maraknya perceraian yang belakangan melanda banyak pasangan selebritis, mengundang Clara untuk menulis buku ini. Tesis dasarnya sangat sederhana. Keluarga yang bahagia adalah keluarga yang berfungsi optimal. Artinya, dalam keluarga harus ada komunikasi yang terbuka, sikap saling mendukung, saling menerima, ada rasa nyaman, rasa aman, bahagia dalam relasi sosial, terhindar dari masalah ekstrim, sehat secara fisik, finansial, dan spiritual. Bahwa apa pun masalah yang kita hadapi, sebaiknya kita kembali kepada institusi keluarga dan menjadikan keluarga sebagai penopang penyelesaian masalah kita. Ditulis dalam gaya bahasa yang sederhana dan mudah dipahami, juga ilustrasi kartun yang menarik dan menyegarkan, buku ini layak dijadikan referensi bagi mereka yang hendak atau telah membentuk sebuah keluarga. Kekuatan buku ini adalah pada gaya pemaparan yang jelas, dilengkapi pembahasan kasus-kasus yang terjadi sehari-hari. Buku semacam ini agak langka sehingga bagus untuk koleksi maupun sebagai hadiah bagi pasangan yang hendak atau baru saja menikah.\*

**NABUNG RECEH KEBELI MONAS**

**Oleh: A. Jacken T, dkk**

**Penerbit: Nexxmedia Book, 2005**

**Hal: 107+iv**

Sebagaimana seharusnya buku-buku finansial, pasti tujuannya adalah membantu pembaca melakukan langkah-langkah tepat untuk mengamankan kehidupan finansialnya. Namun buku Nexxmedia ini justru meleset dari tujuan itu. Bahkan beberapa proposisi yang dibangun terkesan sangat subyektif dan kontroversial, sehingga mengurangi bobotnya sebagai buku panduan. Pertama adalah pernyataan bahwa sikap menabung yang benar tidak membutuhkan motivasi atau alasan-alasan penguat lainnya (hal 5-6). Ini bertolak belakang dengan proposisi lainnya di buku ini yang menyatakan menabung perlu kedisiplinan. Kita tahu, disiplin butuh motivasi, kecuali bila disiplin dipaksakan dari luar. Kedua, untuk sukses menabung (baca: kehidupan finansial), orang justru dilarang memiliki keinginan atau impian mengenai hidup yang lebih baik (hal 54). Ini bertolak belakang dengan banyak teori sukses yang mengedepankan fungsi tujuan spesifik untuk *men-drive* motivasi dan tindakan orang. Kekeliruan berikutnya di buku ini adalah penyamaan tabungan dengan instrumen-instrumen investasi lainnya. Dan kesalahan paling fatal adalah pernyataan penulisnya yang membolehkan pembaca mengikuti *money game* (hal 71). Jadi, resensi ini ditulis bukan untuk merekomendasikan, tapi justru untuk mengingatkan supaya pembaca lebih jeli dalam memilih buku finansial.\*

**MANAGE YOUR MIND FOR SUCCESS**

**Oleh: Adi W. Gunawan & Ariesandi Setyono**

**Penerbit: Elex Media Komputindo**

**Terbit: 2005, Hal: xxi + 188 hal**

Apa yang menyebabkan seseorang itu sukses atau gagal dalam hidup? Itulah pertanyaan besar yang hendak dicarikan jawabnya oleh kedua penulis melalui buku ini. Setelah melalui studi, penelitian, pengamatan, praktek, dan pengalaman yang cukup, kedua penulisnya sampai kepada kesimpulan, bahwa cara berpikirlah yang menentukan seseorang itu bisa sukses atau gagal.

Melalui penjelasan yang sederhana dan mudah dipahami, kedua penulis buku ini menjelaskan betapa banyak program-program berpikir kita yang ternyata justru menghambat kemajuan kita. Baik disadari atau tidak. Padahal, dalam hidup ini sesungguhnya tidak ada yang namanya kegagalan. Yang ada hanya hasil perbuatan

yang belum sesuai dengan apa yang kita inginkan.

Nah, dalam banyak hal, hasil tersebut dipengaruhi oleh cara kita bertindak, berpikir, dan berkeyakinan. Melalui pendekatan berbasis *mind technology*, buku ini mencoba menyuguhkan strategi yang bisa kita manfaatkan untuk memprogram ulang pikiran. Tujuannya jelas, dengan memprogram ulang pikiran, maka pikiran kita ditempatkan sebagai kekuatan dasyat untuk mendorong kesuksesan kita. Melalui strategi ini, maka kepercayaan-kepercayaan yang salah serta mitos-mitos hidup yang menyesatkan dapat disingkirkan, dan kemudian diganti dengan kepercayaan yang mendorong kemajuan hidup kita.

Buku ini merupakan saripat dari beberapa hasil studi terkini menyangkut teknologi berpikir dan bertindak. Diuraikan dengan jelas, beserta contoh-contoh yang cukup, serta dengan gaya berbagi. Alhasil, buku Adi W. Gunawan dan Ariesandi Setyono ini merupakan salah satu buku pengembangan diri yang sangat layak untuk dikoleksi.\*

# Keberlimpahan adalah Sikap Hidup

Oleh: Rab A. Broto\*



Rab A. Broto

Orang sering mencampuradukkan hakikat diri dengan banyaknya uang yang dihasilkannya. Lazimlah anggapan orang kaya punya peluang lebih besar daripada orang miskin. Padahal apakah dia berpenghasilan US\$1 juta setahun atau hanya US\$15.000 setahun, setiap orang masih berkemampuan meraih tingkat keberlimpahan tertentu dalam

hidupnya.

Bisa dicontohkan saat Nazi menguasai Jerman, banyak sekali warga masyarakat yang kaya raya dirampas-tumpas kehidupannya dalam arti sesungguhnya. Mereka yang hartanya disita ini kemudian dibawa dan dipastikan nasibnya di kamp-kamp konsentrasi. Namun dalam tekanan hampir niscaya berujung maut itu bisa dijumpai sosok-sosok inspirator istimewa.

Sebut Viktor E. Frankle atau Anne Frank yang meskipun berada dalam situasi kemiskinan terburuk karena tak ada sesuatu pun yang tertinggal, kini mereka dianggap punya kehidupan berkelimpahan. Dalam *Man's Search for Meaning*, Frankle mengatakan bahwa satu-satunya milik pribadi yang tak akan pernah dapat diambil adalah sikap.

*"Kami yang hidup di kamp-kamp konsentrasi bisa mengingat sejumlah penghuni kamp saat berjalan menuju ruang eksekusi berusaha membantu orang lain, memberikan potongan terakhir rotinya. Mungkin potongan itu tak berarti, tapi mereka memberi cukup bukti bahwa apapun bisa dirampas dari seorang manusia, kecuali satu: 'kemerdekaan terakhirnya' untuk memilih satu sikap dalam situasi penuh keterbatasan, memilih caranya sendiri.*

Frankle yang seorang psikolog, mengadopsi satu sikap kreatif yang membantunya bertahan dalam neraka dan mimpi buruk kehidupan di satu kamp konsentrasi. Dia bisa mewujudkan keberlimpahan internal dirinya dengan menjalankan haknya melakukan itu. Sikap yang sama memandunya meniti setapak untuk mencapai dan hidup dalam keberlimpahan begitu keluar kamp konsentrasi.

## Saluran Keberlimpahan

Saat berpikir tentang kesejahteraan (*prosperity*), pengertian bahwa sumber dayalah yang mengalir menuju diri seseorang akan sangat membantu pemahaman. Kita hanya semacam saluran bagi keberlimpahan. Begitu hal ini disadari, selanjutnya kita mulai mengidentifikasi fakta dan kenyataan bahwa kita juga yang menentukan bagaimana mengalirkan sumber daya ini.

Frankle menegaskan adanya perbedaan ini saat dia dikurung di sejumlah kamp konsentrasi, saat satu per satu barang miliknya dilolosi dari tubuh, termasuk sepatunya. Satu-satunya yang tertinggal dalam dirinya adalah kemampuan untuk meyakini dan memegang teguh gagasan dia masih orang yang baik, meskipun semua telah dirampas.

Inilah perbedaan penting yang harus dibuat karena dengan begitu kini punya atau tidak punya uang tidak lagi merupakan bagian dari pertanyaan

tentang harga diri (*self-worth*). Uang tidak menentukan siapa Anda karena hanya merupakan satu sumber daya. Yang sungguh penting adalah punya satu rasa diri (*inner sense of self*). Uang hanya satu unsur eksternal.



Bill Gates

Orang terkaya dan paling dermawan di dunia.

Foto: Istimewa

---

---

Begitu seseorang berhenti menyamakan harga dirinya dengan uang, pintu-pintu kemungkinan pun berayun membuka baginya karena mereka mau mencoba lebih banyak hal. Sejak mereka punya perasaan yang lebih baik tentang dirinya, mereka menjadi lebih berani dan membuka pikiran dan wawasannya untuk mencoba sesuatu dengan cara yang sama sekali beda.

Jadi, dalam istilah para pakar Neuro Linguistic Programming (NLP), penentu sukses tidaknya usaha yang dilakukan hanya soal berkata pada diri sendiri, “Inilah hasil yang kuinginkan dan ada sejumlah cara tersedia yang bisa dilakukan untuk mencapai. Sejumlah kemungkinan. Jika cara yang satu gagal, kemudian aku akan mencoba cara yang lain.”

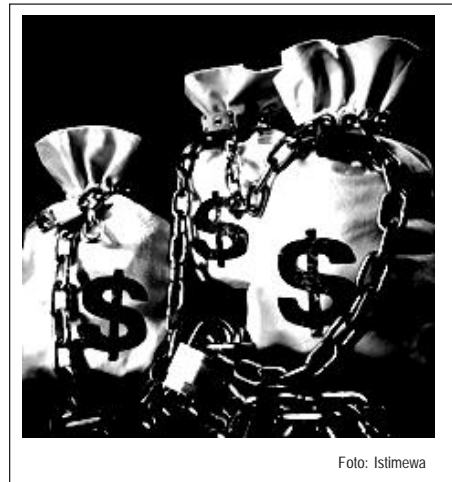
Dan bila hasil masih belum sesuai yang diharapkan, itu hanya merupakan umpan balik bahwa Anda perlu mencoba cara yang lain lagi. Hal ini tak berarti Anda gagal atau pribadi yang menyedihkan. Itu hanya berarti ada satu atau lebih cara di luar sana yang akhirnya akan berfungsi dan itu berada di luar diri Anda. Anda masih orang yang sama di dalam diri.

#### Yang Terpenting: Sikap

Mengukur harga diri dari seberapa banyak duit yang dimiliki seseorang bisa sangat merusak. Bisa dicontohkan dari cerita seorang wanita yang punya kekayaan senilai US\$17 juta yang dirancang baginya dalam satu rekening dana perwalian oleh orangtuanya. Rekening itu akan menghasilkan bunga sedikitnya US\$800.000 per tahun

selama dia masih hidup.

Wanita ini menemukan identitas dan harga dirinya dalam gaya hidup (*lifestyle*) yang dijalani sehari-hari dan seberapa banyak yang dimilikinya. Dalam satu kesempatan jalan-jalan cuci mata di



satu department store di kotanya, dia membelanjakan US\$18.000 di bagian pakaian dalam.

Hampir semua yang dilakukannya—khususnya saat membelanjakan uang berjumlah besar—merupakan hasil

---

---

**“Begitu seseorang berhenti menyamakan harga dirinya dengan uang, pintu-pintu kemungkinan pun berayun membuka baginya karena mereka mau mencoba lebih banyak hal.”**

---

---

membandingkan diri dengan kakaknya. Saudaranya ini juga dalam situasi sama: punya rekening perwalian yang memberi hasil banyak dari bunganya saja. Namun sang kakak ini tak pernah menilai uang sebagai salah satu aspek yang menentukan identitasnya.

Sang kakak tak pernah menjadikan seberapa banyak kekayaan sebagai penentu harga dirinya. Baginya semua yang dinikmati sekarang akan berkurang dan bahkan hilang bila ada masalah. Dia menikah dan memulai sejumlah bisnis bersama suaminya. Mereka akhirnya menjadi sangat sukses dengan usaha sendiri dan setelah bertahun-tahun penghasilan dari dana perwalian relatif kecil dibandingkan penghasilan dari bisnisnya.

Dalam kurun waktu sama, wanita yang mendasarkan identitas dan harga dirinya pada apa yang dimilikinya menariknya terus membelanjakan uang dalam jumlah besar untuk bisa mengimbangi kakaknya. Wanita itu akhirnya bangkrut karena hanya mengandalkan dari satu sumber daya. Inti cerita ekstrim ini menegaskan: sikaplah yang menentukan orang akan terus dalam keberlimpahan atau bangkrut.□

\* Rab A. Broto adalah pemimpin redaksi “Bee Parents” dan anggota dewan redaksi “Indonesian Tax Review Digest” yang diterbitkan Lembaga Manajemen Formasi. Ia dapat dibubungi melalui e-mail: [nauram@yahoo.com](mailto:nauram@yahoo.com).

**Tim dari Peking University Meneliti  
CNI dan Industri MLM di Indonesia**

Pada 11 Agustus 2005 lalu, sebuah tim peneliti beranggotakan tujuh orang dari Peking University, China, datang ke Indonesia untuk melakukan penelitian tentang MLM. Tim yang terdiri dari para profesor dan mahasiswa program S-3 itu mengambil contoh keberhasilan PT CNI sebagai studi kasus, demikian siaran pers CNI ([www.cni.co.id](http://www.cni.co.id)). Sebelumnya, tim tersebut bertemu dengan Ketua Umum APLI, Helmy Attamimi, untuk mendapatkan berbagai masukan mengenai perkembangan industri DS/MLM di Indonesia. Tim itu juga mengunjungi kantor pusat, pabrik, dan gudang CNI. Berikutnya, mereka berkunjung ke Departemen Perdagangan RI untuk mendapatkan data peraturan perundangan DS/MLM. Tim ini juga mengadakan pertemuan dengan para mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia, Jakarta. CNI dipilih sebagai obyek penelitian karena dinilai berhasil menjadi salah satu MLM yang sukses di Indonesia. Prof. Zheng Xue Yi, ketua tim peneliti menyatakan, misinya adalah untuk melihat dan mempelajari kinerja MLM di Indonesia yang perkembangannya begitu pesat. Industri DS/MLM di China belum sebesar seperti di Indonesia. Tim itu berharap hasil studi nantinya dapat diterapkan di China. Rupanya, misi yang sama juga dilakukan tim ini dengan mengunjungi CNI Malaysia. Dan satu lagi berita menarik, bahwa pada bulan September ini, Peking University akan membuka kurikulum tentang MLM.\*

**Berbagi Kasih pada Perayaan Ulang Tahun  
Tupperware Indonesia ke-14**

Tupperware Indonesia melanjutkan tradisi berbagi kasih dalam setiap perayaan ulang tahunnya. Pada perayaan ulang tahun ke-14 yang berlangsung di Hotel Aryaduta, 12 Juli 2005 lalu, Tupperware Indonesia menggelar acara yang melibatkan anak-anak jalanan dan korban bencana alam di Aceh. Dalam acara tersebut, Nining W. Pernama (General Manager) menyerahkan sumbangan dari Tupperware Children's Fund sebesar Rp55 juta kepada Yayasan Nanda Dian Nusantara, yang khusus mengasuh anak-anak jalanan. Sumbangan Tupperware Children's Fund juga diberikan kepada LPA Bantar Gebang, Bekasi sebesar Rp17.540.000. Khusus sumbangan untuk LPA ini didasarkan pada kegiatan lomba mengarang tingkat SD-SMA yang berlangsung Mei-Juni 2005. Untuk setiap karangan yang masuk ke panitia, Tupperware menyumbangkan Rp10.000 atas nama peserta lomba. Dari lomba itu, terkumpul sebanyak 1.754 karangan bertema kepedulian kepada anak-anak jalanan, korban alam, dan konflik. Terpilih sebagai juara pertama dari berbagai kategori; Arifia Sekar Seroja (Juara I SD), Evi Hermawati (Juara I SMP), dan Rani Primaningtyas (Juara I SMA). Hadiah berupa tropi dan uang masing-masing Rp5 juta diserahkan langsung oleh Menteri Negara Pemberdayaan Perempuan Dr. Meutia Hatta. Selengkapnya, klik; [www.tupperware.co.id](http://www.tupperware.co.id).\*

**INFO REDAKSI****Berita-berita yang Salah  
Mengenai DS/MLM**

“Jika media massa salah memberitakan, maka masyarakatlah yang akan jadi korban.” Itulah protes seorang pengunjung *webblog* lantaran belakangan media massa nasional tidak lagi cermat dalam mengekspos berita. Apabila ada berita menarik dilansir sebuah media, maka yang lain seperti berebut untuk ikutan laiah memuatnya. Susahnya, pemuatan itu tanpa dilandasi dengan riset, pendalaman, atau kroscek dengan sumber-sumber yang relevan dan otoritatif. Akibatnya, ketika ternyata beritanya salah atau bermasalah, yang terjadi kemudian adalah penyesatan opini masyarakat. Setidaknya, hal itu terjadi beberapa kali ketika media massa umum menyamakan saja antara MLM dengan penipuan-penipuan berkedok MLM, seperti skema piramid atau *money game*. Kasus terakhir adalah pemuatan secara berlebihan terhadap program internet MLM Anne Ahira. Bagaimana menyikapi hal ini? Tampaknya, masyarakat harus merujuk pada sumber-sumber yang otoritatif dan benar-benar memahami industri ini. APLI adalah salah satu sumber yang harus diperhitungkan manakala orang berbicara mengenai industri ini. Dan benar sekali, semakin banyak pemikiran para pegiat APLI yang dibutuhkan oleh masyarakat kita.\*

**JANGAN SIA-SIAKAN!**

Jika perusahaan Anda menyelenggarakan acara-acara menarik dan informasinya layak diketahui khalayak, silakan kirimkan *press release* ke Redaksi *INFO APLI*. Buletin menyediakan rubrik *JURNAL ANGGOTA* untuk seluruh anggota APLI. Kirimkan *press release* melalui faks: (021) 75914049 atau email: [apli@cbn.net.id](mailto:apli@cbn.net.id). Jangan lewatkan kesempatan untuk mendapatkan publikasi positif melalui buletin resmi APLI ini. Kami tunggu kiriman Anda.

**Kehilangan Koleksi  
Buletin INFO APLI?**

KUNJUNGI SAJA [WWW.APLI.DR.ID](http://WWW.APLI.DR.ID), KLIK MENU “BULETIN”, DAN DAPATKAN KOLEKSI LENGKAP BULETIN INFO APLI DALAM FORMAT PDF. JADIKAN INFO APLI SEBAGAI SUMBER INFORMASI DAN REFERENSI TERPERCAYA DI BIDANG DS/MLM.