

# INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXX/Okttober-Desember 2005

## SAJIAN EDISI INI

### FOKUS

Business Turnaround and Profit Improvement

### WAWANCARA

Ronny F. Ronodirdjo: Manfaat Hipnotis  
Bagi Praktisi DS/MLM

### SEKILAS DUNIA

Jones Apparel Group  
Luncurkan Direct Selling

### KOLOM JENNIE S. BEV

Sepuluh Kepribadian *Billionaire*

### BASIC DIRECT SELLING

Membedakan Bisnis DS/MLM dengan  
*Money Game*

### DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Prinsip Mendeteksi *Money Game*

### KASUS PIRAMID

*Money Game* Berkedok Bisnis BBM

### WEALTH MENTALITY

Rab A. Broto:  
Gusur Keyakinan Negatif,  
Perbaiki Status Finansial



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

## EDITORIAL

### Berbagi Pengalaman dan Maju Bersama-sama

Pada pertemuan rutin anggota yang diselenggarakan 14 September 2005 lalu, APLI mengundang Nur Kuntjoro dari Quantum Consulting untuk menyajikan materi berjudul Business Turnaround and Profit Improvement. Nur Kuntjoro yang juga mantan COO Tupperware Indonesia itu berhasil memaparkan topik yang memang sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan anggota APLI. Tak heran jika hasil seminar hari itu dilanjutkan dengan kegiatan seminar sehari yang intinya membahas materi di atas secara lebih mendalam lagi. Acara yang diselenggarakan pada tanggal 3 Oktober 2005 itu juga sangat diminati oleh anggota-anggota APLI.

Acara semacam inilah yang sejatinya sangat dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang tergabung di APLI. Maklum, persaingan di industri ini makin ketat. Banyak perusahaan baru bermunculan, tetapi tak jarang hanya bertahan dalam hitungan bulan. Bahkan perusahaan-perusahaan yang berusia belasan tahun dan semula dianggap mapan sekalipun bisa merosot dan akhirnya dihentikan operasinya. Sebab itulah, forum seperti ini memang sangat

penting untuk berbagi pengalaman dan strategi dalam memajukan perusahaan DS/MLM. Apalagi, forum hasil kerjasama APLI dengan Quantum Consulting ini bisa diikuti dengan biaya yang relatif murah. Ke depan, acara-acara semacam ini perlu diadakan dalam frekuensi yang lebih banyak lagi.

Karakter industri DS/MLM memang agak unik. Itu sebabnya, metode dan strategi untuk memajukan perusahaan yang biasa ditawarkan oleh lembaga-lembaga konsulting umumnya belum tentu pas dengan perusahaan-perusahaan DS/MLM. Maka dari itu, jika ada forum berbagi pengalaman dan strategi, apalagi yang nilai kepraktisannya sangat tinggi, tentu layak disambut baik oleh seluruh anggota APLI. Demikianlah, kita berharap akan semakin banyak anggota APLI yang sudah sukses untuk bersedia membagikan pengalamannya kepada anggota-anggota yang masih baru atau sedang berkembang. Kemajuan sesama anggota APLI pada akhirnya akan bermanfaat juga bagi industri DS/MLM secara keseluruhan.\*

- Jika ada forum
- berbagi pengalaman
- dan strategi,
- apalagi yang nilai
- kepraktisannya
- sangat tinggi,
- tentu layak
- disambut baik oleh
- seluruh anggota
- APLI

# Business Turnaround and Profit Improvement

*Inilah model bisnis yang dapat menyelamatkan perusahaan-perusahaan DS/MLM yang sedang mandeg atau terus merugi.*

Apakah jadinya jika sebuah perusahaan DS/MLM dalam situasi hidup segan mati tak mau? Apa yang dimaksud? Bisa jadi, perusahaan yang hidup segan mati tak mau ada dalam posisi terjepit. Perusahaan sama sekali tidak berkembang, kadang untung sedikit namun lebih banyak ruginya. Karena satu dan lain hal perusahaan tadi tidak mungkin ditutup. Akibatnya, perusahaan dalam situasi dilematis berkepanjangan. Nah, apa yang harus dilakukan oleh perusahaan yang stagnan seperti ini? Sebuah formula yang ampuh harus diberikan agar perusahaan tidak saja *survive* tetapi juga meraih laba signifikan.

Pada pertemuan rutin tanggal 14 September 2005 lalu, APLI mengundang Quantum Consulting untuk mempresentasikan topik Business Turnaround and Profit Improvement – Principles and Strategy, dengan Nur Kuntjoro sebagai pembicara utamanya. Berikutnya, acara ini disambung dengan seminar sehari yang intensif mengenai topik yang sama pada tanggal 3 Oktober 2005, yang dihadiri oleh para staf dan manajemen puncak perusahaan anggota APLI.

Hasil seminar sehari itu adalah pembentukan dua kelompok pendampingan, yang mana Quantum Consulting akan mendiagnosis problem perusahaan, memantau perkembangannya, memberikan asistensi dan strategi dalam *frame* yang telah dibahas sebelumnya. Berikut adalah ringkasan materinya dalam bentuk artikel yang diharapkan bermanfaat bagi seluruh perusahaan anggota APLI.

## Manajemen Krisis

Model *business turnaround and profit improvement* sesungguhnya diperuntukkan bagi perusahaan-perusahaan yang sedang dirundung banyak masalah alias merugi terus menerus tetapi ingin bertahan hidup. Model ini juga dibutuhkan oleh perusahaan-perusahaan yang selama ini hanya menghasilkan laba sangat minimal, tetapi kemudian menginginkan kenaikan profit secara signifikan. Pendek kata, model *business turnaround and profit improvement* ditujukan untuk mengubah kondisi rugi menjadi laba. Bagaimana caranya?

Hal mendasar yang digarisbawahi oleh Nur Kuntjoro adalah bahwa untuk membalikkan kondisi rugi menjadi laba, maka harus ada kesadaran bahwa perusahaan berada dalam situasi krisis. Artinya, manakala perusahaan terus-menerus mengalami kerugian atau stagnan, sesungguhnya perusahaan ada dalam situasi krisis alias diambang pintu kehancuran. “Jadi, kalau tidak berubah, risikonya adalah tutup atau mati,” tegas Nur Kuntjoro, mantan COO Tupperware Indonesia ini. Oleh sebab itu, menurutnya pengelolaan perusahaan tidak boleh berjalan sebagaimana biasanya. “Harus ada *sense of crisis* di setiap lini. Harus ada perubahan strategi dan harus ada semangat yang menggebu-gebu, dengan segala daya upaya untuk membalikkan keadaan. Jika tidak, ya itu tadi... risikonya mati atau bangkrut,” tambahnya.

Nah, ada beberapa karakteristik penerapan manajemen krisis yang patut diperhatikan. *Pertama*, harus ada manajemen yang tersentralisasi dan sangat *directive* sifatnya. Ini demi memastikan semua kebijakan baru perusahaan dilaksanakan dengan setepat dan secepat mungkin oleh seluruh lini manajemen.

*Kedua*, adanya karakteristik *decisive* dan bertindak dengan sangat cepat dalam setiap pengambilan keputusan serta saat merespon setiap keadaan. Berikutnya, semua rencana dan strategi harus dilaksanakan dengan kecepatan tinggi untuk memastikan ketepatan dan kecepatan hasil.

*Ketiga*, dibutuhkan komitmen yang tinggi dari semua anggota tim manajemen untuk meraih tujuan yang sama, yaitu menutup penyebab kerugian dan bergerak menuju peningkatan profit secara signifikan. Komitmen yang tinggi inilah yang akan mengikat tim manajemen untuk berusaha habis-habisan demi membalikkan keadaan rugi menjadi laba.

*Keempat*, semua staf manajemen dan karyawan harus komit untuk bekerja di bawah situasi abnormal (krisis). Ini bisa berarti jam kerja bertambah dari biasanya, kecepatan eksekusi kebijakan bertambah, kerja dalam situasi yang lebih menekan (*stressful*), yang kesemuanya dapat menyebabkan situasi kerja seperti hendak memenangkan sebuah perang.

---

---

*Kelima*, dibutuhkan kepercayaan diri dan motivasi yang sangat tinggi dari seluruh komponen perusahaan, mulai dari *top leader* sampai jabatan terbawah. Tanpa kepercayaan diri dan motivasi yang tinggi dari seluruh komponen perusahaan, maka organisasi perusahaan tidak akan mampu bekerja dalam kecepatan yang tinggi.

### **Strong Leadership**

Selain karakteristik manajemen krisis di atas, Nur Kuntjoro yang pernah menangani sejumlah klien dengan hasil memuaskan ini, menekankan beberapa hal penting lain menyangkut model pembalikan kondisi bisnis ini. “Salah satunya adalah kepemimpinan yang kuat. Tanpa kepemimpinan yang kuat, maka tidak akan ada manajemen direktif, tidak ada kecepatan bertindak, dan tidak ada komitmen yang tinggi dari semua anggota tim,” jelasnya. Dan tanpa *leadership* yang kuat, tim manajemen akan sulit dibawa untuk mengarungi situasi krisis dengan kepercayaan diri dan motivasi yang tinggi. “Jadi, *strong leadership* di sini sangat-sangat vital sifatnya. Jika pemimpin perusahaannya *membre*, lupakan saja...!”

Berikutnya, dipaparkan istilah *thinking outside the box*, yang artinya agar seluruh tim manajemen diharuskan mampu berpikir di luar kebiasaan. Ini demi menangkap peluang-peluang baru atau menyuplai perusahaan dengan ide-ide atau strategi-strategi baru yang lebih ampuh untuk membalikkan keadaan. Mengapa perlu berpikir di luar yang biasanya? Sebab, cara berpikir seperti biasanya itulah yang membuat perusahaan dalam situasi krisis atau stagnan seperti sekarang.

Oleh sebab itu, perlu ada pembalikan paradigma atau cara berpikir secara mendasar. “Salah satu istilah yang saya ingat betul adalah *wei chie*, yang dalam terjemahan bebas artinya di samping ada bencana atau masalah, sesungguhnya di situ ada peluang-peluang besar,” tegas Nur Kuntjoro. “Di sini saya ingin menyampaikan bahwa apabila kita berhasil mengubah cara pandang dengan lebih positif, maka di dalam setiap permasalahan... kita pasti akan temukan peluang dan kesempatan,” tambahnya. Dari pembalikan paradigma ini saja, maka akan muncul banyak hal-hal baru atau sesuatu yang sebenarnya sudah lama diketahui namun baru disadari manfaatnya.

Dari pembalikan paradigma inilah tim manajemen perusahaan terbuka peluangnya untuk melakukan banyak eksperimen, inovasi, dan tentu saja mengambil risiko menjalankan hal-hal tersebut. Karakteristik eksperimen dan inovasi biasanya bergerak di luar atau bahkan melawan arus besar yang ada. Perubahan-

perubahan signifikan memang hanya bisa ditempuh dengan mempertimbangkan langkah-langkah semacam ini. Sebab, bergerak melawan arus biasanya ditakuti oleh perusahaan-perusahaan yang laju pertumbuhannya sudah sedemikian stabil. Jika pada jalur tersebut ada peluang besar, maka hanya perusahaan yang berani ambil risiko bergerak melawan arus sajalah yang bakal menikmati kejutan-kejutan besar.

### **Menyongsong Kemenangan**

Nah, dalam menerapkan manajemen krisis serta berbagai perubahan dalam perusahaan, Nur Kuntjoro menegaskan supaya seluruh tim manajemen fokus pada usaha-usaha pemercepatan perubahan dan tujuan-tujuan yang hendak diraih. “Jadi tidak ada yang dipikirkan selain kerja keras dan kerja keras, membenahi berbagai sektor, dan melakukan strategi-strategi baru dengan sangat cepat dan rapi. Fokus pada tujuan bahwa perusahaan harus segera bergerak ke arah profit. Jika tidak fokus, maka energi yang terbuang percuma akan banyak sekali. Dan situasi ini bisa semakin menjauhkan kita dari tujuan semula,” jelasnya.

Berikutnya, hari demi hari diisi dengan kerja penuh konsentrasi seolah kemenangan itu sudah ada di depan mata. “Harus ada persistensi dan determinasi. Tidak ada kata mundur... harus terus maju. Ibaratnya menghadapi perang, kapal untuk pulang sudah dibakar. Jadi, satu-satunya jalan untuk pulang adalah menang perang. Satu-satunya harapan untuk survive adalah perusahaan harus meraih profit yang tinggi,” tegas Nur Kuntjoro. Menurutnya, situasi psikologis semacam ini akan memberikan motivasi yang tinggi kepada seluruh organisasi perusahaan.

Masih banyak hal yang harus dilakukan perusahaan yang merugi atau stagnan namun bermaksud membalikkan keadaan menjadi untung. Di antaranya ada masalah-masalah keuangan perusahaan yang harus ditata dengan lebih cermat lagi. Model bisnis ini tidak sekadar berfokus pada peningkatan *sales* dan mengurangi biaya operasional. Usaha ini merupakan strategi terintegrasi yang melibatkan unsur penelaahan penjualan, *product mix*, *margin mix*, AP, AR, *inventory*, *operating expenses*, dan semua aspek lainnya.

Begitu banyak yang disampaikan dalam seminar sehari yang sesungguhnya merupakan materi seminar intensif selama seminggu lebih itu. Bagi perusahaan-perusahaan DS/MLM yang mampu memanfaatkan dan mengaplikasikan model strategi *business turnaround and profit improvement*, barangkali peluang untuk meningkatkan profit perusahaan menjadi lebih terbuka. Semoga!(ez)

Ronny F. Ronodirdjo

## Manfaat Hipnotis Bagi Praktisi *Direct Selling*/MLM



Foto: Dokpri

Belakangan soal hipnotis banyak diperbincangkan oleh praktisi pemasaran dan penjualan. Banyak *workshop*, seminar, atau pelatihan diadakan untuk membekali para praktisi mengembangkan kemampuan mereka. Adakah relevansi ilmu yang sedang “in” ini dengan dunia *direct selling*? Untuk membahas topik yang menarik ini, Edy Zaqus dari *INFO APLI* secara khusus mewawancarai Ronny F. Ronodirdjo, seorang praktisi NLP dan hipnoterapi. Alumni Fakultas Psikologi UGM yang mendalami NLP sejak tahun 2000 ini pernah berkarier di dunia asuransi, periklanan, riset dan intelijensi pemasaran, staf pengajar, serta anggota tim media komunikasi semasa pemerintahan mantan Presiden Abdurrahman Wahid. Pemegang sejumlah sertifikat NLP telah melatih ribuan orang dalam berbagai pelatihan sejak tahun 2000. Berikut petikan wawancaranya:

### Sebenarnya apa pengertian hipnotis?

Hipnotis berasal dari kata *hypnos* yang artinya tidur, namun hipnotis itu sendiri bukanlah tidur. Secara sederhana, yaitu fenomena yang mirip tidur, di mana alam bawah sadar lebih mengambil peranan dan alam sadar berkurang peranannya. Pada kondisi ini seseorang menjadi sangat sugestif (mudah dipengaruhi), karena alam bawah sadar yang seharusnya menjadi filter *logic* sudah tidak lagi mengambil peranan. Seseorang yang terhipnotis sebetulnya pada kondisi sangat terkonsentrasi yang sangat fokus.

### Hipnotis sering diidentikkan dengan kejahatan gendam. Apa bedanya?

Pada prinsipnya untuk mengakses alam bawah sadar seseorang bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai teknik. Semisal teknik verbal (sugesti), teknik relaksasi progresif, teknik penggunaan energi, teknik visualisasi, dan teknik mistik (supranatural, baik ilmu hitam maupun putih). Semua teknik diatas disebut sebagai teknik hipnotis. Pada umumnya kesuksesan penggunaan teknik hipnotis

memerlukan kerjasama antara penghipnotis dan yang dihipnotis. Artinya seseorang bisa saja menolak untuk dihipnotis dengan cara ini. Sebenarnya tidak ada yang namanya orang menghipnotis orang lain. Yang sebenarnya adalah seseorang menghipnosis diri sendiri dengan dibantu oleh orang lain (penghipnotis) sebagai fasilitatornya. Semua proses hipnotis adalah *self hipnosys*, yang dipandu (difasilitasi) oleh seorang penghipnotis.

Sedangkan untuk teknik mistik, tidak diperlukan kerjasama antara penghipnotis dengan yang dihipnotis. Di sini pelaku menggunakan kekuatan supranaturalnya untuk mengakses alam bawah sadar orang lain. Umumnya teknik ini dikenal sebagai ilmu gendam, *cablek*, dan lain-lain yaitu menggunakan azimat dan mantra tertentu yang diperoleh melalui laku (ritual atau prosesi mistis) tertentu.

Memang ada juga kejahatan yang menggunakan hipnotis dan tidak menggunakan ilmu gendam (mistik), namun menggunakan kekuatan kata-kata. Biasanya ini dilakukan pada orang yang mudah dibuat bingung, saat di terminal, dan keramaian.

### Apakah ilmu hipnotis ini ada dasar ilmiahnya? Jelaskan!

Sejak tahun 1815, Abbe Jose Castodi de Faria, sudah melakukan penelitian hipnotis secara ilmiah. Dilanjutkan berbagai tokoh semacam Emile Coué, Dr. James Braid (1848), Milton Erickson, MD dan sebagainya. Tahun 1955, British Medical Association (sekarang disebut BHA atau British Hypnotherapy Association) mengesahkan *hypnotherapy* sebagai “*valid medical treatment*”. Tahun 1958, American Medical Association (AMA) men-*support hypnotherapy* untuk keperluan medis. Setelah 1950, banyak berdiri asosiasi profesional di berbagai negara.

### Belakangan hipnotis dimanfaatkan sebagai salah satu teknik pengembangan diri. Apakah hal itu mungkin?

Ya, jelas bisa. Pada umumnya, program pengembangan diri terkadang gagal karena individu tidak berhasil meyakinkan diri sendiri untuk berubah karena mengalami yang namanya “*self-sabotage*”. Proses *self sabotage* adalah proses di mana alam sadar menyabot proses mental yang tengah

---

dilakukan seseorang pada saat ia ingin melakukan perubahan diri.

Misal: seseorang melakukan afirmasi di depan kaca dan mengatakan “Saya orang yang sukses” sebanyak 100 kali, namun setiap kali ia mengatakan itu, di sisi pikirannya terbersit suatu keraguan, kesangsian, “Masak sih, selama ini saya toh gagal...” Nah, pikiran ini berasal dari fungsi alam sadar yang terus-menerus mengontrol dan mengkritisi segala sesuatu yang masuk ke pikiran. Jadi di sini, alam sadar justru mensabotase kehendak kita untuk berubah, dengan cara menyajikan berbagai “realitas” dan “fakta lampau” bahwa kita bukanlah orang yang sukses.

### **Saat ini sejumlah trainer atau *coach* menawarkan hipnotis untuk membantu para pemasar atau penjual. Apakah bisa?**

“Bisa!” Hipnotis bisa dimanfaatkan dalam dua aspek; pertama, menghipnotis si *sales person* untuk *self improvement*, dan kedua menghipnotis orang lain (*customer*) agar lebih percaya dengan si penjual. Pertama, dalam pelatihan yang saya lakukan, misalnya saya menghipnotis *trainee* agar tidak fobia menelepon atau fobia *prospecting*. Hipnotis juga bisa membuatnya lebih percaya diri saat presentasi, lebih percaya akan goal pribadinya, lebih berenergi, dst.

Kedua, hipnotis verbal atau yang dikenal dengan teknik sugesti (*indirect communication*). Secara sederhana, teknik ini menggunakan pola-pola bahasa tertentu (*hypnotic language pattern*) untuk mengakses pikiran bawah sadar lawan bicara sehingga bisa dipengaruhi. Di sini seorang sales belajar menggunakan pola-pola kata yang berkekuatan sugesti untuk mempengaruhi prospek agar membeli.

Contoh yang sering dipakai didunia DS/MLM atau asuransi adalah yang disebut dengan “*double binding*”, yaitu mengarahkan pikiran prospek untuk memilih A atau B yang keduanya berarti membeli, dan jangan sampai berpikir tidak membeli. Misalnya, penjual bertanya: “Mau beli berapa kilo?”, “Mau dibawa sendiri atau diantar”, “Anda mau mengambil produk paket yang ada diskon tambahan atau memilih kombinasi produk sendiri?”, dan seterusnya.

### **Apakah hal itu tidak bertentangan dengan moral dan etika bisnis?**

Dengan menggunakan pola kata hipnotis, maka seseorang prospek akan menjadi lebih “lunak” dan sugestif sehingga ia mau membeli produk atau jasa itu. Pada saat ia tahu bahwa produk atau jasa tadi ternyata memang dia sangat perlukan, maka ia akan berterima kasih. Disini jelas terlihat bahwa apabila seorang *salesperson* menjual produk atau jasa yang kualitasnya buruk, namun ia menggunakan bahasa hipnotis, maka ini tidak beda dengan bunuh diri. Karena cepat atau lambat kastemernya akan

menyadari bahwa ia tidak mendapatkan janji seperti yang disampaikan si *salesperson*. Jadi penggunaan bahasa hipnotis untuk marketing atau sales seharusnya dalam batas koridor untuk membantu seseorang supaya berani dan siap untuk segera mengambil keputusan membeli.

### **Menurut anda, apakah hipnotis ini bisa benar-benar dimanfaatkan secara sehat dan maksimal dalam pengembangan bisnis seseorang?**

Bisa! Gunakanlah hipnotis untuk menghipnotis diri Anda sendiri. Terutama untuk meng-*install* berbagai sikap positif, perilaku asertif, percaya diri, dll.

### **Hal apa yang bisa dimanfaatkan oleh pelaku DS/MLM?**

Dalam dunia *direct selling*, beberapa tantangan terbesar seorang *salesperson* adalah; 1) *Self motivating* (selalu bisa memotivasi diri) dan *self determination* (punya goal yang jelas); 2) *State management* (selalu bisa mengelola kondisi pikiran dan mentalnya, yang akan menghadapi penolakan, keberatan, pelecehan, penghinaan dan ditinggalkan oleh grup). 2) *Positive self image* (selalu bisa melihat diri sendiri positif dan tidak melakukan *self depreciation*, atau *self blaming*, dst). 3) *Positive Belief System* (selalu percaya bahwa apa yang dijualnya adalah sesuatu yang positif, berguna, dan dalam rangka menolong orang lain supaya lebih baik, lebih mudah, lebih sukses kehidupannya – bukannya menjebak orang supaya membeli agar dirinya mendapat komisi. 4) *Rapport Skill* (selalu bisa memiliki kemampuan membina hubungan yang baik dengan mitra kerja dan prospek). 5) *Persuasion skill* dan *handling objection*.

Bisa dilihat, dari seluruh poin di atas, kita bisa menggunakan hipnotis dengan sangat efektif. Hipnotis justru ditujukan pada diri si *salesperson*. Sedangkan hanya dua poin terakhir kita memanfaatkan pola bahasa hipnotis untuk mempengaruhi orang lain (dengan tujuan baik).

### **Saran anda bagi para penjual langsung yang ingin mencoba teknik hipnotis ini?**

Ikuti pelatihan atau dapatkan bimbingan dari *coach* atau trainer yang berlisensi jelas. Gunakan hipnotis untuk memperbaiki kualitas diri, jauh lebih penting dari pada untuk mempengaruhi prospek. Ingat pameo yang mengatakan “*Prospect buy you, not your products*”. Hindari membohongi prospek dengan cara apa pun, baik cara hipnotis maupun non hipnotis. Juallah produk yang memang berkualitas, sehingga tidak menjadi bumerang bagi Anda.□



Foto: www.JennieSBev.Com

## Sepuluh Unsur Kepribadian *Billionaire*

Minggu lalu saya berada di New York City, tepatnya Manhattan, yang jaraknya kurang lebih 2500 mil dari kediaman saya di San Francisco Bay Area. Seorang “mogul” alias pengusaha kelas kakap yang berteman dekat dengan Donald Trump memanggil saya untuk membantunya dalam mendirikan divisi baru institusi pendidikannya yang sudah mendunia. Sebutlah namanya Mr. JC.

Sebagai seorang konsultan yang sering mendengar nama Mr. JC ini disebut-sebut, tentu saja saya sangat girang ketika dikontak oleh asistennya untuk mengunjungi Si Mogul ini untuk *business meeting*. Dengan harap-harap cemas saya mempersiapkan segala sesuatunya agar presentasi saya nanti tidak memalukan. Namanya saja berbisnis dengan seorang pengusaha kelas kakap. Siapalah saya ini di matanya.

Ternyata, di luar dugaan saya, Mr. JC sangat ramah dan informal. Kecerdasannya tampak jelas dari “*being comfortable in his own skin*.” Ia sangat nyaman dengan dirinya sendiri, tidak ada unsur intimidasi maupun berusaha tampak lebih cerdas daripada lawan bicaranya. Sungguh saya sangat terkesan.

Selama kurang lebih 6 jam perjalanan pulang di pesawat, saya banyak merenungkan pertemuan ini, terutama mengenai kepribadian Mr. JC yang sangat menawan. Otak saya yang gemar melakukan studi komparasi kembali bekerja. Satu per satu wajah orang-orang sukses muncul di benak saya. Wah, ternyata banyak sekali kemiripan sifat dan perilaku mereka dengan Mr. JC, yang tampaknya sangat bertolak belakang dengan sifat-sifat dan perilaku mereka yang kurang berhasil.

Sepuluh unsur kepribadian seorang *billionaire* yang saya sarikan berdasarkan komunikasi dan pergaulan pribadi dengan para *billionaires* dan beberapa pengusaha sukses adalah sebagai berikut:

### 1. Keberanian Berinisiatif

Di sinilah letak keunikan utama pengusaha kelas kakap dunia. Mereka selalu punya ide-ide jenial. Sebagai contoh, lihat saja si Raja Real Estate, kebangkitannya dari bangkrut beberapa tahun yang lalu sekarang sudah membuahkan lebih dari sekedar kerajaan properti belaka. Ada boneka Donald, ada seri TV *The Apprentice*, ada online university *TrumpUniversity.com*, bahkan ada t-shirt “*You’re Fired*” dan buku-buku *best seller*-nya. Semua berangkat dari inisiatif belaka, yang bisa kita pelajari dan tiru.

### 2. Tepat Waktu

Selalu menepati janji dan tepat waktu karena ini adalah bukti kemampuan memenej sesuatu yang paling terbatas di dalam hidup kita, yaitu waktu. Kemampuan untuk hadir sesuai janji adalah kunci dari semua keberhasilan, terutama keberhasilan berbisnis. Respek terhadap waktu merupakan pencerminan dari respek terhadap diri sendiri dan partner bisnis.

### 3. Senang Melayani dan Memberi

Seorang *billionaire* pasti mempunyai kepribadian sebagai pemimpin dan seorang pemimpin adalah pelayan dan pemberi. *The more you give to others, the more respect you get in return*. Syukur-syukur kalau ada karma baik sehingga mendapat kebaikan juga dari orang lain. Paling tidak dengan memberi dan melayani, kita sudah menunjukkan kepada dunia betapa berlimpahnya kita. Alam bawah sadar kita akan terus membentuk *blue print* sukses berdasarkan kemampuan memberi ini.

### 4. Membuka Diri

Pernah Anda bertemu orang yang selalu mau bertanya soal hal-hal pribadi tentang orang lain namun tidak pernah mau membuka diri? Mereka biasanya hidup dalam ketakutan dan kecurigaan, yang pasti mereka akan sangat sulit untuk mencapai kesuksesan karena dua hal ini adalah lawan dari unsur-unsur yang membangun sukses. Rasa percaya dan kebesaran hati untuk membuka diri terhadap lawan bicara merupakan cermin bahwa kita nyaman dengan diri sendiri, lantas tidak ada yang perlu ditutupi, sesuatu yang dicari oleh para *partner* bisnis sejati. (Siapa yang mau bekerja sama dengan orang yang misterius?)

### 5. Senang Bekerja Sama dan Membina Hubungan Baik

*Teamwork* jelas adalah salah satu kunci keberhasilan utama. Donald Trump dan Martha Stewart pun mempunyai tim-tim mereka yang sangat loyal sehingga mereka bisa mencapai sukses luar biasa. “*No man is an island*,” kita semua perlu membangun *network* kerja yang baik, sehingga jalan menuju sukses semakin terbuka lebar.

### 6. Senang Mempelajari Hal Baru

Kembali kita mengambil contoh Pak Trump yang baru saja membuka *online university*. Apakah beliau adalah ahli pendidikan? Seorang profesor? Jelas tidak, namun dengan

kegemarannya mencari hal-hal baru serta langsung mengaplikasikannya, maka dunia bisnis semakin terbuka luas baginya. Dunia bisnis baginya adalah tempat bermain yang luas dan tidak terbatas. Kuncinya hanya satu: senang belajar dan mencari hal-hal baru.

### 7. Jarang Mengeluh dan Profesional

Lance Armstrong pernah berkata, “*There are two kinds of days: good days and great days.*” Hanya ada dua macam hari: hari yang baik dan hari yang sangat baik. Jangan sekali-kali mengeluh di dalam bisnis, walaupun suatu hari mungkin Anda akan jatuh dan gagal. Mengapa? Karena setiap kali gagal adalah kesempatan untuk belajar mengatasi kegagalan itu sendiri sehingga tidak terulang lagi di kemudian hari. Hari di mana Anda gagal tetap adalah *a good day* (hari yang baik).

### 8. Berani Menanggung Risiko

Jelas, tanpa ini tidak ada kesempatan sama sekali untuk menuju sukses. Sebenarnya setiap hari kita menanggung risiko, walaupun tidak disadari penuh. Risiko hanyalah akan berakibat dua macam: *be a good or a great day* (lihat di atas). So, untuk apa takut? Kegagalan pun hanyalah kesempatan belajar untuk tidak mengulangi hal yang sama di kemudian hari, kan?

### 9. Berpikir Positif Setiap Saat

Berpikir positif adalah *environment* atau *default state* di mana keseluruhan eksistensi kita berada. Jika kita gunakan pikiran negatif sebagai *default state*, maka semua perbuatan kita akan berdasarkan ini (kekhawatiran atau cemas). Dengan pikiran positif, maka perbuatan kita akan didasarkan oleh getaran positif, sehingga hal positif akan semakin besar kemungkinannya.

### 10. 'Comfortable in Their Own Skin'

Artinya alias nyaman dengan diri sendiri tanpa perlu berusaha menutup-nutupi sesuatu maupun supaya tampak “lebih” dari lawan bicaranya. Pernah bertemu dengan *billionaire* yang rendah diri alias tidak nyaman dengan diri mereka sendiri? Saya yakin tidak ada. Kenyamanan menjadi diri sendiri tidak perlu ditutup-tutupi supaya lawan bicara tidak tersinggung karena setiap orang mempunyai tempat tersendiri di dunia yang tidak bisa digantikan oleh orang lain.

Saya adalah saya, mereka adalah mereka. Dengan menjadi diri saya sendiri, saya tidak akan mengusik keberadaan mereka. Jika mereka merasa tidak nyaman, itu bukan karena kepribadian saya, namun karena *mindset* yang berbeda dan kekurangmampuan mereka dalam mencapai kenyamanan dengan diri sendiri. Apakah Anda mempunyai kepribadian seorang *billionaire*? □

\* Jennie S. Bev adalah seorang pengusaha, konsultan bisnis, educator, dan penulis buku yang tinggal di Kalifornia, AS.

## SEKILAS DUNIA

### Keturunan Kamboja Dimakan Piramid

Sebuah program piramid yang menyasar ratusan warga AS keturunan Kamboja baru saja ditutup dan tiga operatornya ditangkap, demikian laporan *Boston.Com* (16/11). Jika terbukti bersalah, ketiga pelaku piramid itu, yaitu Christian Rochon, James Bunchan, dan Seng Tan, akan dijatuhi hukuman maksimal 20 tahun penjara. Ketiganya adalah prinsipal dari World Marketing Direct Selling Inc dan sebuah perusahaan afiliasi bernama OneUniverseOnline Inc. Mereka menawarkan kepada korban imbal hasil sebesar 2.400 dolar AS begitu bergabung, serta 300 dolar setiap bulan seumur hidup, hanya dengan investasi sebesar 26.000 dolar. Dari ratusan korban imigran Kamboja itu, pelaku berhasil mengeruk uang sebesar 5 juta dolar AS. Seorang agen FBI, Joseph Consoli menyatakan, ketiga orang tersebut mengoperasikan skema piramid klasik (*ponzy scheme*). “Prinsipnya, mereka membayar investor terdahulu dengan uang investor yang bergabung belakangan.” Jadi, gali lubang tutup lubang.\*

### Keturunan Filipina Tertipu Piramid

Bekas penduduk Chula Vista dinyatakan terbukti bersalah karena telah mengoperasikan skema piramid yang menelan 425 warga keturunan Filipina yang tinggal di South Bay. Kerugian yang diderita ratusan korban itu diperkirakan sebesar 25 juta dolar AS. Tersangka yang juga keturunan Filipina bernama Edmundo Rubi (47) itu menjanjikan ke korban —yang rata-rata adalah perawat dan pensiunan angkatan laut— keuntungan sebesar 6 persen per bulan. Ia berhasil mendekati para korban saat mereka beraktivitas di sejumlah gereja di Chula Vista. Piramid Rubi beroperasi sejak 1998 di bawah payung Knights Express Ltd dan Djmler Enterprise Ltd. Ia sendiri baru ditangkap tahun 2003 di Filipina. Lalu ia diseret ke San Diego untuk mempertanggungjawabkan perbuatannya. Pengadilan San Diego menjatuhinya hukuman kurang dari 6 tahun. Sementara mitra bisnis Rubi, yaitu Genaro M. Aquino (54) juga dinyatakan bersalah pada pertengahan Oktober lalu. Demikian diberitakan *Signonsandiego.com* (15/11).\*

### Jones Apparel Group Meluncurkan Direct Selling

Sebuah program *direct selling* bernama Million Wishes baru saja diluncurkan oleh Jones Apparel Group Inc., tanggal 24 Oktober 2005 lalu. Jones Apparel Group Inc adalah sebuah perusahaan fesyen terkemuka yang masuk dalam daftar Fortune 500. Jones Apparel Group meluncurkan Million Wishes karena membidik pangsa pasar perempuan yang haus akan tren mode dan aksesoris, namun sekaligus menawarkan *income opportunity* kepada mereka. Million Wishes akan menawarkan produk-produk fesyen terutama sekali aksesoris-aksesoris terbaru yang akan dipasarkan dengan sistem *party selling*. Namun tidak seperti *party selling* lainnya, untuk memangkas biaya dan alasan efisiensi, perusahaan ini akan mengirim barang pesanan langsung ke alamat konsumen. Tahun depan, Million Wishes menargetkan dapat merekrut 3.000 member dan 9.000 member tiga tahun kemudian. Rencananya, katalog pertama yang berisi 200-300 jenis produk akan diluncurkan pada Maret 2006 nanti. “Million Wishes menawarkan peluang untuk menjadi wirausahawati kepada seluruh wanita di negeri ini, sekaligus menikmati kehidupan pribadi mereka,” ungkap Betty Palm, pimpinan Million Wishes, demikian dilaporkan *PRNewswire*.\*

## **Membedakan Bisnis DS/MLM dengan *Money Game***

*Pelaku DS/MLM wajib mengetahui perbedaan mendasar antara bisnis yang sah dengan bisnis tipu-tipu seperti skema piramid atau money game.*

Musuh bebuyutan industri DS/MLM adalah program skema piramid dan *money game*. Keduanya selalu muncul pada saat industri ini mengalami perkembangan. Di negara mana pun hal itu terjadi, di mana pada saat industri DS/MLM berkembang dan menaruh minat banyak orang, maka skema piramid dan *money game* memboncengi tren tersebut untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya dan dalam tempo yang sesingkat-singkatnya.

Memang, ada beberapa unsur yang sama-sama terdapat dalam bisnis DS/MLM murni maupun di program penipuan skema piramid dan *money game*. Semuanya menawarkan peluang mendapatkan penghasilan yang besar, menawarkan produk, menggunakan rekrut sebagai pemercepat pertumbuhan bisnis, dan memanfaatkan model *personal selling* atau *direct marketing*.

Walau begitu, ada perbedaan sangat mendasar di antara program-program bisnis ini. Bisnis DS/MLM jelas menawarkan peluang usaha untuk jangka panjang atau berkesinambungan. Perspektifnya adalah menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara perusahaan penyelenggara dengan member atau mitra usahanya. Perusahaan berkepentingan menjual produk melalui member, sementara member mendapatkan peluang usaha dan penghasilan yang layak dari usahanya itu. Sifat hubungan simbiosis mutualis inilah yang membuat program DS/MLM dapat bertahan lama dan bisa berkembang ke mana-mana. Bahkan tak sedikit dari perusahaan-perusahaan DS/MLM yang berhasil bertahan hingga puluhan tahun dan member yang berprestasi bisa mewariskan usahanya tersebut.

Ini sangat berbeda dengan program-program skema piramid atau *money game* yang biasanya berorientasi jangka pendek, yaitu keuntungan sebesar-besarnya dalam waktu sesingkat-singkatnya, serta dengan mengorbankan orang sebanyak-banyaknya. Tak heran jika program-program seperti ini sifatnya *hit and run*. Habis menipu di suatu tempat, segera mereka beralih (lari) ke tempat lain untuk membuka program baru. Dibuka lalu mengeruk untung sebanyak-banyaknya, lalu segera ditutup dan membuka lagi program baru dengan

tujuan yang sama. Para pelakunya biasanya ya itu-itu saja, yakni para pendukung dan maniak *money game*.

Perusahaan-perusahaan DS/MLM yang benar berinvestasi cukup besar dalam operasional maupun pengembangan kemampuan para membernya. Semisal dengan memberikan training dan motivasi, produk-produk yang bagus, *reward and recognition*, sistem kompensasi yang *fair*, sistem *money back guarantee* dan *buy back guarantee*. Tujuannya jelas, yaitu terbinanya sebuah hubungan bisnis yang bersifat kemitraan, saling menguntungkan, dan jangka panjang.

Program-program skema piramid pun kadang melakukan hal yang sama (kecuali tiga hal terakhir di atas), tapi dengan tujuan pasti yaitu mengeruk keuntungan sebanyak-banyaknya dari member-member yang baru bergabung. Karena tujuan tersebut, langkah-langkah yang mirip dengan bisnis DS/MLM murni pun sesungguhnya sama saja hanya sebagai kedok atau kamufase. Tak heran jika skema piramid dan *money game* sifatnya *hit and run*. Mereka akan berusaha keras untuk mendapatkan hasil sebanyak-banyaknya dalam waktu secepat-cepatnya dan kemudian lari untuk membuat program sejenis di tempat lain.

Nah, baik DS/MLM murni maupun skema piramid dan *money game*, semuanya memanfaatkan rekrut member baru dan penjenjangan. Hanya saja, DS/MLM murni menggunakan rekrut sebagai alat untuk membangun jaringan pelanggan (member) supaya kemudian terbentuk sebuah organisasi bisnis yang solid dan produktif (berkemampuan menjual produk). Dari produktivitas member inilah si penyelenggara DS/MLM murni mendapatkan keuntungan dan memberikan penghasilan yang layak kepada anggotanya.

Ini sangat berbeda dengan skema piramid dan *money game* yang menggunakan uang member yang direkrut sebagai satu-satunya sumber penghasilan. Alhasil, bukan jaringan pelanggan atau organisasi penjualan yang hendak dibentuk, tetapi jaringan korban. Sebab, untuk eksis, sebuah program skema piramid atau *money game* harus selalu menambah member baru atau membuat membernya terus-menerus menanamkan uangnya. (ez)

## 5 Prinsip Mendeteksi *Money Game*

*Money game* adalah musuh utama para pelaku DS/MLM. Tidak saja memakan korban, program ilegal ini juga menjatuhkan citra positif industri DS/MLM. Maka, kemampuan mengenali skema piramid dan *money game* harus dikuasai oleh pebisnis DS/MLM supaya tidak terjebak atau menjadi korban. Sesungguhnya ada beberapa prinsip dasar yang bisa dijadikan pegangan untuk mengenali dan membuka kedok skema piramid dan *money game*. Berikut di antaranya:

### 1. Janji Penghasilan Besar

Ciri utama skema piramid dan *money game* adalah menjanjikan penghasilan yang sangat besar, dengan modal tak seberapa dibanding kelipatan hasilnya dalam waktu cepat, serta dengan usaha yang hampir nol. Misalnya, sebuah program *money game* menjanjikan keuntungan hingga 300% dalam waktu enam bulan. Sementara pada saat yang sama, bunga bank hanya berkisar 10-15% setahun. Uang yang ditanam dijanjikan akan kembali berlipat-lipat dalam waktu sangat cepat. Terkadang memang harus ada usaha tertentu yang harus dilakukan untuk terpenuhinya syarat mendapatkan hasil sebagaimana yang diinginkan. Namun, program semacam ini selalu menggoda mangsanya dengan cara memunculkan kesan bahwa uang besar itu bisa didapat dengan sangat mudah.

### 2. Fokus Merekrut

Khususnya pada program skema piramid, merekrut adalah kewajiban mutlak jika seorang peserta ingin mendapatkan hasil besar. Tidak seperti bisnis DS/MLM yang menjadikan rekrut sebagai strategi untuk memperkuat organisasi penjualan. Merekrut di program skema piramid atau *money game* digunakan sebagai satu-satunya cara untuk mendapatkan penghasilan. Oleh sebab itu, jika tidak ingin rugi maka rekrut adalah wajib. Mengapa? Karena rekrut adalah sumber utama penghasilan program piramid. Artinya, para pendaftar belakanganlah yang harus membayar penghasilan peserta sebelumnya, begitu seterusnya. Sebab itu, seperti kata pakar *money game* Ir. Widarto Wirawan, jika seseorang yang ikut sebuah program merasa rugi bila tidak merekrut, maka dia perlu waspada karena bisa jadi yang bersangkutan sudah terjebak dalam skema piramid.

### 3. Kedok Produk

Skema piramid dan *money game*, sama seperti bisnis DS/MLM murni, juga memiliki produk. Tetapi jangan salah sangka. Produk skema piramid dan *money game* ditujukan sebagai kedok atau kamufase belaka bagi program penipuannya. Bukan sepenuhnya ditujukan untuk memberi kemanfaatan maksimal bagi konsumen. Oleh karenanya, banyak produk-produk yang dijual itu rendah kualitasnya dan harganya sudah di-*mark up* sedemikian rupa agar memberikan keuntungan maksimal bagi si penyelenggara. Di Indonesia, barang seperti kaos oblong, jeans, jam tangan, lukisan, koin, dll, pernah dijadikan kedok oleh pelaku skema piramid dan *money game*. Di luar negeri, produk yang dijadikan kedok antara lain sertifikat, keanggotaan klub, website, koin, kartu telepon, dll.

### 4. Heboh di Awal

Hampir semua program skema piramid dan *money game* bersekala besar dipromosikan secara menghebohkan di awal-awalnya. Untuk menarik minat banyak orang, tak jarang tokoh-tokoh penting (pejabat/mantan, selebritis, pemuka agama/masyarakat, akademisi) dipasang sebagai pengurus, anggota, atau peng-*endorse* program tersebut. Orang-orang inilah yang mengabsahkan ketiga poin sebelumnya supaya calon peserta merasa aman dan kemudian berlomba-lomba menanamkan uangnya. Tak mengherankan jika di awal operasinya akan banyak sekali orang bergabung di program ini. Kemudian sedikit-demi sedikit anggota baru menyusut seiring dengan ketidakmampuan penyelenggara untuk membayar janji-janji atau karena sebab-sebab ketidakberesan lainnya.

### 5. Pasti Runtuh

Dengan perhitungan matematika sederhana, maka tidak akan ada program skema piramid dan *money game* yang bisa bertahan lama. Sebab, semakin lama program ini beroperasi, maka semakin besar pula beban yang harus mereka bayar kepada peserta. Alhasil, strategi 'pemadam kebakaran' yang hampir pasti dipakai untuk menyiasati situasi itu adalah dengan mengubah peraturan, menunda pembayaran, mengurangi persentase hasil, menolak mengembalikan investasi, memberikan program baru dengan iming-iming lebih besar (untuk menunda penarikan uang), atau malah kabur ke luar negeri dan melarikan modal yang sudah terkumpul. Inilah yang terjadi pada kasus *money game* ala BMA, Promail, dan terakhir Probest.(ez)

# *Money Game*

## **Berkedok Bisnis BBM**

***Money game atau skema piramid bisa berkedok bisnis apa saja. Mulai dari MLM, investasi, agrobisnis, perdagangan barang koleksi, internet marketing, dll.***

Siapa sih yang tidak tergiur ketika ditawarkan sebuah peluang bisnis yang dapat memberikan imbal hasil antara 15-20 persen per bulan atau 180-240 persen per tahun? Apalagi bila pada saat yang sama bank-bank resmi hanya memberikan bunga pada kisaran 5-8 persen per tahun. Rasanya, tak bakalan ada orang yang mau menampik peluang tersebut. Ambil saja deposito di bank yang hanya memberikan bunga sangat kecil dan masih dipotong pajak lagi. Kalau tidak punya uang tunai, pinjam saja di bank lalu ditanamkan di bisnis tersebut. Toh imbal hasilnya jauh berlipat ganda.

Namun hati-hati! Sifat manusia pada umumnya, yang menginginkan hasil sebesar-besarnya dengan usaha sekecil-kecilnya, atau tanpa usaha sama sekali, selalu dimanfaatkan oleh para penipu. Akibatnya, kekurangwaspadaan seperti itu hanya akan membuat orang yang bersangkutan menderita kerugian besar dan menyesal berkepanjangan. Itu pula yang lagi-lagi terjadi pada sejumlah investor di Bandung, Jawa Barat yang menderita kerugian antara Rp400-800 miliar. Kali ini, pelakunya adalah Dedi Hanurawan (45) dengan bendera PT Cita Hidayat Komunikaputra. Dedi yang juga seorang pembalap nasional ini menyelenggarakan praktek *money game* berkedok bisnis BBM. Kasus yang terungkap sekitar bulan Oktober 2005 ini memiliki pola operasi yang sama serta tipikal korban yang sama seperti kasus-kasus *money game* sebelumnya.

### **Daya Tarik Janji**

Sebuah pola penipuan yang sebenarnya bisa diwaspadai oleh para investor supaya tidak tertipu adalah dengan meneliti betul janji-janji si operator *money game*. Hampir dipastikan, pelaku *money game* selalu dan sudah pasti akan menjanjikan keuntungan berlipat ganda melebihi batas kewajaran. Pola itu pula yang digunakan oleh Dedi ketika memperkenalkan bisnisnya

pada tahun 1998. PT Cita Hidayat Komunikaputra yang didirikannya tahun itu diklaim menjalankan bisnis BBM, penjualan oli berbagai merek, serta sejumlah SPBU. Dedi mengaku membutuhkan tambahan modal untuk mempercepat laju pertumbuhan bisnisnya. Dan, dengan kepawaiannya membujuk, mulailah Dedi memanfaatkan janji imbal hasil menggiurkan untuk menarik minat calon investor.

Menurut *Detik.Com* (13/10/05), untuk meyakinkan calon investor, Dedi menjanjikan imbal hasil antara 15-20 persen per bulan dari uang yang diinvestasikan. Untuk menambah keyakinan calon korban, Dedi selalu menyelenggarakan acara pertemuan di hotel-hotel berbintang atau restoran-restoran mewah. Ditambah lagi dengan klaim bahwa Dedi mengenal sejumlah pejabat pemerintahan serta pejabat Pertamina yang mendukung bisnisnya. Klaim-klaim dan janji seperti itu tampaknya sanggup menembus batas rasionalitas calon korbannya. Dan tak lama kemudian, yaitu sekitar tahun 2002 bisnis Dedi telah beraset sekitar Rp100 miliar.

Pola berikut yang biasa digunakan para operator *money game* adalah dengan menguatkan keyakinan investor dengan cara memberikan apa yang sudah dijanjikan semula. Investor yang sudah menanamkan uangnya mendapatkan imbal hasil setiap bulannya persis seperti yang dijanjikan. Ada yang mendapatkan hasil antara Rp10-20 juta per bulan. Prosedurnya pun sangat mudah, yaitu tinggal menagih atau menelepon Dedi, lalu ditransferlah keuntungan bulanan seperti yang dijanjikan sebelumnya.

Pola di atas jelas akan membuat beberapa investor tertarik untuk meningkatkan jumlah investasinya dengan harapan akan mendapatkan hasil lebih besar lagi setiap bulannya. Biasanya pula, mereka akan bertestimoni dan mengajak rekan-rekan atau kerabatnya untuk bareng-bareng menanggung keuntungan di bisnis yang sangat

---

---

menjanjikan tersebut. Alhasil, dalam waktu singkat orang akan berbondong-bondong untuk menanamkan uangnya. Dan benar saja, aset bisnis Dedi terus berlipat ganda, dari semula sekitar Rp100 miliar, lalu tumbuh menjadi Rp200 miliar, Rp400 miliar, dan hingga mencapai Rp800 miliar.

### **Cari Tumbal**

Semua jenis praktek *money game* hampir selalu bisa diraba kapan dan akan bagaimana berakhirnya. Ketika uang yang masuk tidak sepadan lagi dengan beban bunga 15-20 persen yang harus dibayarkan kepada para investor, maka bencana pun tiba. Kebangkrutan *money game* selalu diawali dengan berkurangnya member baru (investor) yang bergabung. Akibatnya, operator akan kesulitan likuiditas dan mulailah pembayaran imbal hasil yang sebelumnya lancar-lancar saja kemudian jadi tersendat. Tanda-tanda ini bisa dilihat dari tertundatundanya pembayaran hasil investasi. Ketika si investor mulai sangsi, biasanya mereka segera ingin berhenti dari program dan meminta investasi pokok dikembalikan. Tapi ini tidak akan dikabulkan oleh penyelenggara dengan berbagai cara dan alasan.

Begitu juga yang terjadi dengan *money game* ala pembalap ini. Hanya dua tahun saja berjalan mulus, setelah itu tertatih-tatih dan mulai memakan korban. Awal 2004, pembayaran imbal hasil mulai sering terlambat dan awal 2005 akhirnya tidak ada lagi pembayaran kepada para investor. Seperti biasa, operator tiba-tiba sulit ditemui atau dihubungi. Sejumlah investor yang mencium gelagat buruk itu segera meminta pengembalian investasi mereka, namun permintaan mereka tidak dipenuhi.

Pada tahap ini, biasanya operator akan mencoba merayu investor untuk tidak mengambil investasi pokoknya atau menawarkan paket-paket investasi baru dengan janji penghasilan yang lebih besar. Syaratnya, mereka harus membawa investor atau lebih tepat disebut “korban” baru. Calon korban itulah yang harus “nombokin” pembayaran atau jadi tumbal. Begitulah prinsipnya, gali lubang tutup lubang!

Entah Dedi menawarkan paket-paket investasi baru atau tidak, tampaknya sejumlah investor mulai panik dan melaporkan kasusnya hingga ke Polda Jawa Barat. Tetapi anehnya, kasusnya mandeg di sana. Ditengarai ada yang tidak beres di sana karena isunya bisnis Dedi ini diikuti oleh banyak pejabat, jenderal, kepolisian, akademisi, dan sejumlah BUMN. Namun, kasus itu akhirnya tercium oleh Polwiltabes Bandung yang kemudian segera menahan Dedi mulai 29 September

2005. Kasus bergulir dan terungkaplah siapa saja yang menjadi korban *money game* BBM ini.

### **Dari BUMN Hingga Menteri**

Begitu Polwiltabes Bandung menahan Dedi dan berusaha keras mengungkap kasus tersebut, terbukalah fakta bahwa banyak pihak terlibat sebagai investor. Sejumlah BUMN seperti PT Pos Indonesia, PT Dirgantara Indonesia (DI), Kimia Farma, dan Bio Farma. Parahnya lagi, kalangan intelektual dari kampus dan pondok pesantren pun banyak yang terperosok dan jadi korban, di antaranya ada yang dari IAIN Bandung, Universitas Padjajaran, dan sebuah pesantren di Garut. Seorang investor yang mengaku kepada *Detik.com* (13/10/05) bahkan menyatakan bahwa Wakapolda Jabar, pejabat Mabes TNI, dan Menteri Dalam Negeri M. Ma'ruf juga ikut jadi korban.

Saat dikonfirmasi wartawan, sejumlah pihak yang kecipratan “abu hangat” karena namanya disebut-sebut itu segera membantah. Humas PT DI menyatakan bahwa PT DI tidak terlibat secara kelembagaan. Kerugian yang Rp15 miliar itu merupakan investasi sejumlah karyawan dan pensiunan secara pribadi. Sama dengan itu, PT Pos Indonesia juga membantah direktur utamanya atau lembaganya terlibat sebagai *investor money game* BBM ini. Diakui memang ada sejumlah karyawan yang jadi investor, namun itu bersifat perorangan. Sementara Mendagri M. Ma'ruf ketika dikonfirmasi oleh wartawan apakah dirinya terlibat dalam *money game* itu, ia menjawab, “Itu bukan saya. Tapi anak saya. Saya sudah lupa tahun berapa itu. Sudah lama sekali,” kata Ma'ruf (*Detik.com*, 15/10/05).

Hasil penelusuran Polwiltabes Bandung, aset yang berhasil didata hanya Rp400 miliar. Sementara aset Dedi yang disita sebagai barang bukti berupa enam unit kendaraan roda empat dan tiga SPBU. Polisi belum bisa mengungkap data lengkap mengingat hanya beberapa gelintir investor saja yang berani muncul untuk melaporkan kerugiannya. Menurut pengakuan pihak kepolisian, dan memang ini yang biasanya terjadi, para korban umumnya ingin uangnya kembali namun sangat malu melapor ke polisi.

Sekali lagi, inilah gambaran konkrit betapa masyarakat kita enggan belajar dari kasus yang sudah begitu sering terjadi itu. Dan pemerintah maupun DPR tetap belum tergerak untuk melirik pentingnya UU Anti Piramid dan Money Game. Tampaknya, baik pemerintah maupun DPR masih “butuh” lebih banyak korban lagi untuk meyakinkan diri bahwa UU itu perlu dibentuk. Ironis memang!(ez)

**Bukan Anggota APLI**

Dari artikel yang saya baca, untuk menghindari sistem piramida dan *money game*, APLI menganjurkan agar masyarakat memilih MLM yang telah menjadi anggota APLI. Apakah itu berarti MLM yang bukan anggota APLI ilegal? Padahal saya telah mengikuti salah satu MLM non anggota APLI. Tapi saya yakin sekali MLM yang saya ikuti tersebut sah (ijin IUPB). Dan setelah saya bandingkan, sama sekali berbeda dengan sistem piramida ataupun *money game*. Mohon kejelasannya.

**SELMA**  
10/6/2005

*Perusahaan MLM yang legal di Indonesia adalah jika perusahaan tersebut sudah memiliki IUPB yang dikeluarkan oleh Deperdag. Jadi bila perusahaan yang telah memiliki IUPB namun belum/bukan anggota APLI itu legal. Namun perlu diketahui bahwa APLI adalah asosiasi nasional dari perusahaan penjualan langsung yang mewakili kepentingan industri penjualan langsung di Indonesia, dan satu-satunya di Indonesia yang diakui oleh WFDSA (World Federation of Direct Selling Association). Bagi perusahaan MLM yang akan bergabung sebagai anggota APLI harus memenuhi beberapa persyaratan pokok serta mempresentasikan marketing plan-nya. Setelah jadi anggota APLI harus menjalankan bisnisnya sesuai kode etik APLI. Dalam hal ini APLI mempunyai Badan Pengawas Kode Etik terhadap perusahaan-perusahaan tersebut.*

**Untuk Tugas Seminar**

Saya, mahasiswa Unpar, membutuhkan data tentang peta persaingan industri MLM di Indonesia untuk membuat analisis persaingan industri MLM di Indonesia dalam rangka memenuhi tugas Seminar Manajemen Strategik dan Organisasi. Data yang dibutuhkan adalah seputar daftar perusahaan MLM, data penjualannya, pangsa pasar, pertumbuhan bisnis, jumlah distributor, dan lain-lain. Harapan saya semoga APLI dapat membantu saya untuk mengumpulkan data-data tersebut. Terima kasih.

**IWAN KUMALAPUTRA**  
10/26/2005

*Daftar perusahaan MLM anggota APLI dapat Anda lihat di website APLI: [www.apli.or.id](http://www.apli.or.id). Angka-angka penjualan adalah rahasia dapur masing-masing perusahaan. Jumlah distributor juga tidak bisa mereka umumkan.*

**Dikeluarkan dari APLI**

Sebab apa saja yang menjadikan suatu anggota tidak lagi menjadi anggota APLI? Misalnya UFO, dll. Terima kasih APLI.

**AGUS HERY**  
10/23/2005

*Perusahaan anggota APLI dapat berubah status menjadi bukan lagi anggota APLI karena: 1) Perusahaan menutup usahanya karena tidak mampu menjalankan usaha MLM. 2) Perusahaan beralih usahanya dari Direct Selling ke usaha retail. 3) Perusahaan mengundurkan diri atau dicabut keanggotaannya karena telah melanggar kode etik APLI.*

**Perlindungan Anggota MLM**

Yth, Pegurus APLI. Baru-baru ini kita mendengar salah satu MLM anggota Apli yaitu Forever Young Indonesia telah menghentikan aktivitas/TUTUP. Bagaimana payung HUKUM kepada para member yang bonusnya puluhan juta? Apakah akan hilang begitu saja tanpa ada kompromi? Kalau di usaha konvensional masih ada pesangon. Apakah APLI dibentuk juga untuk melindungi member pemain MLM? Saran saya APLI jangan hanya formalitas bagi perusahaan MLM, tapi pelindung anggota/member pemain MLM. Bayangkan seorang member membangun dengan waktu dan tenaga. Perusahaan MLM tutup seenaknya. Seperti halnya Asuransi, kan ada payung hukum terhadap nasabahnya? Terimakasih.

**SATYAWIRA**  
10/15/2005

*Sesuai dalam perjanjian antara perusahaan dan distributor sebelum bergabung bahwa dikatakan distributor MLM adalah mitra usaha perusahaan MLM yang berdiri sendiri (tidak mempunyai ikatan kerja). Bonus yang merupakan hak distributor yang belum dibayarkan atas apa yang dilakukan, akan diselesaikan oleh perusahaan tersebut. APLI merupakan asosiasi/wadah perusahaan-perusahaan Direct Selling/ MLM. Kami rasa perusahaan menutup usahanya karena kondisi yang tidak memungkinkan untuk melanjutkan usahanya, bukan hal yang "enak seenaknya" menutup suatu usaha yang telah dirintis bertahun-tahun.*

**MLM Riba?**

Saya adalah distributor MLM. Teman saya ada yang berpendapat bahwa MLM itu hukumnya riba. Bagaimana tanggapan APLI tentang hal ini?

**WAHYU IRAWAN**  
10/10/2005

*Menurut APLI, MLM yang benar atau murni tidak riba bukannya. MLM adalah usaha penjualan/perdagangan sama seperti usaha penjualan konvensional. Namun yang membedakan adalah MLM menggunakan sistem penjualan/pemasaran produk/jasa secara langsung kepada konsumen. Biasanya dari rumah ke rumah, di tempat arisan, atau tempat-tempat lain diluar lokasi permanen pengecer. Penjualan dilakukan dengan disertai penjelasan atau peragaan produk-produk oleh seorang penjual langsung (anggota MLM). Dalam usaha MLM, seorang distributor juga harus kerja keras untuk mendapatkan bonus. Lebih jelas sebaiknya Anda cek langsung ke MUI (Majelis Ulama Indonesia).*

**FINANCIAL REVOLUTION**

Oleh: Tung Desem Waringin  
 Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, 2005  
 Halaman: xviii+170 hal  
 Harga: Rp90.000 (*hard cover*)

Buku ini ditulis oleh seorang pembicara publik yang lagi laris saat ini dan dikenal lihai mempraktekkan ilmu menjual dengan janji. Dan buku pertama Tung Desem ini sungguh-sungguh bertabur janji. Misalnya, bagaimana caranya agar uang mengejar kita, cara membuat peternakan uang, cara mengumpulkan uang ribuan kali lebih banyak dalam waktu yang sama, cara memulai usaha dengan kemungkinan berhasil 98% dan tanpa modal, atau cara agar karyawan dapat naik gaji tiga kali dalam setahun. Segala strategi menjadi kaya tersebut diambil penulisnya dari berbagai seminar dari pembicara-pembicara top dunia yang diikutinya. Di antaranya seminar Anthony Robbins, Robert Kiyosaki, Brian Tracy, Roger Hamilton, Gerry Robert & KC Seah, Bob Proctor, Robert G. Allen, dll. Jika pembaca sudah pernah membaca karya atau mengikuti seminar pembicara-pembicara top tersebut, sesungguhnya hampir tidak ada yang baru dalam buku ini. Walau demikian, magnet penulisnya sebagai pembicara yang bagus *personal branding*-nya tentu menjadi daya pikat tersendiri bagi pembaca. Di antara sekian banyak buku cara menjadi kaya impor, buku lokal ini pun masih bagus juga untuk dikoleksi. Ada beberapa gagasan Tung yang tetap memikat untuk dibaca dan dipraktekkan.\*

**RUNNING TO RICHES**

Oleh: Didik Wijaya  
 Penerbit: Escaeva, April 2005  
 Halaman: viii+164  
 Harga: Rp19.500

Buku sederhana ini mengajak pembacanya untuk mengejar kekayaan seolah-olah si pengejar kekayaan sedang mengikuti sebuah perlombaan lari. Tujuan atau garis finisnya adalah kekayaan itu sendiri. yang unik, penulisnya mengajak pembaca untuk menetapkan sendiri kapan harus mencapai finis, seperti apa garis finisnya, apa aturan perlombaannya, menyiapkan perangkat sepatu, menyediakan ambulan, dan memilih rute mana yang akan ditempuh. Ini sungguh merupakan analogi yang tepat untuk sebuah proses meraih kekayaan. Hampir sama dengan buku *Financial Revolution* karangan Tung Desem Waringin, buku ini berisi gabungan berbagai gagasan mengenai bagaimana cara menjadi kaya, seperti karya Robert Kiyosaki, Thomas J. Stanley, Ric Edelman, Robert G. Allen, Jacob Needleman, dan walau tidak eksplisit juga sangat terpengaruh karya klasik Wallace D. Wattles. Beberapa topik lain di dalam buku ini juga bisa ditemukan dalam buku-buku *financial planning* yang sudah ada. Walau demikian, karya Didik atau penulis-penulis jenis ini patut disambut mengingat gagasan-gagasan mengenai bagaimana cara menjadi kaya memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat yang hendak bangkit dari keterpurukan.\*

**RESEP CESPLENG  
 MENULIS BUKU BEST SELLER**

Oleh: Edy Zaqeus  
 Cetakan: 1 & 2 September, 2005  
 Penerbit: Gradien Books, Yogyakarta  
 Halaman: 182 hal, Harga: Rp28.000,-

Inilah satu-satunya buku tentang cara menulis buku *best seller* yang ditulis oleh seorang penulis buku *best seller*. Inilah karya ke-4 Edy Zaqeus setelah sukses dengan dua buku *best seller* sebelumnya, yang berjudul *Kalau Mau Kaya Ngapain Sekolah* (2004) dan *Resep Cespleng Berwirausaha* (2004). Kekhasan dari buku Edy kali ini adalah pada daya motivasi yang ditimbulkan oleh bab-bab yang disusun secara lugas dan menggerakkan. “Kunci dari keberhasilan buku ini dalam membangunkan *the sleeping writer in all of us* adalah *best seller mindset* yang sudah mendarah daging di dalam diri Edy Zaqeus, seorang *best selling author*,” demikian Jennie S. Bev dalam kata pengantar buku ini.

Buku saku ini menawarkan jurus-jurus jitu menulis buku laris kepada para profesional yang ingin sekali menulis buku, tetapi selama ini tidak menemukan metode atau strategi penulisan yang tepat. Pembaca akan diajak untuk mengenali teknik-teknik penulisan yang mudah dan sangat praktis, mulai dari teknik menggali ide, menuliskannya dengan cepat, memolesnya menjadi naskah yang layak jual, serta dibebaskan pula rahasia-rahasia para penulis *best seller* di Indonesia.

Oleh sebab itu, inilah buku yang bisa menjadi pilihan utama para eksekutif, trainer, kaum profesional, pengajar, *coach*, atau penulis pemula umumnya untuk membantu mereka menghasilkan buku bermutu. Buku ini juga bisa dijadikan acuan dan panduan yang praktis, baik bagi penulis berpengalaman maupun penulis yang baru pertama kali bermaksud membuat buku. Setidaknya, empat penulis buku *best seller* seperti Andrias Harefa, Andrew Ho, Adi W. Gunawan, dan Hari Subagya merekomendasikan buku ini untuk dibaca.\*

# Gusur Keyakinan Negatif, Perbaiki Status Finansial

Oleh: Rab A. Broto\*



Rab A. Broto

Contoh wanita pada tulisan sebelumnya bahkan menjadi makin rumit saat dia mulai membandingkan dirinya dengan saudaranya, yang juga merupakan pernyataan menyangkut harga dirinya.

Memang lazim seseorang membandingkan

status finansialnya dengan orang lain. Sedihnya inilah akar bagi banyak derita emosional yang dialami.

Orang biasanya cenderung membandingkan dirinya dengan teman, rekan kerja, anggota keluarga dan orang lain di sekitarnya. Saat seseorang membandingkan, yang dilakukan sebenarnya adalah membuat satu penilaian (*judgment*) tentang diri sendiri dan orang lain. Dalam beberapa tingkatan mereka mendasarkan identitas dan harga dirinya pada unsur-unsur eksternal.

Saat orang memutuskan kian jarang membandingkan dan menilai, mereka akan mulai merasakan sejumlah pergeseran menakjubkan karena mereka akan memandang kehidupan, yaitu dari dalam ke luar. Mereka akan mengacu secara internal mana yang akan memperkuat harga dan identitas diri karena akan menentukan siapa dia berdasarkan kata hatinya.

Mereka tidak lagi akan memberi peluang kepada orang lain untuk memutuskan siapa dia, karena sudah tahu siapa hakekat diri pada tingkatan sangat mendalam dan spiritual.

Saat orang membandingkan diri dengan orang lain, ada kehendak berlebih yang mendasari perilakunya, bahkan bila hal perilaku itu sangat tidak bermanfaat (*resourceful*).

Saat mereka mulai memahami kehendak berlebihan ini dan sering merenungkan tentang harga diri dan identitasnya, mereka mulai menyembuhkan luka di alam bawah sadarnya

yang selalu menariknya kembali dari upaya mencapai kesejahteraan dan keberlimpahan. Lagi-lagi di sini limiting beliefs and imprints memainkan perannya.

Identitas pribadi bukan sesuatu yang secara ajaib ada begitu saja secara seketika. Identitas adalah sesuatu yang dibangun seseorang dari waktu ke waktu. Mereka punya pengalaman dan menafsirkannya di dalam otaknya. Mereka menyimpulkan tafsirannya, memberi sejumlah tingkatan kriteria dan menyimpannya. Pada tahap tertentu seseorang mengatakan, "Aku menjadikan pengalaman itu sebagai dasar dan pedoman." Saat mengalami hal lain, pengalaman itu ditumpuk satu di atas yang lain.

Banyak orang cenderung lebih terkesan pengalaman negatif dan menghapus (*delete*) yang positif. Lama kelamaan orang mulai dengan sengaja benar-benar menyusun pengalamannya pada satu arah, khususnya yang negatif,

dan menghapus pengalaman yang lain. Pasalnya kita adalah makhluk yang suka menghapus. Maksud positif terus mengingat pengalaman negatif adalah untuk melindungi diri agar tak merasakan lagi pengalaman negatif.



Simbol Keberlimpahan

Foto: Istimewa

---

---

Akhirnya, orang lupa untuk juga memilih pengalaman positif. Padahal mereka perlu belajar untuk mencakup semua pengalaman positif dalam kesadarannya untuk menjaga keseimbangan. Saat seseorang mengingat semua unsur positif dari satu pengalaman dan membuang bagian negatif keluar dirinya, mereka mulai menyadari bahwa informasi negatif bukan soal hakekat dirinya.

### Positif Lebih Mudah

Hal ini membuat orang membuatnya lebih mudah untuk bergantung pada semua aspek positif dari situasi yang dihadapi, dan makin menyatukan hal positif itu dalam dirinya saat melepaskan hal-hal negatif. Melepas aspek negatif dan menyatukan aspek positif dari situasi yang dialami ini akan mengubah kondisi finansial seiring waktu secara dramatis.

Tak heran karena dalam proses itu orang mulai mengembangkan rasa yang lebih dalam intens menyangkut harga dirinya. Alih-alih mendasarkan harga dirinya pada unsur eksternal seperti cek atau slip gaji, orang mengembangkan rasa yang kuat terkait harga dirinya yang memunculkan keberanian untuk mencoba hal baru sehingga memperbesar kesempatannya untuk sukses.

Bisa dicontohkan satu pegawai *cleaning service* yang berpenghasilan US\$1.800 per bulan. Setelah mengubah isi kepalanya dengan pelatihan NLP (Neuro Linguistic Programming) dan perencanaan finansial, dia memutuskan memulai bisnisnya sendiri. Dia mulai dengan menabung dan membeli semua alat dan bahan yang dibutuhkan.

Dia menandatangani satu kontrak layanan kebersihan di samping tempat tugasnya dan menggaji orang lain untuk menuntaskan kontrak itu. Selanjutnya dia menandatangani kontrak yang lain dan menggaji orang yang berbeda untuk membantunya keluar dari tugasnya semula.



Foto: Istimewa

S e t e l a h beberapa waktu dia memutuskan untuk berhenti sepenuhnya melakukan tugas rutin sebagai petugas kebersihan dan mulai mengoperasikan perusahaan *cleaning service*-nya sendiri. Akhir cerita orang itu menyadarinya

---

---

**"Saat seseorang mulai memegang erat harga dirinya dan membuka diri pada gagasan 'apa yang mungkin', dia menarik kesejahteraan dan keberlimpahan ke dalam kehidupannya."**

---

---

peningkatan luar biasa pada pemasukan bulannya dan merasa punya kebebasan yang tak pernah dirasakan sebelumnya.

Dia masih melakukan tugas bersih-bersih. Yang berubah adalah harga dirinya. Alih-alih berpikir, "Oh, aku hanya petugas kebersihan dan tak dapat melakukan hal lain. Aku tak cukup pintar," dia mulai berpikir, "Apa yang mungkin? Setiap orang butuh orang lain untuk menjaga kebersihan. Rumah perlu, begitu pula sekolah."

"Mereka membayarku untuk melakukan itu semua, mengapa tidak aku sekadar pindah ke seberang pagar dan memulai bisnisku sendiri." Jadi masalahnya bagaimana masing-masing orang membuka berbagai peluang yang mungkin dengan memulainya dengan satu mimpi. Lalu masalahnya bagaimana mengubah mimpi tadi menjadi kenyataan.

Saat seseorang mulai memegang erat harga dirinya dan membuka diri pada gagasan 'apa yang mungkin', dia menarik kesejahteraan dan keberlimpahan ke dalam kehidupannya. Dunia luar merupakan satu cerminan dunia dalam kita. Jika seseorang merasa oke di dalam, biasanya itu akan terpancar ke luar dan akan menarik berbagai pengalaman positif ke dalam kehidupannya. Itulah cara kehidupan berjalan. □

\* Rab A. Broto adalah penulis dan editor dengan pengalaman lebih dari 10 tahun. Kini ia adalah anggota dewan redaksi pada majalah bulanan *Indonesian Tax Review Digest* dan *Buletin Bee Parent* yang diterbitkan Lembaga Manajemen Formasi. Ia dapat dihubungi melalui e-mail: [nauram@yahoo.com](mailto:nauram@yahoo.com).

**General Manager Sehari di  
Tupperware Indonesia**

Sebuah acara mirip *reality show* yang kreatif digelar di kantor Tupperware Indonesia pada 16 November 2005 lalu. Tupperware Indonesia hari itu mengundang seorang *sales force* berprestasi untuk menjabat sebagai pimpinan tertinggi di perusahaan tersebut, yaitu sebagai General Manager. *Sales force* yang beruntung itu adalah Veonica Herina Djati, seorang Manager (sebutan untuk mitra usaha) dari kantor distributor PT Mulia Dinamika Swakarsa, Bintaro, Banten. Hari itu, Veronica menggantikan posisi Nining W. Pernama (GM Tupperware Indonesia) berikut segala kewenangannya. Selama sehari ia memimpin salah satu perusahaan *direct selling* papan atas di Indonesia ini. Setelah disambut oleh seluruh staf dan tim manajemen, GM baru ini mengadakan peninjauan seluruh ruangan kantor di Lt.5, II, dan I6 di Gedung Graha Irama, Kuningan. Berikutnya, ia memimpin rapat yang dihadiri para direktur, manajer, menandatangani surat-surat, termasuk mengadakan wawancara dengan wartawan. Acara dilanjutkan dengan pembahasan berbagai program ke depan, termasuk rapat brainstorming mengenai strategi meningkatkan penjualan Tupperware Indonesia. Selengkapnya, klik:[www.tupperware.co.id](http://www.tupperware.co.id).\*

**FLP Gelar Pemilihan MAVI 2005**

Belum lama berselang (24/9), FLP Indonesia menggelar acara *grand final* pemilihan Miss Aloe Vera Indonesia 2005 (MAVI 2005) di Balai Sarbini - Plaza Semanggi, Jakarta. MAVI 2005 diselenggarakan sebagai wujud kepedulian FLP Indonesia terhadap kaum perempuan Indonesia dalam mengembangkan potensi mereka di era yang sangat kompetitif saat ini. MAVI 2005 diselenggarakan untuk yang pertama kalinya dengan harapan akan terus berlanjut ke tahun-tahun berikutnya, sehingga akan semakin banyak kaum perempuan Indonesia yang memiliki kesempatan mengikuti acara MAVI. Dari sekitar 500 pendaftar, panitia berhasil memilih 30 semifinalis dan kemudian disaring lagi hingga tinggal 18 finalis. Ke-18 finalis inilah yang kemudian berlomba untuk memperebutkan predikat Miss Aloe Vera Indonesia 2005. Selain memilih MAVI 2005, acara ini juga memunculkan lima kategori pemenang, yaitu Runer Up I, Runer Up II, Miss Favourite, Miss Photogenic, dan Miss Talent. Selain untuk memperingati hari jadi FLP Indonesia, acara ini juga dimaksudkan sebagai wadah pemberian penghargaan kepada para mitra usaha FLP yang berprestasi bagus selama setahun terakhir ini. Selain menggelar pemilihan MAVI 2005, FLP Indonesia juga mengadakan acara tahunan, yaitu FLP Indonesia Rally ke-18. FLP Indonesia sendiri merupakan perwakilan resmi FLP International yang berpusat di Scootsdale, Arizona, AS. FLP International didirikan oleh Rex Mauhan tahun 1978 dan merupakan perusahaan penghasil produk aloe vera terbesar di dunia dengan *market share* sekitar 85%. Demikian siaran pers yang diterima redaksi *INFO APLI*.\*

**INFO REDAKSI**

**Fenomena Hipnosis dalam Profesi  
Pemasaran dan Penjualan**

Pada edisi yang lalu, *INFO APLI* menampilkan wawancara dengan Adi W. Gunawan, salah satu trainer yang menekuni bidang sistem kerja pikiran. Banyak hal menarik dipaparkan oleh penulis buku-buku *best seller* ini, di antaranya mengenai teknologi sistem kerja pikiran yang dapat dimanfaatkan untuk memacu sukses seseorang. Kali ini ditampilkan wawancara dengan Rony F. Ronodirjo, seorang praktisi hipnotis yang juga menguasai NLP. Dari trainer ini digali bahwa hipnosis ternyata punya akar yang kuat dalam tradisi praktis masyarakat kita, sekalipun dalam format dan istilah yang berbeda. Dari Rony inilah kita dapatkan pemahaman yang lebih menyeluruh berkaitan dengan pemanfaatan hipnosis dalam bidang pemasaran dan penjualan. Agaknya, gagasan-gagasan dan wawasan yang dipaparkan Rony dapat memperkaya pemahaman kita mengenai bidang yang sedang populer tersebut. Apakah industri DS/MLM dapat memanfaatkan ilmu hipnosis? Kemungkinan itu terbuka lebar. Hanya saja, batas-batas atau rambu-rambunya setidaknya sudah dijelaskan Rony dengan sangat baik. Bagi yang tertarik memanfaatkan ilmu ini secara positif, dipersilakan saja. Memang, industri ini membutuhkan banyak hal baru.\*

**UCAPAN**

*Kebersamaan itu selalu indah  
Kerukunan itu selalu menentrangkan  
Kebersamaan dan kerukunan  
Mendatangkan rahmat dan  
Hidayah dari Tuhan YME*

Segenap Pengurus APLI dan  
Redaksi INFO APLI mengucapkan:

**SELAMAT HARI RAYA IDUL FITRI 1426 H  
Mohon Maaf Lahir dan Batin  
serta  
SELAMAT NATAL DAN TAHUN BARU 2006**