

# INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXXI/Januari-Maret 2006

## SAJIAN EDISI INI

### FOKUS

Mengapa Perusahaan DS/MLM di Indonesia Berguguran

### WAWANCARA

Nur Kuntjoro:  
Jika Ingin *Survive*, Jangan Berhenti Belajar dan Berbenah

### SEKILAS DUNIA

Ada Piramid di Selandia Baru

### KOLOM ANDREW HO

Prinsip Pelikan

### BASIC DIRECT SELLING

Bertahan di Masa Sulit

### DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Prinsip Menghadapi Masa Sulit

### KASUS PIRAMID

Golden Saving dan Kisah Pulu Si Mantan Wartawan

### WEALTH MENTALITY

Rab A. Broto: Semua Keranjang Duit, Sedikit yang Paham



**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

### Lampu Kuning bagi Perusahaan DS/MLM

Belum lama ini industri DS/MLM di Indonesia dikejutkan oleh peristiwa tutupnya dua perusahaan yang cukup mapan dan telah lama beroperasi di Indonesia. Akhir 2005 lalu, kita dikejutkan oleh tutupnya MLM Forever Young (PT Foreverindo Insan Abadi) yang telah sekian lama berkibrah di industri ini. Dan, awal Februari 2006 lalu, kembali kita dikejutkan oleh kabar ditutupnya Avon (PT Avon Indonesia), yang telah beroperasi sejak 1988 dan sebelumnya juga dianggap sebagai salah satu perusahaan *direct selling* mapan di Indonesia. Sebelumnya, sayup-sayup juga kita dengar kabar ditutupnya Saralee, salah satu perusahaan *direct selling* asal luar negeri yang memiliki tradisi kuat di bisnis ini.

Pertanyaannya kemudian, mengapa perusahaan-perusahaan yang cukup *mature* dari segi usia operasinya, punya tradisi kuat di bisnis DS/MLM, dan juga disebut-sebut mapan di industri ini, bisa tutup? Apakah gelombang tutupnya perusahaan-perusahaan DS/MLM di Indonesia akan terus berlanjut? Lalu, siapa giliran berikutnya? Apakah industri DS/MLM ini akan *survive*? Pertanyaan-pertanyaan tersebut begitu menggoda untuk dicari tahu jawabannya.

Bagaimanapun juga, industri DS/MLM di Indonesia itu saling kait mengkait antara satu dengan yang lainnya. Bisa jadi, kita beranggapan tutupnya sebuah perusahaan adalah hal yang sangat wajar dalam bisnis. Dan itu bisa terjadi kapan saja dan terhadap siapa saja. Namun, mungkin saja tutupnya sejumlah perusahaan tersebut juga menandakan ada sesuatu masalah mendasar yang mesti dievaluasi, dibenahi, dan diantisipasi, demi eksistensi industri ini secara keseluruhan.

Mana dugaan yang benar, semuanya berpulang kepada para pelaku industri ini sendiri. Diam saja atau bergerak membenahi diri? Satu hal yang pasti. Dalam situasi ekonomi yang tampak semakin sulit seperti sekarang ini, segala kemungkinan bisa terjadi. Nah, mungkin hanya mereka yang selalu mau berbenah, memperbaiki diri, kreatif, dan inovatif, yang akan survive.\*

- Mengapa perusahaan-perusahaan yang cukup *mature* dari segi usia, punya tradisi kuat di bisnis DS/MLM, dan mapan di industri ini, bisa tutup?

## Mengapa Perusahaan DS/MLM di Indonesia Berguguran

*Walau di dunia bisnis yang namanya perusahaan tutup itu lumrah, namun tetap penting untuk memikirkan bagaimana supaya perusahaan-perusahaan DS/MLM tidak gampang tutup*

Awal Februari 2006 lalu para pelaku industri DS/MLM Adi Tanah Air dikejutkan oleh berita ditutupnya PT Avon Indonesia. Menurut siaran pers yang beredar, Avon Indonesia ditutup karena selama beberapa tahun terakhir ini terus-menerus mengalami kerugian. Langkah itu juga diambil sebagai bagian dari strategi global Avon untuk merestrukturisasi bisnisnya. “Berdasarkan hasil kajian ekstensif, perusahaan Avon Indonesia beberapa tahun belakangan terus merugi,” kata Wakil Presiden Avon Kawasan Asia Tenggara, Perry Mogar (*Antara*, 1/2/06). Masih menurut Mogar, penutupan kegiatan operasional Avon Indonesia itu dilakukan berdasarkan keputusan Rapat Umum Pemegang Saham Luar Biasa.

Sebelumnya, pertengahan tahun 2005 lalu, kita telah dikejutkan oleh berita tutupnya Forever Young (PT Foreverindo Insan Abadi), salah satu perusahaan MLM yang juga punya nama besar dan telah eksis selama belasan tahun di Indonesia. Maka dari itu, penutupan Avon, yang sebelumnya juga disebut-sebut sebagai salah satu perusahaan DS/MLM besar di Indonesia, menyisakan banyak pertanyaan menyangkut masa depan industri DS/MLM. Benarkah industri ini sedang sekarat? Benarkah tahun 2005 dan tahun-tahun ke depan bisa menjadi lonceng kematian bagi perusahaan-perusahaan DS/MLM yang ada? Bagaimana menyikapi dan mengantisipasi kekhawatiran tersebut? Dan pelajaran apa yang bisa diambil dari kasus tutupnya perusahaan-perusahaan DS/MLM mapan tersebut?

### Sudah Salah Fondasi

Dari penelusuran *INFO APLI*, agaknya penutupan Avon memang disebabkan oleh faktor-faktor yang sifatnya sangat *basic* atau mendasar, selain tentu saja ada faktor pasar yang mempengaruhi. Sejak awal, sistem operasi Avon Indonesia memang berbeda dengan Avon di negara-negara Asia lainnya, kecuali sistem operasi Avon di Philipina yang memang dijadikan rujukan di sini. Avon menggunakan sistem cabang, di mana dalam setiap kantor cabang, Avon harus membangun kantor sendiri, merekrut karyawan, dan

tentu saja membiayai operasionalnya. Semakin besar perkembangan Avon, semakin banyak pula cabang yang harus didirikan, sehingga makin besar pula biaya operasionalnya. Agaknya, hal dasar inilah yang langsung atau tidak langsung mempengaruhi profitabilitas perusahaan.

“Sesungguhnya sistem operasional ini agak menyalahi kebiasaan praktik *direct selling* dan *multi-level* umumnya, yang seharusnya jumlah pegawainya seminim mungkin, sementara *sales force*-nya sebesar mungkin,” ungkap Nur Kuntjoro dari Quantum Consulting. Karena sistem operasional seperti ini, maka *fixed over head*-nya menjadi sangat tinggi dan akan memunculkan masalah besar apabila volume bisnisnya tidak begitu besar.

Satu lagi situasi yang sangat memberatkan, yaitu soal sewa pabrik Avon di Cilandak yang dibayar dalam mata uang dollar AS. Sebelum krisis ekonomi tahun 1998 atau saat nilai per dollar AS hanya berkisar antara Rp2000-2500, biaya sewa pabrik mungkin bukan menjadi masalah. Namun ketika krisis berlangsung dan per dollar harus dibeli dengan harga di atas Rp10.000, bahkan pernah mencapai kisaran Rp15.000-17.000, maka mulailah ongkos produksi menjadi masalah besar.

“Sewa pabrik ini kan termasuk *fixed over head*. Jadi, mau perusahaan jualan atau tidak jualan, produksi atau tidak produksi, sewa pabriknya ya harus dibayar. Selain bayar sewa pabriknya, karyawan-karyawannya juga, kan?” tambah Nur Kuntjoro.

### Terus Merugi

Kalau dilihat dari ukuran perusahaan-perusahaan lokal, maka omset Avon Indonesia mungkin masih lumayan. Sebuah informasi menyebutkan, dalam beberapa tahun terakhir sebelum ditutup, penjualan Avon Indonesia memang tidak mampu melampaui angka 20 juta dollar AS (sekitar Rp186-200 miliar). Namun, bagi sebuah perusahaan yang di negeri asalnya sudah *go public* seperti Avon ini, yang lebih menentukan adalah soal untung ruginya perusahaan. Dengan unsur biaya operasional yang sangat tinggi seperti

disinggung di atas, maka tak heran jika Avon tidak pernah mendapatkan profit yang memadai dan akhirnya justru terus merugi.

“Jadi menurut saya, penutupan Avon itu *pure* pertimbangan bisnis. Ini bukan soal omset, tapi soal untung rugi,” jelas Helmy Attamimi, Ketua APLI yang dulu pernah ikut membangun Avon. “Untung ruginya perusahaan itu menentukan harga saham lho! Jika di suatu negara profitnya turun, harga saham di bursa bisa terpengaruh. Dan kalau harga saham terpengaruh, CEO-nya bisa terpengaruh lho!” tambah Helmy.

Berita-berita internasional menyebutkan, pendapatan Avon pada kuartal keempat 2005 turun sampai 36,7 persen dibanding periode yang sama tahun 2004. Penurunan ini disebabkan oleh ketatnya persaingan selain juga karena naiknya biaya operasional. Diberitakan pula, profit Avon di kawasan Asia Pasifik menurun 7 persen, sementara *revenue* Avon Amerika juga menurun 7 persen. Di Eropa, penjualan Avon naik tipis, yaitu sekitar 2 persen, namun di Amerika Latin justru perkembangan *revenue* Avon meningkat 27 persen. “Situasi inilah yang membuat kami harus bergerak lebih cepat menjalankan *turnaround plan* yang telah menjadi keputusan dalam rapat kami dengan para investor pada November lalu,” kata Andrea Jung, CEO Avon Inc.

### Avon Akan Balik Lagi?

Perry Morgar mengakui, potensi pasar di Indonesia memang masih sangat besar. Jumlah penduduk yang begitu besar serta kecepatan pertumbuhan ekonomi Indonesia diakui merupakan tantangan tersendiri. Hanya saja, Avon Indonesia tetap harus ditutup dengan alasan-alasan yang sudah dibahas di atas. Namun, apakah Avon akan benar-benar meninggalkan Indonesia? Termasuk perusahaan-perusahaan DS/MLM lain yang sudah tutup lebih dulu, akankah para pelaku atau investornya akan benar-benar meninggalkan pasar Indonesia yang masih mengkilap?

Helmy Attamimi menduga, Avon tidak mungkin meninggalkan peluang pasar di Indonesia yang begitu besarnya. Ia mengakui, memang peraturan di Indonesia berubah-ubah dan eskalasi pergerakan buruh akhir-akhir ini memang kadang membuat takut investor. “Namun, market di Indonesia begitu besar. Jadi saya tidak bisa membayangkan Avon akan meninggalkan sama sekali pasar yang begitu besar ini,” kata Helmy. Bahkan ia menduga, bisa saja penutupan Avon saat ini merupakan sebuah

strategi untuk masuk kembali ke Indonesia dengan format baru. “Avon *direct selling* di Indonesia ditutup, namun di mana-mana Avon sedang *try out* dengan sistem MLM. Kalau dia mau MLM di sini, dia harus masuk dengan *start* yang baru lagi. Makanya yang sekarang harus ditutup, karena orang-orang yang sekarang kan bukan orang MLM,” tambah Helmy.

Spekulasi yang disampaikan Helmy itu dianggap beralasan oleh Nur Kuntjoro. “Bisa saja. Avon itu *global company*. Tidak usah dispekulasi, karena logika bisnis itu kalau tidak *grow* ya mati. Tidak mustahil Avon akan masuk lagi. *It's just a matter of time!*” ujar Nur Kuntjoro. Sinyalemen seperti ini memang punya dasar. Logikanya, kalau perusahaan MLM multinasional lainnya seperti Amway

dan Nu Skin saja mau serius menggarap pasar Indonesia, mana mungkin perusahaan sekelas Avon akan pergi dan tak pernah kembali lagi?

### Berbenah

Tutupnya Avon Indonesia atau sebelumnya Forever Young dan Saralee, tentu menyisakan banyak pelajaran. Di antaranya kesimpulan bahwa tidak peduli sudah berapa lama dan mapan sebuah perusahaan DS/MLM beroperasi, karena satu dan lain hal bisa saja perusahaan itu tutup. Bisa karena perusahaan terus-menerus

merugi, bisa karena bangkrut akibat salah pengelolaan, atau masalah-masalah lainnya. Yang pasti, tidak ada jaminan bahwa jika hari ini situasi tampak baik-baik saja, maka itu berarti semuanya akan baik-baik saja dan seterusnya begitu. Persaingan antar perusahaan DS/MLM pasti tambah ketat, sementara tantangan-tantangan eksternal juga bertambah banyak mengingat semakin dinamisnya situasi ekonomi nasional saat ini.

Nah, perusahaan yang seperti apa yang akan tetap *survive*? Tentu, perusahaan-perusahaan yang akan *survive* adalah mereka yang berani mengevaluasi diri, bisa menemukan masalah-masalah laten, mau menyelesaikan masalah sedini mungkin, mau terus berbenah, berani melakukan inovasi-inovasi baru, terus meningkatkan kinerja perusahaan, dan tidak pernah berhenti belajar. Tak kalah pentingnya adalah soal *leadership* dalam perusahaan yang akan menentukan arah perusahaan tersebut. Jika *leadership*-nya kokoh, perusahaan tidak akan mudah digoyang oleh badai. Jika *leadership* lemah, maka perusahaan akan selalu berada dalam situasi terancam.(ez)

“Tidak mustahil Avon akan masuk lagi. *It's just a matter of time!*”  
ujar Nur Kuntjoro.

Nur Kuntjoro

## Jika Ingin *Survive*, Jangan Berhenti Belajar dan Berbenah

Tutupnya Avon Indonesia, tak pelak lagi memunculkan diskusi yang menarik menyangkut situasi dan kondisi industri DS/MLM di Indonesia. Banyak pelajaran bisa diambil dari kasus tersebut. Salah satunya menyangkut bagaimana mengantisipasi masalah-masalah krusial di perusahaan agar bisa ditangani lebih dini dan tidak menyebabkan kebangkrutan. Untuk membahas masalah tersebut, Edy Zaques dari *INFO APLI* secara khusus mewawancarai Nur Kuntjoro dari Quantum Consulting. Mantan COO Tupperware Indonesia ini yang juga diakui sebagai salah satu pakar di bidang manajemen perusahaan DS/MLM ini membeberkan faktor-faktor yang bisa mengancam eksistensi sebuah perusahaan, antara lain menyangkut sistem dan faktor manusia dalam manajemen. Untuk membuat diskusi tidak jauh dari konteks, maka kasus Avon menjadi dasar utama diskusi ini. Berikut petikan wawancaranya yang berlangsung di kantor Quantum Consulting di Gedung Mayapada, Lt. 19, Jl. Sudirman, Jakarta Pusat:

### Bisa Anda berikan gambaran sistem operasional AVON Indonesia?

Sepanjang yang saya ketahui, sistem operasional Avon Indonesia dan Avon Philipina berbeda dengan Avon di negara-negara lain. Mungkin yang agak sama Avon China pada waktu itu, tapi Avon di seluruh dunia tidak ada yang memakai sistem cabang, seperti yang dipakai Philipina, dan menjadi kiblat Avon Indonesia. Sehingga prinsip *direct selling* yang dianut sebagian besar praktisi DS/MLM itu tidak dijalankan oleh Avon Indonesia.

Prinsip perusahaan *direct selling* dan *multi-level* umumnya itu adalah, seharusnya, jumlah pegawainya seminim mungkin, sementara *sales force*-nya itu sebesar mungkin. Yang saya dengar, jumlah karyawan Avon pernah melebihi seribu orang. *Fixed over head*-nya menjadi besar sekali. Kalau volume bisnisnya seperti di Philipina, tidak masalah karena *fixed over head* terkaver. *No problem*. Tapi kalau perusahaan DS/MLM umumnya, *fixed over head* itu sebesar-sebesarannya ya sebanyak biaya-biaya yang bisa dikaver.

Jadi makin banyak penjualan ya makin besar keuntungan. Makanya, kecuali Saralee dan Avon dulu, jumlah karyawan di perusahaan-perusahaan DS/MLM Indonesia itu biasanya tidak banyak.

### Apakah sejak awal berdiri sistemnya sudah salah?

Pada waktu saya di sana memang belum bisa disimpulkan benar atau tidaknya. Itu dalam *growing mood*, suasana pertumbuhan. Tapi belakangan untuk mencapai *break even* kok susah sekali. Tapi, *over head cost*-nya itu kok tinggi. Beda dengan Tupperware yang tingkat *break even*-nya itu rendah. Kalau Avon tinggi, sehingga penjualannya harus besar sekali baru bisa BEP. Mulai 1998 sampai Avon masih ada kemarin, saya rasa penjualan Tupperware lebih besar dari Avon.

### Sistemnya Avon memang beda dengan Tupperware misalnya?

Kalau di Avon itu cabang, kalau di Tupperware itu berdiri sendiri, distributor. Kalau distributor itu dipimpin oleh suami istri, entrepreneur. Mereka adalah partner. Kalau cabang Avon, dipimpin oleh dua orang juga, bukan suami istri dan bukan entrepreneur. Mereka pegawai atau karyawan saja. Yang distributor orientasinya profit, yang cabang saya tidak tahu orientasinya apa. Paradigmanya beda. Kalau pegawai, orientasi profitnya kan tidak sebesar wirausaha, kan?

### Kabarnya biaya sewa pabrik dalam dollar AS juga jadi beban?

Ya, itu termasuk *fixed over head*. Jualan atau tidak jualan itu harus dibayar. Kalau sewa pabrik itu, produksi atau tidak produksi kan harus dibayar. Selain bayar sewa pabriknya, karyawan-karyawannya juga, kan?

### Jadi alasan sebenarnya Avon tutup?

Yang saya dengar, sekian tahun lamanya tidak mendapat profit yang memadai. Dengan penjualan yang di bawah 20 juta dollar, jadi tahan berapa lama lagi? Padahal, banyak perusahaan lain yang penjualannya di bawah itu tapi dapat

---

---

profit. Makanya, menurut saya, ini masalah *profitability* yang menyebabkan Avon tutup seterusnya.

### **Ada spekulasi Avon tutup sekarang, tapi nanti akan masuk lagi dalam format lain, MLM misalnya...?**

Bisa saja, Avon itu *global company*. Tidak usah dispekulasi, karena logika bisnis itu kalau tidak *grow* ya mati. Tidak mustahil Avon akan masuk lagi. *It's just a matter of time*. Sah-sah saja.

### **Apa formula untuk menyembuhkan "penyakit" Avon supaya tidak tutup?**

Kalau orang luar seperti saya ngomong gampang ya. Ubah sistem operasional, harus memberhentikan ratusan karyawan dan mengganti kepala cabang dengan wiraswastakan sulitnya bukan main. Ada alternatif lain, melalui *conversion system*. Jadi kepala cabang tetap kepala cabang, tapi *step by step* ditawarkan bisa menjadi miliknya. Misalnya dalam satu tahun ini mereka masih tetap karyawan, tetap digaji, tapi *income* terbesarnya dari *profit sharing*. Ini sudah separuh wirausaha, kan? Dilatih dan diajari jadi wirausaha. Tahun depan, *profit sharing*-nya dibesarkan, gajinya dikecilkan. *On break even* dia buat profit sendiri.

Mestinya bisa, dengan kerja keras dilakukan itu. Tinggal aset-aset di cabang itu bagaimana di-*convert*, soal teknis saja. Misalnya, kalau tahun pertama bisa meng-*generate* profit sekian, *profit sharing*-nya nanti bisa dipakai untuk membeli aset cabang. Kalau orang punya jiwa wirausaha, pasti akan mati-matian bekerjanya. Kecuali kalau tidak punya jiwa wirausaha, ya apa boleh buat cari orang lain saja. Itu salah satu alternatif. Lebih mudah diucapkan memang. Waktu saya melakukan perbaikan di Tupperware dulu ya berdarah-darah... tapi bisa!

### **Mengapa perusahaan-perusahaan yang sudah cukup mapan seperti Saralee, Forever Young, dan Avon bisa tutup?**

Perusahaan DS/MLM yang benar itu memang bisa tutup kalau terjadi *miss management*. Kalau terjadi keretakan di dalam, itu berat. Karena bisnis DS/MLM itu unsur *trust*-nya tinggi sekali. Kalau di antara *sales force* sudah tidak ada *trust*, ya sudah bisa berantakan. Sekalipun perusahaannya dipimpin oleh orang-orang hebat, tapi kalau tidak ada sinergi, hasilnya juga kurang hebat. Masing-masing perusahaan DS/MLM punya ciri khas, tapi kalau sampai tutup, selalu penyebabnya adalah manusianya. Kadang dicoba ganti pimpinannya, ganti sistemnya, kalau tidak tertolong, ya ditutup.

Memang perusahaan DS/MLM itu orientasi teknologinya rendah, tapi orientasi hubungan antar manusianya tinggi. *Low tech high touch*. Kalau *touch*-nya kepada

*people* itu tidak benar-benar tulus dan bagus, jangan harap bisa bertahan.

### **Apakah perusahaan perlu melakukan *self assessment* secara periodik?**

Perlu dan di banyak manajemen perusahaan itu melakukan *post mortum*. Jadi setiap tutup tahun manajemen itu melakukan refleksi bersama, apa yang bagus dan tidak bagus di tahun lalu, dan tahun depan yang tidak bagus ditinggalkan, yang bagus diteruskan. Termasuk Tupperware itu bukan hanya tiap akhir tahun, tiap kwartal malah melakukannya secara sangat berdisiplin. Mereka ada yang namanya MPR atau Monthly Performance Review. Tiga bulan sekali ada namanya QPR atau Quarterly Performance Review. Akhir tahun namanya Annual Performance Review.

Kalau manajemennya kohesif, hal itu bisa dilakukan. Sehingga hal-hal yang tidak bagus bagi perusahaan lebih bisa ditangkal. Perusahaan-perusahaan yang tidak bisa melakukan hal tersebut biasanya sudah terjankiti intrik-intrik, sehingga *office politic* semakin kental. Dalam situasi begini sulit melakukan *self assessment* atau refleksi.

### **Belajar dari kasus tutupnya perusahaan-perusahaan DS/MLM di atas, ada saran untuk perusahaan-perusahaan yang tergabung di APLI?**

Ya, saran saya untuk teman-teman di APLI, ayo kita lakukan pembelajaran yang terus menerus. Caranya dengan *sharing*. Yang sukses memberikan *sharing* kepada yang belum sukses. Yang belum sukses juga bisa *sharing* kepada yang sukses. "Saya melakukan ini lho, makanya gagal dan hancur..."

Jadi, kalau APLI membentuk suatu forum pembelajaran itu bagus. Memang susah dilaksanakan. Di satu perusahaan saja yang disebut *to build a learning organization* itu susahnya bukan main. Saya angkat topi pada satu perusahaan, Jarum Kudus, itu luar biasa pembelajaran di dalamnya.

Pada umumnya, eksekutif-eksekutif perusahaan yang sudah sukses itu tidak mau belajar. Padahal perubahan di luar sana itu luar biasa. Jika tidak belajar, ya ketinggalan. Sebesar apa pun juga, kalau lengah, tidak ada yang menjamin tidak bakal hancur.

Tahun 2005 lalu, beberapa yang besar-besar di APLI guncang juga, karena lengah dan tidak mau belajar lagi. Tahun 2005 bukan tahun yang bagus untuk DS/MLM, tapi cukup banyak yang sukses juga. Beberapa perusahaan tumbuh dengan baik, *sales* maupun profitnya. Tapi cukup banyak perusahaan yang merosot *sales* dan profitnya, bahkan ada yang sampai tutup. □



Foto: Dokpri

## Prinsip Pelikan

*“Thus, races arose from an original coding which God pulled out as needed for adaptation to the environment.”*

Walter Lang

Kutipan dari Walter Lang menyatakan bahwa peradaban Kumat manusia di dunia ini mengalami perkembangan karena senantiasa beradaptasi terhadap lingkungan. Kalimatnya itu menegaskan bahwa pencapaian perkembangan kehidupan kita saat ini pun tidak lepas dari proses yang menuntut kita untuk mengadaptasikan diri. Fenomena yang pernah terjadi pada burung-burung pelikan di pantai Monterey, California berikut ini telah menginspirasi saya untuk menjelaskan beberapa hal penting untuk meningkatkan daya adaptasi kita. Oleh sebab itu saya menyebutnya Prinsip Pelikan.

Pantai Pelikan di California Amerika Serikat memang terkenal karena ciri khas burung pelikan yang hidup bebas di sekitar pantai tersebut. Burung-burung pelikan liar itu selalu mendapatkan makanan ikan segar berlimpah dari para nelayan ikan tuna. Mereka berkembang biak dan hidup damai di pantai tersebut.

Tetapi sejak pemerintah memberlakukan undang-undang yang melarang para nelayan menangkap ikan tuna di tempat itu, banyak sekali burung pelikan mati kelaparan. Para ilmuwan berusaha mengatasi persoalan itu dengan berbagai cara, tetapi tidak segera membuahkan hasil. Mereka khawatir burung-burung tersebut akan punah.

Kemudian mereka berinisiatif mendatangkan burung pelikan pesaing dari Florida. Para ilmuwan berharap akan terjadi pembauran dan perkawinan antara burung pelikan Monterey dan Florida, yang menghasilkan bibit pelikan-pelikan yang tangguh dan pandai mencari ikan sendiri. Tetapi dalam waktu singkat dan belum sempat terjadi perkawinan, burung pelikan Monterey sudah mampu berburu ikan sendiri. Kemajuan itu benar-benar menakjubkan.

Burung pelikan yang sudah terbiasa mendapatkan makanan dengan mudah dari para nelayan, tanpa perlu

berusaha keras mencari ikan sendiri, cenderung tidak memiliki kekuatan untuk bertahan ketika situasi sudah mengarah pada krisis makanan. Mereka menghadapi kesulitan besar tatkala terjadi sedikit saja perubahan keadaan. Kesulitan yang mereka hadapi dikarenakan mereka sama sekali tidak memiliki kemampuan beradaptasi.

Kata adaptasi mengacu pada penyesuaian hidup terhadap lingkungan yang terus berubah atau tidak pernah abadi. Secara teoritis seluruh makhluk hidup di dunia ini bersifat adaptif. Sementara kemampuan manusia beradaptasi terhadap bermacam musim maupun keadaan, menurut Henry David Thoreau, melebihi kemampuan makhluk lain di dunia ini. *“Man is an animal who more than any other can adapt himself to all climates and circumstances,”* katanya.

Manusia yang mampu mengoptimalkan daya adaptasinya terhadap situasi yang terus berubah adalah mereka yang telah mengalami kemajuan konstruktif, misalnya menjadi lebih sukses, lebih pintar, lebih bijaksana, lebih religius dan lain

sebagainya. Kualitas diri yang lebih baik cenderung mampu menyiasati tantangan perubahan menjadi suatu peluang yang menguntungkan. Belajar merupakan kunci mewujudkan hal itu.

Berbenah diri sedikit, tetapi dilakukan secara berkesinambungan, lebih mudah meningkatkan kemampuan kita beradaptasi. Kemampuan beradaptasi terhadap tuntutan perubahan akan mendekatkan diri kita terhadap keberhasilan. Karena kesempatan besar akan selalu di depan mata, apabila kita selalu mengembangkan pengetahuan atau keahlian khusus.

Ingatlah perkataan Jose Ortega Gasset, *“We distinguish the excellent man from the common man by saying that the former is the one who makes great demands on himself, and the latter who makes no demands on himself. — Kami membedakan orang yang berkualitas*



Berubah dan beradaptasi?

Foto: Istimewa

dengan orang yang biasa-biasa saja. Orang-orang yang berkualitas akan senantiasa meningkatkan kualitasnya sehingga ia semakin disukai, sedangkan orang yang tidak berkualitas sama sekali tidak melakukan hal itu.”

Kalaupun obyek yang kita pelajari kecil, tetapi akan besar artinya bila digabungkan dengan proses pengalaman belajar itu sendiri. Edmund Vance Cooke menyatakan bahwa semangat untuk mencoba bukan hanya untuk mencapai tujuan itu sendiri, melainkan memperoleh pelatihan dari proses pencapaian itu. *“Perhaps the reward of the spirit who tries is not the goal but the exercise,”* katanya.

Sementara bila kita memiliki tujuan jangka pendek maupun jangka panjang yang jelas, maka daya adaptasi kita akan lebih optimal. *“All of us perform better and more willingly when we know why we’re doing what we have been told or asked to do. — Kita semua menjadi lebih baik dan lebih bersemangat, ketika kita mengerti mengapa kita melakukan hal itu,”* terang Zig Ziglar.

Suatu tujuan yang jelas juga akan membantu kita mengidentifikasi elemen-elemen yang spesifik dari obyek. Terlebih bila standar obyek sudah benar-benar dapat kita mengerti, maka proses adaptasi akan lebih mudah kita jalani. Misalnya Anda ingin menjadi pebisnis jaringan yang andal, maka setidaknya Anda harus mengerti apa sebenarnya elemen prinsip bisnis jaringan. Jika Anda sudah cukup memahami elemen-elemen tersebut, maka Anda akan dengan mudah menyesuaikan diri agar menjadi seorang pebisnis jaringan yang berhasil.

Kemampuan beradaptasi memang sangat penting. Kemampuan tersebut akan meningkat dengan memupuk rasa kasih sayang dalam hati dan pikiran kita. Kalimat-kalimat dan sikap yang dihiasai dengan kasih sayang akan sangat memudahkan kita beradaptasi dengan lingkungan sosial. Tidak dapat dipungkiri bahwa hubungan sosial yang luas dan berkualitas adalah pertanda semakin besar peluang tercapainya keberhasilan.

Tetapi sebelum memperluas hubungan sosial, berhati-hatilah dalam memilih komunitas. Pilihlah komunitas yang terbaik sebagai obyek adaptasi, yaitu komunitas yang dipenuhi oleh orang-orang yang berpikiran positif, pekerja keras, dan optimis, penuh vitalitas dan semangat, dan lain sebagainya yang serba positif. Boleh jadi mereka itulah orang-orang yang memacu diri kita untuk melakukan tindakan-tindakan yang dapat meningkatkan kualitas kehidupan.

Keberhasilan saya ini pun tidak lepas dari proses yang pernah saya alami. Sepanjang proses itulah saya banyak belajar agar mudah mengadaptasikan diri terhadap tuntutan-tuntutan perubahan. Kemampuan beradaptasi memang merupakan ujung tombak dari pencapaian kemajuan atau keberhasilan. Saya pun yakin akan selalu ada keajaiban bila ada semangat yang tinggi untuk terus mengadaptasikan diri terhadap perubahan.

*\* Andrew Ho adalah motivator, penulis buku best seller, dan pengusaha.*

## SEKILAS DUNIA

### Ada Piramid di Selandia Baru

Piramid sedang menyebar di mana-mana, termasuk di negeri yang sering dijadikan lokasi film kolosal, Selandia Baru. Sebuah program skema piramid, yang mencatat nama The Greens, sedang diinvestigasi kepolisian Selandia Baru. Program yang dimotori Rod Donald ini menawarkan imbal hasil hingga mencapai ribuan dollar untuk investasi yang hanya sebesar 10 dollar. Dalam sebuah testimoni, seorang laki-laki mengaku telah menghasilkan 21.000 dollar hanya dengan investasi 10 dollar. Belakangan, di Selandia baru memang banyak sekali skema piramid yang bergentayangan. Salah satu modusnya adalah dengan memanfaatkan surat berantai yang mencatat nama orang-orang atau organisasi-organisasi terkenal. Termasuk di antaranya The Green Party, Samaritans, dan Women's Refuge. Namun semua nama lembaga yang dicatat itu menyatakan menolak semua tuduhan keterlibatan. Demikian berita dari *tvmz.co.nz*.\*

### Pendapatan Avon Turun 37 Persen

Kantor berita AP menyatakan, Avon Product Inc telah mengalami penurunan pendapatan sebesar 37 persen dalam kuartal keempat tahun 2005 lalu. Penurunan ini disebabkan oleh pemotongan harga retail produk-produk Avon serta pada saat yang sama meningkatnya biaya operasional perusahaan maupun biaya untuk merestrukturisasi bisnis Avon secara global. Alasan ini pula yang menyebabkan Avon segera menutup Avon Indonesia beserta pabriknya yang terletak di Jakarta Selatan. CEO Avon, Andrea Jung menyebutkan, tahun ini Avon akan konsentrasi pada upaya lanjutan restrukturisasi, termasuk akan menambah investasi merek. Untuk itu, Avon siap menaikkan belanja iklannya sampai 50 persen.\*

### Lagi, Piramid Menyerbu Gereja

Harvey Joseph Dockstader Jr telah dijatuhi hukuman dua tahun penjara dan denda 10.000 dollar AS setelah di pengadilan terbukti menjalankan skema piramid bernama Elite Activity. Harvey menjanjikan komisi 100 dollar apabila setiap anggota bisa merekrut dua orang yang dipasang di bawah skemanya. Sasaran Harvey adalah orang-orang kaya anggota Secret Place International Church di Colorado, Arizona, USA. Harvey bisa dijerat secara hukum setelah pastor gereja tersebut, Sean Patrick Riley, bersedia memberikan kesaksian di pengadilan yang memberatkan tersangka. Riley mau bersaksi melawan Harvey demi mendapatkan keringanan hukuman bagi dirinya, karena si pastor juga ikut terlibat dalam bisnis ilegal tersebut. Demikian berita *Houston Chronicle* (23/2).\*

## Bertahan dalam Situasi Sulit

*Cara terbaik untuk bertahan di masa sulit adalah dengan mengambil langkah-langkah antisipasi dan fokus pada kerja keras setelah masa krisis berlalu.*

Industri DS/MLM tidak selamanya hidup dalam masa pertumbuhan. Sebagaimana bisnis yang lain, DS/MLM juga mengalami *up and down*. Artinya, ada masanya menjalankan bisnis DS/MLM terasa begitu mudah sehingga bisnis tumbuh dengan cepat karena penjualan dan member baru yang bergabung sangat banyak. Namun ada kalanya pula, bisnis berjalan lambat, bahkan terasa seperti jalan di tempat. Bagi para pelaku DS/MLM kawakan, pastilah masa *up and down* ini bukan sesuatu hal yang sama sekali baru. Umumnya mereka pernah mengalami keduanya, silih berganti, sehingga mampu menyikapi setiap situasi dengan lebih bijaksana.

Bagi pemain baru di bisnis DS/MLM, situasi *up* biasanya menimbulkan perasaan optimisme yang meluap-luap, bahkan cenderung bisa mengarah ke euforia atau kegembiraan yang berlebihan. Sebaliknya, pada situasi *down* kadang dampaknya sangat kuat, seperti hilangnya semangat, kebingungan, ragu dengan bisnis, atau bahkan putus asa. Sebagian di antara yang putus asa akhirnya malah terjebak pada praktek-praktek bisnis yang tidak sesuai lagi dengan kode etik perusahaan, termasuk melirik bisnis-bisnis ilegal seperti *money game* atau skema piramid.

Kita akan fokus pada pembahasan situasi *down* dan bagaimana mengantisipasinya. Ada beberapa penyebab datangnya kondisi *down* dalam bisnis DS/MLM. Sebagian muncul dari dalam, sebagian lagi muncul dari luar. Sebab dari dalam muncul karena faktor-faktor dari dalam organisasi bisnis distributor sendiri sebagai mitra usaha perusahaan. Misalnya, organisasi bisnis distributor melemah karena leader gagal menggerakkan jaringannya, gagal menduplikasi langkah sukses, penjualan dan rekrut terus menurun, dan anggota jaringan mengalami demotivasi karena kegagalan demi kegagalan yang mereka alami.

Faktor penyebab situasi *down* dari dalam juga bisa muncul dari kondisi perusahaan DS/MLM yang mengimbas pada aktivitas dan produktivitas distributor sebagai mitra usaha. Misalnya saja, *leadership* dan manajemen yang lemah, gagal mengantisipasi perkembangan usaha, tidak ada inovasi program dan produk, gagal membina hubungan baik dengan *key leader*, dll.

Sementara penyebab situasi *down* bisa berasal dari kondisi perekonomian secara keseluruhan. Semisal akibat kenaikan harga BBM akhir 2005 lalu yang mengakibatkan daya beli

masyarakat merosot tajam, penjualan produk-produk DS/MLM pun kena imbasnya. Menurut sejumlah sumber di industri ini, rata-rata omset perusahaan-perusahaan DS/MLM mengalami penurunan. Situasi ekonomi yang sulit semacam ini tidak hanya menyergap industri DS/MLM. Hampir semua jenis industri terkena dampaknya, sekalipun dengan kadar yang berbeda-beda.

Apa yang bisa dilakukan oleh seorang pebisnis DS/MLM ketika menghadapi situasi sulit semacam ini? Apabila situasi sulit berasal dari sebab-sebab di dalam, misalnya di organisasi bisnis distributor, maka tak ada jalan lain kecuali berbenah diri. Seorang leader harus mengevaluasi organisasi bisnisnya, membenahi titik-titik kelemahannya, serta kembali mengupayakan supaya fungsi-fungsi pokok bisnisnya berjalan baik. Misalnya, memperbaiki kualitas *leadership*, menambah motivasi jaringan, mengupayakan cara-cara kreatif agar penjualan dan rekrut meningkat, memperbanyak kegiatan seminar motivasi atau *opportunity hour*, menggalakkan training, dll.

Apabila sebab-sebab situasi menurun datang dari perusahaan, tak ada cara lain selain menjalin komunikasi yang lebih intensif dengan pihak perusahaan. Masukan-masukan dari mitra usaha jelas sangat dibutuhkan oleh perusahaan demi perbaikan situasi. Mitra usaha dan perusahaan saling membutuhkan karena mati hidupnya program DS/MLM sangat tergantung pada kualitas kerjasama keduanya. Tidak ada perusahaan DS/MLM yang bisa berjalan tanpa melibatkan mitra usaha, dan begitu juga sebaliknya, tidak ada mitra usaha yang berhasil tanpa dukungan dari perusahaan.

Nah, apabila situasi sulit datang karena faktor di luar mitra usaha atau perusahaan, maka baik perusahaan maupun mitra usaha harus bekerja sama lebih erat lagi untuk menyiasati situasi tersebut. Kadang masa sulit atau masa penurunan bisa diprediksi kedatangannya. Jika memang demikian, maka jauh-jauh hari kedua belah pihak ini harus sudah menyiapkan langkah-langkah antisipatif atau cara-cara kreatif untuk menghadapi masa sulit. Dan ternyata, tidak semua perusahaan dan mitra usaha mengalami penurunan penjualan atau rekrut di masa sulit. Tak sedikit juga yang tetap eksis atau malah meningkat penjualannya sekalipun berada di masa sulit. Mereka inilah yang mampu mengantisipasi dan menyiasati situasi sulit.(ez)

## 5 Prinsip Menghadapi Masa Sulit

*Di masa sulit, lebih baik fokus pada solusi daripada fokus pada masalah*

Masa-masa sulit dalam industri DS/MLM adalah sesuatu yang wajar, sewajar masa-masa pertumbuhan yang begitu pesat. Masa sulit bisa disebabkan oleh kondisi di dalam maupun dari luar, bahkan tak jarang merupakan kombinasi dari kedua kondisi tersebut. Mengingat kondisi *up and down* akan selalu hadir dalam bisnis DS/MLM, maka langkah terbaik adalah dengan melakukan pembenahan dan pembelajaran terus-menerus. Setelah itu, baru berfokus pada upayaantisipasi dan melihat peluang ke depan. Berikut sejumlah prinsip yang bisa dijadikan panduan untuk menghadapi masa-masa sulit seperti sekarang:

### Lihat ke dalam

Prinsip dasar yang pertama dalam menghadapi masa sulit adalah dengan melihat ke dalam organisasi bisnis kita sendiri. Lakukan evaluasi, apakah situasi sulit benar-benar merupakan imbas dari situasi dari luar atau justru terjadi karena situasi di dalam. Periksa lagi apakah aktivitas-aktivitas yang selama ini dilakukan benar-benar sudah sesuai dengan apa yang digariskan oleh perusahaan. Ada kalanya kita kurang obyektif dalam menyikapi situasi dan cenderung menyalahkan situasi di luar diri kita. Nah, kejernihan dalam melihat situasi ke dalam ini akan memberikan amunisi yang cukup untuk melakukan langkah pembenahan berikutnya.

### Perbaiki masalah

Tidak dimungkiri, bukan hal yang mudah untuk selalu berada dalam posisi *top performance* apabila itu menyangkut penjualan produk, mensponsori, merekrut, presentasi, membina jaringan, menduplikasikan sistem sukses, dll. Jika berdasarkan evaluasi ke dalam kita temukan ada kekurangan atau masalah saat menjalankan aktivitas-aktivitas tersebut, segeralah perbaiki. Fokus pada perbaikan di dalam akan banyak menghemat energi kita. Jadi, lupakan sejenak situasi di luar organisasi bisnis kita dan tak perlu menyalahkan situasi siapapun. Tetap fokus pada perbaikan ke dalam karena inilah satu-satunya wilayah yang secara langsung ada dalam “kekuasaan” kita untuk diubah menjadi lebih baik. Jika perhatian hanya tersedot pada buruknya situasi di luar dan kita lupa melakukan perbaikan ke dalam, situasi

tidak akan segera membaik. Dan ini sangat membahayakan bisnis kita.

### Memberikan masukan

Masa sulit tidak bisa dihadapi sendiri-sendiri. Baik perusahaan maupun leader adalah mitra yang harus bahu-membahu menghadapi masa-masa sulit. Caranya, bisa saling bertukar gagasan untuk mengadakan program-program yang merangsang aktivitas mitra usaha secara keseluruhan. Seorang leader yang aktif pasti tidak menunggu sampai perusahaan meminta dia memberikan masukan. Sebaliknya, leader sejati pasti selalu bertukar pikiran dengan leader-leader lain yang dibinanya dan kemudian memberikan masukan-masukan perbaikan kepada perusahaan. Ingat, semaju apa pun manajemen perusahaan tempat bergabung, masukan dari mitra usaha tetap sangat dibutuhkan. Bersikap proaktif kadang bisa menghindarkan keduanya masuk ke situasi yang lebih sulit.

### Inovasi dan kreatif

Apabila masalah bisa diidentifikasi, dan dukungan dari perusahaan bisa didapat, maka seorang leader harus segera berinovasi atau mencari cara-cara yang lebih kreatif lagi dalam menjalankan bisnisnya. Contoh, cara merekrut atau mengundang orang yang mungkin sangat efektif sepuluh tahun yang lalu, kemungkinan sudah tidak efektif lagi di masa sekarang. Maka dari itu, cara-cara baru harus terus dicari dan dikreasikan. Jika cara baru yang lebih efektif didapat, maka hal tersebut juga harus segera diduplikasikan. Untuk menemukan cara-cara baru yang lebih kreatif, tak ada salahnya jika distributor banyak berkaca, belajar, mengadopsi, atau memodifikasi praktik-praktik non DS/MLM yang mungkin saja bisa diterapkan di bisnis ini. Lihat saja, belakangan ini ramai dibicarakan soal teknik-teknik penjualan dengan menggunakan pendekatan hipnotis.

### Fokus pada peluang berikutnya

“Badai pasti berlalu” begitu judul sebuah lagu. Tampaknya, pesan lagu itu juga berlaku bila kita memandang masa sulit di bisnis DS/MLM. Apabila situasi sekarang benar-benar sulit dan sangat susah untuk ditaklukkan, maka tak ada salahnya untuk fokus pada rencana pasca krisis. Dari pada menghabiskan energi pada masa sulit, akan lebih strategis bila kita mempersiapkan rencana gebrakan-gebrakan baru yang akan dijalankan begitu situasi berangsur-angsur membaik. Selain bisa menekan kerugian yang tidak perlu, pengalihan fokus ini juga bisa memberikan gairah dan semangat baru pada saat situasinya berbalik menjadi kondusif bagi bisnis DS/MLM.(ez)

## Golden Saving dan Kisah Pilu Si Mantan Wartawan

*Rayuan maut money game atau skema piramid bisa menghampiri siapa saja dari latar belakang apa pun. Dan tak jarang orang takluk oleh rayuan mautnya*

Sebuah peribahasa lama nan bijak berbunyi: “Bermain Sair basah, bermain api hangus”. Dalam pemaknaan bebas, artinya bisa begini: jika tidak ingin mendapat celaka atau bencana, jangan coba-coba mendekati sumber bencana. Jadi, kenali betul bahwa sesuatu itu memang sumber bencana atau bukan. Nasihat tersebut jadi relevan sekali jika dikaitkan dengan kasus Golden Saving, sebuah program *money game* yang melibatkan Meirizal Zulkarnaen, seorang mantan wartawan yang sebelumnya juga menjadi pelaku aktif *money game* ala Probest.

Kita diingatkan, bahwa *money game* atau skema piramid bisa menyergap siapa saja tanpa kecuali. Tidak peduli yang atau yang muda, intelektual atau orang bodoh, pejabat atau masyarakat biasa, perempuan karir atau ibu rumah tangga, militer atau sipil, melek teknologi maupun gagap teknologi, kalangan agamawan atau warga biasa, orang kota atau orang desa, semuanya bisa jadi pelaku sekaligus korbannya.

Sebagian orang jadi korban *money game* adalah murni karena ketidaktahuan mereka. Mereka orang-orang lugu dalam hal investasi, tetapi menginginkan uangnya tumbuh lebih cepat. Jadi, ada unsur *greedy* juga di sini sehingga mereka mudah terbujuk oleh janji-janji gombal pelaku *money game*. Biasanya, jumlah mereka ini mayoritas dalam setiap kasus ambruknya *money game*.

Sebagian lagi jadi korban karena terlambat angkat kaki dari sumber masalahnya, sekalipun mereka tahu persis risiko maupun culasnya bisnis *money game* ini. Mereka terjerat oleh sistem yang memang tidak dirancang untuk memberikan keamanan selain bagi *mastermind* program ini. Mereka ini orang-orang pintar yang sengaja menempuh jalan kriminal terselubung demi mengeruk keuntungan sebesar-besarnya. Mereka tega mengorbankan orang lain demi keuntungan sendiri. Nah, kelompok inilah yang sejatinya merupakan musuh masyarakat.

### Dari Probest ke Golden Saving

Awalnya, Meirizal Zulkarnaen adalah wartawan mendiang tabloid *Marketing* yang mengaku sangat kritis terhadap bisnis *money game* (*Jawa Pos*, 13/8/03). Ia membuat tulisan berjudul “Awis Probest Money Game Gaya Baru” di

tabloidnya dan membuat Probest merah telinganya. Bisnis *money game* berkedok MLM, kadang disebut *network marketing*, dan kemudian juga diklaim bisnis *e-commerce* atau *trading* ini dianggap Meirizal hanya menjual mimpi belaka. Entah siapa yang punya ide, seorang member Probest menggoda Meirizal untuk bergabung dan membuktikan sendiri “kehebatan” bisnis tersebut. Tampaknya, rayuan maut itu benar-benar memabukkan.

Dari semula sangat kritis, mendadak Meirizal melunak dan menyerah “begitu saja”. Agak aneh memang! Lalu dengan logika untung-untungan alias iseng-iseng berhadiah, ia menanamkan uangnya sebesar Rp10 juta ke Probest, perusahaan yang didirikan Burhan Sofyan tahun 2000 ini. Dan persis seperti yang dipromosikan, mantan redaktur pelaksana majalah *D&R* serta aktivis ISAI ini bisa mendapat keuntungan hingga 7.000 dollar AS dan sempat masuk dalam jajaran 20 *top leader* Probest.

Entah karena bermasalah dengan tempatnya bekerja atau karena tergiur untuk lebih habis-habisan di Probest, Meirizal mengakhiri profesinya sebagai wartawan. Bahkan, selain jadi member, Meirizal juga pernah diberi jabatan sebagai Manajer Humas (PR) Probest. Ketika Probest yang mekar tahun 2001 itu mulai goyah pada akhir 2002, ia juga sempat menjabat Sekjen Forum Komunikasi Mitra Bersama (FKMB) Probest. Meirizal juga aktif membela Burhan Sofyan yang saat itu mulai digugat oleh para mantan member Probest yang merasa ditipu.

Rontoknya Probest tidak menjadikan si kritis ini jera atau segera menyadari kekeliruannya. Sebaliknya, hanya selang beberapa bulan setelah Probest goyah, bisnis itu justru menginspirasi Meirizal untuk mendirikan *money game* baru berjudul Golden Saving. Bersama eks jajaran 20 *top leader* Probest I Ketut Sukreta dan Adlin Suci Setiawati (mantan pimpinan Probest Bogor), alumnus Fakultas Ushuludin IAIN Syarif Hidayatullah Jakarta, ini mendirikan PT Arthamulia Ereska Pratama (Golden Saving). Meirizal jadi direktur, rekannya Ketut Sukreta jadi direktur utama, dan Suci Setiawati sebagai komisarisnya.

### Rontok di Bulan Ketiga

---

Berkantor di Wisma Pondok Indah, Jakarta Selatan, Golden Saving mulai beroperasi pada Maret 2003. Dengan moto "Trust is Everything" perusahaan ini sanggup menarik minat ratusan member, yang sebagian di antaranya adalah pemain-pemain lama di Probest. Sebagaimana kasus-kasus terdahulu, para pelaku utama *money game* atau skema piramid (baik operator atau member) biasanya adalah orang-orang yang sama, atau mereka yang sudah berpengalaman menjalankan modus serupa. Bentuk programnya bisa berbeda-beda, kedoknya bisa apa saja, tetapi modus operandinya hampir sama. Mereka inilah yang tahu kapan masanya membujuk calon korban bergabung dan kapan harus mengambil langkah seribu setelah mendapatkan hasilnya.

Golden Saving menjual paket-paket investasi masing-masing seharga Rp11 juta plus biaya administrasi Rp1 juta. Untuk setiap paket itu, member akan mendapatkan koin emas kadar 99,99 karat seberat 100 gram (1 gram). Tapi tunggu dulu, emas sejumlah itu tidak langsung diberikan seluruhnya ke member. Dengan dalih sistem bagi hasil, maka member hanya akan menerima 10 gram emas dari uang yang disetor sebesar Rp12 juta. Sisanya yang 90 gram, katanya, akan "diputar" oleh perusahaan di bursa emas berjangka di London, Inggris. Sementara per paketnya member dijanjikan imbal hasil sebesar 40 persen (sekitar Rp4,5 juta) dalam 30 hari atau 480 persen per tahun! Bandingkan saja dengan rata-rata bunga deposito waktu itu yang tak jauh-jauh dari angka 10-12 persen per tahun. Luar biasa, bukan?

Menurut penuturan Meirizal kepada *Jawa Pos* (12/8/03), pada bulan Maret 2003 member Golden Saving mencapai 358 orang dan sebulan berikutnya melonjak nyaris dua kali lipat, yaitu 660 orang. Anehnya, sebagian besar membernya justru berasal dari Surabaya, bukan di Jakarta. Dari jumlah member tersebut, paket investasi yang terjual mencapai 1.458 buah sehingga Meirizal c.s berhasil menangkuk dana sebesar Rp18 miliar atau setiap member rata-rata mengambil dua paket lebih. Dengan begitu, setiap bulannya Golden Saving harus cari untung untuk dibayarkan pada membernya sebanyak Rp6,561 miliar.

Dengan sistem gali lubang tutup lubang, bisa saja investasi member sebagian digunakan untuk membayar imbal hasil. Manakala member merasakan hasil investasinya, mudah sekali menggoda mereka menambah investasinya, sekaligus menggoda banyak member baru bergabung. Namun, modus ini punya risiko pasti. Kewajiban bayar perusahaan akan semakin membesar seiring bertambahnya jumlah paket yang terjual atau member baru. Ujung-ujungnya adalah: investasi member yang baru masuk digunakan untuk membayar member yang masuk lebih dulu.

Dan bisa ditebak akhirnya. Manakala perusahaan mulai tidak bisa memenuhi janji-janjinya, member pasti segera resah. Konon karena berbagai alasan, perputaran investasi ke bursa emas berjangka di London tidak bisa dilakukan. Uang untuk membayar imbal hasil ke member pun akhirnya didapat dengan cara gali lubang tutup lubang. Member yang sempat mencapai 660 orang setelah beroperasi sebulan (Maret), mendadak merosot drastis menjadi 357 pada bulan kedua (Mei), dan akhirnya tinggal 110 orang pada saat Golden Saving ditutup pada 28 Juni 2003. Namun, penutupan itu jelas menyisakan persoalan pelik bagi Meirizal yang tiba-tiba ditinggal kabur oleh Ketut Sukreta dan Suci Setiawati.

### Berbuntut Penculikan

Setelah Golden Saving ditutup, Meirizal masih mampu mencairkan dan mengembalikan uang member sebesar Rp18 miliar. Sialnya, masih ada sisa kewajiban perusahaan kepada 150 member sebesar Rp4 miliar. Meirizal mencoba bertanggung jawab dan berjanji akan menyelesaikan seluruh kewajibannya. Lagi-lagi aneh kedengarannya. Bagaimana bisa dua penanggung jawab lainnya tiba-tiba menghilang? "Saya dipasang jadi banper," keluh Meirizal. Agaknya, kini giliran dia yang dikorbankan oleh pelaku *money game* yang mungkin lebih senior dibanding dirinya.

Ternyata, tidak mudah menyelesaikan kewajiban yang Rp4 miliar itu manakala kondisi Meirizal berada di titik nadir. Sebagian dari 150 member Golden Saving sampai menyewa *debt collector* untuk menekan Meirizal supaya melunasi kewajibannya. Masalah jadi tambah runyam manakala pada 29 Juli 2003, *debt collector* yang disewa menculik Muhammad Hegel Muthahhari, anak Meirizal. Syukurnya, penculikan segera berakhir dan Hegel dapat kembali ke rumah dengan selamat pada 7 agustus 2003. Namun, urusan Meirizal dengan nasabah tidak otomatis berakhir. Ia yang sebelumnya sempat ditahan bersama Burhan Sofyan karena kasus Probest, selanjutnya harus ditahan lagi pada 2 Oktober 2003 di Polres Jakarta Selatan untuk pemeriksaan kasus Golden Saving. Sampai di situ saja perhatian media masa terhadap kasus yang menimpa mantan kolega mereka itu.

Dari kasus ini, sekali lagi kita bisa belajar bahwa *money game* itu bisa menghancurkan kehidupan siapa saja, kapan saja, dan di mana saja. Banyak rumah tangga bisa goyah, martabat dan masa depan keluarga bisa hancur, hanya karena bisnis penggandaan uang yang semula dilakukan dengan alasan iseng-iseng semata. Jadi, kalau mau aman dan tidak ingin jadi korban, jangan sekali-sekali bermain api dengan *money game* atau skema piramid. Cepat atau lambat, permainan itu bisa membakar siapa saja!(ez)

**Tekan Pihak Berwenang!**

Apa langkah yang telah dan akan terus dilakukan APLI terhadap perusahaan *money game*? Karena perusahaan tersebut sangat menyedihkan, dan terus memakan korban seperti di daerah asal kami, Wonosobo, Jateng. Kemana kami harus melaporkan? Mohon APLI bisa menekan pihak yang berwenang agar segera menutup perusahaan *money game* di Wonosobo (Sami Jaya).

**JAMALUDIN**  
2/7/2006

*APLI telah menerima berita tersebut dan sudah melaporkan kepada Departemen Perdagangan untuk ditindaklanjuti bersama dengan kepolisian. Karena statusnya "delik aduan", APLI tanpa bosan-bosan akan terus berkomunikasi dengan instansi terkait. Akan banyak membantu bila mass media juga ikut memberitakan kejadian-kejadian semacam ini.*

**MLM Iklan**

Saya memiliki usaha penerbitan media dan menerapkan metode *client get client* untuk meningkatkan pendapatan iklan. Tetapi saya menerapkan metode berjenjang sebanyak 6 level kepada *client* saya dalam pembagian komisi pemasangan iklan dengan tujuan memberikan apresiasi atas jasa mereka. Tidak ada kewajiban pembelian produk maupun tutup poin dalam program saya. Komisi hanya diberikan jika ada *client* lama mendapatkan *client* pemasangan iklan baru. Apakah saya harus memiliki IUPB?

**Y RASHYID**  
1/27/2006

*Semua usaha rekruting secara berjenjang harus memiliki IUPB (Ijin Usaha Penjualan Berjenjang) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan RI.*

**Goldquest/Quest.net**

Apakah Goldquest/Quest.net merupakan bisnis piramid? Apakah sudah ada tindakan preventif maupun prosedural yang dilakukan bila Goldquest beredar lengkap di Indonesia?

**BUDIYANTO**  
1/23/2006

*Karena Goldquest bukan anggota APLI, kami tidak tahu banyak tentang perusahaan tersebut. Namun sepanjang pengetahuan kami, perusahaan tersebut belum memiliki IUPB (Ijin Usaha Penjualan Berjenjang) dari Departemen Perdagangan RI sebagai sah/legalnya sebuah usaha MLM beroperasi di Indonesia. Kalau hanya beroperasi berdasarkan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) saja, belum dikatakan sah. Tentang tindakan hukum itu wewenang pemerintah, bukan wewenang APLI sebagai Asosiasi.*

**Menindak Non-APLI**

Saya distributor MLM. Saya ingin menanyakan kenapa APLI tidak menindak tegas perusahaan non-APLI? Karena

walaupun mereka tidak terdaftar di APLI, mereka masih beroperasi. Ini kan dapat merugikan orang awam dan distributor MLM sendiri?

**WAHYU IRAWAN**  
1/24/2006

*Bukan wewenang APLI untuk menindak perusahaan-perusahaan tersebut. Namun APLI dapat membantu menyampaikan laporan/informasi dari masyarakat kepada Departemen Perdagangan RI, yang berwenang memberikan perizinan perusahaan untuk beroperasi. Persyaratan dapat beroperasinya sebuah perusahaan MLM bukan dari APLI, tetapi harus memiliki IUPB dari Deperdag. Hanya memiliki SIUP saja tidak sah menjalankan usaha MLM. Yang berwenang menindak adalah pemerintah.*

**Prima Global Karya**

Baru-baru ini saya mendapat tawaran bisnis jaringan yang menjual alat penghemat listrik. Namun keuntungan didapat dengan merekrut anggota baru 15 orang di bawah saya sampai 5 level. Untuk mendapat alat tsb harus bayar Rp350.000,- di mana harga produknya Rp100.000,- dan harus menyeter masing-masing Rp50.000 untuk 5 orang di atasnya (Rp250.000). Perusahaan itu bernama PT. Prima Global Karya dengan alamat Gd. IBEC Lt.2 Jl.K.H Wahid Hasyim No.84-88, Jakpus-10340. Telp:021-3908481,70631150. Perusahaan ini baru berdiri 30 Juni 2005 lalu, terlihat dari surat izin legalitas dari Deperdag, Depkeu, Dephukam, dll. Hadiah baru diberikan bila anggota tsb telah mencapai level 2 dst, tapi *full matrix*. Apakah bisnis ini termasuk skema piramida?

**DIEKY IRAWAN**  
1/20/2006

*Ini yang disebut skema piramida. Pada MLM murni tidak ada setoran uang kontan kepada upline. Keuntungan harus diperoleh dari pembelanjaan dan bukan dari rekruting. Usaha MLM atau network marketing harus memiliki IUPB (Ijin Usaha Penjualan Berjenjang) dari Departemen Perdagangan. Bila hanya dengan SIUP saja tidak sah menjalankan usaha MLM.*

**Voucher Key**

Saya seorang mahasiswa saat ini tertarik dengan sebuah MLM yang bernama Voucherkey. Apakah MLM itu memiliki izin dan tidak terlibat *money game*?

**SELFITA**  
1/18/2006

*Perusahaan tersebut bukan anggota APLI. Mengenahi izin usahanya, Anda dapat menanyakan langsung kepada Dirjen Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan, Departemen Perdagangan RI, di Tlp. 021 385 8148 Ext. 1181. Karena MLM yang sah harus mempunyai IUPB (Ijin Usaha Penjualan Berjenjang). Kalau hanya memiliki SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) saja tidak sah.*

**THE 8th HABIT**

Oleh: Stephen R. Covey  
 Penerbit: Gramedia Pustaka Utama, 2005  
 Halaman: xv+598 hal  
 Format: *hard cover*

Masalah-masalah dunia dewasa ini sudah semakin kompleks. Pada titik tertentu, masalah-masalah tersebut sudah tidak bisa lagi diatasi hanya dengan mengandalkan tujuh kebiasaan manusia yang efektif. Kini, permasalahan dalam bidang usaha maupun dunia umumnya, harus diatasi dengan sebuah paradigma baru, yaitu budaya unggul. Inilah tema sentral alam karya terbaru Stephen R. Covey. Sebuah budaya yang mengutamakan keunggulan perilaku yang agung, yang melampaui sekadar efektivitas diri, tapi lebih kepada kebermaknaan karena bisa berbuat yang lebih berarti bagi banyak orang. Menggapai kebermaknaan dan keagungan diri, itulah yang menurut Covey merupakan panggilan terdalam dan pamungkas dalam diri manusia. Karena panggilan terdalam ini memiliki konsekuensi yang positif dan sangat bermanfaat bagi umat manusia, maka Covey yakin, inilah saatnya bagi semua pemimpin --dalam level apa pun-- untuk segera menjadikan budaya unggul sebagai paradigma utama dalam memimpin. Boleh dikata, jarang sekali ada pemikiran paradigmatis yang begitu berpengaruh seperti teori-teori Covey selama ini. Oleh sebab itu, buku ini sangat layak dibaca, dikoleksi, dan diaplikasikan oleh siapapun yang merasa dirinya adalah seorang leader sejati.\*

**ON BECOMING A PERSONAL EXCELLENT**

Oleh: Drs. Waidi, MBA.Ed.  
 Penerbit: Elex Media Komputindo, April 2006  
 Halaman: xx+171  
 Format: buku saku

Mengembangkan potensi diri adalah topik yang belakangan sangat marak dibicarakan, baik dalam seminar-seminar, pelatihan, atau dalam bentuk tulisan berupa buku dan artikel-artikel. Buku yang ditulis oleh seorang dosen, trainer berbasis NLP, sekaligus *entrepreneur* ini juga berkulat habis pada seluk-beluk pengembangan diri. Buku yang merupakan kumpulan artikel-artikel pendek ini seluruhnya berbicara masalah bagaimana seseorang dapat menggali dan menemukan yang terbaik dari dalam dirinya. Pembaca akan dibimbing untuk menyadari segala potensi diri melalui artikel-artikel ringan yang inspiratif dan menggugah semangat. Sebagian artikel mengupas pengalaman-pengalaman orang-orang sukses, sebagian lagi mengisahkan perjuangan penulisnya dalam memaknai hidup dan meraih cita-citanya. Semua ditulis dalam bahasa yang ringan dan menggugah. Satu hal lagi, buku ini juga berusaha mendekatkan pembacanya kepada keberadaan Sang Khalik sebagai Aktor Utama dalam kehidupan kita. Tak heran, sekalipun premis-premis yang dikumandangkan berbasis bahasa NLP, namun nuansa yang dibangun pun mengesankan kuatnya perspektif spiritual. Jadi, tak ada salahnya mengoleksi buku ini sebagai teman untuk mengembangkan diri.\*

**SIMPLIFY YOUR LIFE WITH ZEN**

Oleh: Ponijan Liaw & Andrew Ho  
 Penerbit: Elex Media Komputindo, 2006  
 Halaman: xiv+82

Tidak ada yang berani membantah kehebatan dongeng sebagai media pembelajaran dan penyampai nilai-nilai luhur. Itu pula yang coba diusung oleh dua penulis buku-buku pengembangan diri ini melalui 35 kisah Zen yang menarik, inspiratif, dan mencerahkan. Lebih menarik lagi, kisah-kisah pilihan ini sengaja disusun sedemikian rupa sehingga menjadi sangat relevan dengan keberadaan manusia di zaman modern, yang penuh dengan persoalan kompleks. Dan ajakan buku ini cukup simpatis, yaitu menyederhanakan kompleksitas masalah hidup zaman modern ini dengan inspirasi-inspirasi yang menggugah kesadaran kita. Pembaca diajak untuk berpikir sederhana, namun langsung menusuk kepada hakikat kehidupan. Pembaca tidak diajak untuk lari dari masalah, namun

justru diajak menyelesaikan masalah melalui jalan yang penuh kearifan, kesederhanaan berpikir, dan masuk ke dalam esensi-esensi nilai-nilai kehidupan. Ini tidak mengherankan mengingat kisah-kisah Zen umumnya memang ditujukan untuk mencerahkan dan membuat manusia tidak kehilangan jati dirinya saat menghadapi beragam problema hidup. Dari ke-35 kisah Zen ini, kedua penulisnya selalu membubuhinya dengan pemaknaan atau penerjemahan pesan. Ini sangat membantu pembaca dalam menangkap inti pesan kisah-kisah tersebut. Di sisi lain, pembaca sebenarnya juga bisa menggunakan "hak prerogratifnya" untuk memaknai sendiri setiap kisah tersebut. Buku ini layak dijadikan sebagai bacaan renungan. Buku ini bisa menjadi alat bercermin bagi kita yang ingin lebih mengenal jati diri sendiri. Itulah kelebihan buku ini. Namun, ada kelebihan lainnya. Selain cocok sekali bagi masyarakat modern yang merindukan nilai-nilai luhur dalam kehidupan, kisah-kisah ini juga bagus untuk diteruskan ke anak-anak dan orang muda umumnya.\*

## Semua Keranjinan Duit, Sedikit yang Paham

Oleh: Rab A. Broto\*



Rab A. Broto

Lonjakan harga bahan bakar minyak (BBM) otomatis diikuti ‘penyesuaian’ harga bahan pokok, baik untuk keperluan industri maupun rumah tangga biasa. Khususnya warga masyarakat berpenghasilan tetap kenaikan tersebut tentu saja menuntut ‘akrobat’ yang lebih lihai untuk bisa memenuhi segala kebutuhan.

Betapa tidak karena penghasilan yang jelas sudah mini kemampuannya karena nilai uang terus merosot, bahkan bila tak ada kenaikan sekalipun, untuk menutup berbagai kebutuhan. Kini daya beli uang kian terpankaskan. Bila semula bisa dibelikan lima buah barang, sekarang paling banyak hanya mendapat empat buah.

Kondisi ini tentu saja membuat kalut banyak orang. Intinya khawatir bahwa barang dan jasa semakin mahal sementara nilai uang terus merosot tak terkendali. Belum lagi bila terjadi kelangkaan pasokan entah karena ditimbun atau memang sengaja diganggu distribusinya. Juga ancaman pemutusan hubungan kerja yang mengiringinya.

Secara umum parahnya kondisi kian menegaskan interaksi antara manusia dan uang akan semakin ekstensif dan merasuk dalam di semua bidang kehidupan. Ironisnya saking terbiasanya orang sering tidak lagi mempermasalahkan hubungan saling mempengaruhi tersebut. Banyak terkesan pasrah, tak terkecuali di kalangan pengambil keputusan.

Singkatnya saat berhubungan dengan uang—setelah saking seringnya—orang menanggapi nyaris selalu secara

otomatis. Memang itulah yang seharusnya terjadi karena bisa dibayangkan betapa ruwet dan menguras energi bila orang setiap kali harus berpikir keras saat memutuskan akan membeli sesuatu atau mengeluarkan uang.

Sayangnya, kondisi nyaris otomatis ini juga tak menjamin orang yang bersangkutan akan aman-aman saja. Yang sering terjadi reaksi yang seolah sudah jadi refleks dan jadi urusan bawah sadar ini malah mengekalkan ketidakberdayaan seseorang yang berakar pada ‘kesalahan persepsi dan asumsinya’ terhadap duit.

### Sedikit yang Paham

Mengutip Sheldon Litt, pakar psikoterapi Amerika, dalam esainya di situs [www.positivehealth.com](http://www.positivehealth.com), kita semua sangat keranjinan uang, tapi tidak banyak yang memahaminya dengan baik. “Ada sejumlah buku yang mencoba menerangkan subjek yang rumit dan sangat emosional. Malangnya upaya itu hanya menambah kebingungan.”

Sisi positifnya, timpal James W. Gottfurcht, kupasan soal keuangan pribadi yang berorientasi pada tinjauan psikologis ini menjadi kian populer. Psikologi, lanjut psikolog klinis yang berpengalaman 24 tahun bekerja sama dengan konsultan keuangan ini, juga menjadi topik hangat di kalangan industri jasa keuangan,

khususnya di Amerika.

Penjelasan atas aktualitas tersebut, papar Gottfurcht, salah satunya karena kalangan industri menyadari bahwa duit adalah soal yang penuh dengan muatan emosional. Kebanyakan penasehat keuangan di AS, tambah dia, kini



Sumber masalah atau solusi?

Foto: Istimewa

---

---

memahami bahwa keputusan tak rasional berawal dari pengalaman masa kecil (*childhood*) dan soal pemrograman psikologis.

Presiden Psychology of Money Consultants, perusahaan yang berkantor pusat di Los Angeles, itu memastikan bahwa uang ibaratnya sudah menjadi bagian standar operasi perangkat lunak dalam pikiran manusia. "Saya sepenuhnya yakin konsep uang ini kian penting lagi daripada di waktu lalu dan bekerja dengan cara yang sama sekali baru."

Sementara itu, Gottfurcht dalam di situs [www.psychologyofmoney.com](http://www.psychologyofmoney.com) menuturkan bahwa bagi sebagian orang uang adalah sesuatu yang bisa sangat dinikmati. Mereka sangat nyaman dalam hubungannya dengan soal keuangan. Namun, katanya, sangat boleh jadi kekhawatiran terkait soal keuangan kini menjadi sumber stres dan derita yang terbesar.

"Masalah itu bahkan lebih mengkhawatirkan dalam kehidupan seseorang daripada soal kesehatan, hubungan dengan orang lain, perilaku kecanduan dan gangguan seksual. Bagi banyak orang yang sangat adaptif dan kinerjanya tak diragukan lagi sekalipun, uang memicu kecemasan, menyebabkan konflik dan menyemai ketakutan."

Pengalaman menekan terkait soal uang, kata dia, juga menyebabkan gangguan fisik maupun mental seperti kurang tidur, tekanan darah tinggi, sakit kepala, serangan kecemasan, depresi, pertarungan kekuatan yang intens dan adu dalih. Selain itu juga bertanggung jawab pada peningkatan masalah kecanduan dan kompulsi.

#### Ada Peluang

"Orang-orang berjuang untuk lepas dari stres finansial dengan minum alkohol, mengkonsumsi obat terlarang dan seks atau mencoba mengatasi dengan berjudi, membeli lotre dan main saham jangka pendek. Masalah keuangan mirip puncak gunung es. Kesulitan yang ada di bawah permukaan air berlipat kali banyak dan besarnya."

Tapi serupa dengan yang lain, kata Gottfurcht, problem finansial juga mempunyai sisi peluang atau kesempatan di samping bahaya. Dengan memecahkan berbagai kesulitan yang diakibatkan oleh uang, tambahnya, kita dapat mengatasi halangan terbesar untuk meraih kebahagiaan dan hidup bermakna.

Prinsipnya, imbu dia, kita dapat mengurangi kekhawatiran finansial, ketakutan dan perilaku tak rasional. Semua masalah dan pengalaman penuh derita, yang pada sejumlah orang dianggap sangat memalukan sehingga menolak untuk membicarakannya, itu bisa diupayakan digeser dengan keyakinan, kedamaian pikiran dan tindakan rasional.

Kunci dari semua itu, papar Gottfurcht, adalah lewat pendekatan membangun harga diri (*self esteem*) pada orang

---

---

**"Masalah keuangan mirip puncak gunung es. Kesulitan yang ada di bawah permukaan air berlipat kali banyak dan besarnya."**

---

---

yang bermasalah (klien). "Klien bukan orang yang tidak cerdas dan perlu diadili. Analogi yang juga saya katakan pada banyak klien saya adalah: jika tak dapat bicara Yunani atau Latin, apakah itu salah Anda?"

Kecuali seorang mengajarkan bunyi kata-kata, tata bahasa, dan ejaannya, kata dia, bagaimana mungkin Anda bisa berbicara dalam bahasa tersebut? Dari analogi itu, kata dia, pengalaman menunjukkan bahwa kejadian mirip menjelaskan mengapa 97 persen orang Amerika tidak dapat pensiun dengan kebebasan finansial.

"Orang tua, kerabat, dan guru tidak menyediakan kepada kiat, prinsip, panduan dan pengalaman, baik secara psikologis maupun finansial, untuk menciptakan kesejahteraan. Karena itu tak heran bila berkaitan dengan urusan uang, kebanyakan dari kita merasa, "Itu semua adalah bahasa Yunani dan Latin bagiku!"

Ungkapan di atas bisa menjadi introspeksi bagi kita sudahkah sebagai orang dewasa dan terlebih orangtua yang bertanggung jawab, punya kontribusi untuk mengurangi persoalan duit ini? Kesadaran dan pemahaman yang diperlukan setidaknya untuk memetakan masalah dan selanjutnya mencari pemecahannya agar tak terulang lagi. □

*\* 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. Bukunya berjudul "Psikologi Duit" akan segera terbit. Ia dapat dihubungi di e-mail: [nauram@yahoo.com](mailto:nauram@yahoo.com).*

**Amway Luncurkan Nutrilite Saw Palmetto and Nettle Root**

Pada tanggal 20 Januari 2006 di Jakarta International Club, PT Amway Indonesia meluncurkan *Nutrilite Saw Palmetto and Nettle Root*, yaitu seri terbaru Nutrilite, yang dihadirkan sebagai ‘sahabat’ kaum pria dalam menjaga kesehatan kelenjar prostat mereka. Acara peluncuran dihadiri oleh Koen Verheyen (Presiden Direktur PT Amway Indonesia), Tina Prabowo (Senior Manager Marketing & Corporate Communications), serta menghadirkan psikiater dan seksolog ternama Dr Naek L Tobing untuk membahas permasalahan kelenjar prostat dan hubungannya dengan fungsi organ seks pria. Dengan peluncuran produk ini, Amway juga menargetkan kenaikan total penjualan sebesar 20 persen pada tahun 2006 ini. Koen Verheyen menyatakan, Amway Indonesia optimis produk baru ini akan disambut positif oleh pasar. Ini didasari oleh reputasi Nutrilite sebagai salah satu *food supplement* terlaris di dunia (data dari *Euromonitor*, lembaga riset independen internasional) dan telah memiliki sertifikasi halal. Sementara itu, menurut Naek, sekitar 60 persen pria berusia 50 tahun ke atas mengalami pembesaran kelenjar prostat, dan ini berpengaruh terhadap kemampuan organ seksual pria. “Sekarang ini pembesaran kelenjar prostat mulai menyerang pria berusia di bawah 50 tahun,” kata Naek L Tobing. Ia menyarankan supaya ada upaya preventif sejak dini, yaitu dimulai sekitar usia 35 tahun. Demikian siaran pers dari PT Amway Indonesia (2/2). Selengkapnya klik: [www.amway.co.id](http://www.amway.co.id).\*

**Aksi Sosial CNI di Rumah Singgah, Panti Asuhan, dan Panti Jompo**

Awal tahun 2006 lalu, CNI (PT Citra Nusa Insan Cemerlang) menggelar kegiatan sosial di rumah-rumah singgah anak jalanan, panti-panti asuhan, dan rumah jompo di Jakarta. Acara yang diberi tema “Dapur Mie Keliling CNI” ini memberikan sajian Mie Sehati Ginseng, salah satu produk makanan CNI. Acara dilangsungkan tujuh hari berturut-turut, mulai tanggal 3-9 Januari 2006 di lima wilayah DKI Jakarta. Acara antara lain diadakan di PSAA Putra Utama 01, Klender dan Sanggar Anak Akar (Jaktim), Panti Sosial Tresna Werdha Budi Mulya 5 dan Anak Asuh TPA Realis (Jakbar), Program Anak Asuh Akrimah, Rumah Singgah Yayasan Dian Mitra dan LPPTM Kesan (Jakpus). Berikutnya dilanjutkan di Rumah Belajar Anak Jalanan Sekar dan PSAA Putra Utama 02 Plumpang (Jakut), Panti Asuhan Al Mubarakah, Lebak Bulus, Panti Asuhan Desa Putra (Jaksel), Rumah Singgah Kurnia (Jaktim), PST Werdha Melanie Ciputat dan Rumah Singgah DILTS Foundation (Jaksel). Dalam kegiatan ini, CNI dibantu oleh para mitranya yang memasak dan menyajikan mie untuk rata-rata sekitar 100 orang. Tak kurang dari 2000 bungkus mie disediakan untuk rangkaian acara tersebut. Demikian siaran pers yang dikeluarkan CNI (1/3). Selengkapnya, klik: [www.cni.co.id](http://www.cni.co.id).\*

**INFO REDAKSI**

**APLI Menjadi Tempat Mencari Informasi dan Kepastian**

Menarik sekali mengamati ramainya rubrik tanya jawab dalam website APLI ([www.apli.or.id](http://www.apli.or.id)) yang diasuh dan dijawab langsung oleh Ketua APLI Helmy Attamimi. Berbagai pertanyaan, tanggapan, komentar, dan informasi datang dari berbagai lapisan masyarakat. Ada yang melaporkan indikasi *money game*, mengecek keanggotaan sebuah perusahaan DS/MLM, ada yang mau membuat skripsi, sampai yang meminta APLI bertindak --layaknya polisi atau pemerintah-- lebih tegas lagi terhadap skema piramid dan *money game*. Sekalipun seruan dan “tuntutan” semacam ini sudah sering datang ke APLI, dan sudah dijawab dengan baik pula oleh pengasuh rubrik ini, namun seruan dan tuntutan itu tak pernah berhenti datang ke APLI. Ini pertanda bahwa APLI menjadi harapan dan tumpuan para pelaku DS/MLM yang sah supaya menjaga dan melindungi keberadaan mereka dari serbuan program-program penipuan macam skema piramid dan *money game*. Untuk menggambarkan suasana hati dan aspirasi masyarakat pelaku DS/MLM itulah maka dalam setiap edisinya *INFO APLI* selalu memuat email-email dari masyarakat tersebut dalam rubrik Surat Pembaca. Semoga informasi tersebut berguna.\*

**INFO SEKILAS**

**Koleksi buletin INFO APLI Anda tidak lengkap? Anda ingin mendapatkan artikel-artikel menarik sebelumnya? Mudah sekali. Klik saja:**

**[www.apli.or.id](http://www.apli.or.id)**

Lalu, kunjungi Rubrik Buletin, dan temukan koleksi lengkap INFO APLI dalam format PDF. Jadikan buletin ini sebagai sumber informasi industri DS/MLM terpercaya dan satu-satunya.