

INFO APLI

Memajukan Industri Penjualan Langsung di Indonesia

www.apli.or.id

Edisi XXXV/Januari-Maret 2007

SAJIAN EDISI INI

FOKUS

Pengurus APLI 2007-2009: Peluang, Tantangan, dan Harapan

WAWANCARA

Helmy Attamimi:

"Do the best according to your knowledge, I do according to the best of my knowledge."

KOLOM MOTIVASI

No Magic, Only Basic

BASIC DIRECT SELLING

Mengembangkan Diri Sebagai Sebuah *Brand*

DISTRIBUTOR FAST TRACK

5 Prinsip Membangun *Personal Brand*

BUKU PILIHAN

Anda Luar Biasa!!!

ANALISIS PIRAMID

Serbuhan *Money Game* ke Pinggiran dan Pedesaan

SELF-DEVELOPMENT

Eni Kusuma: Memanfaatkan Kesempatan dalam Kesempatan



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

EDITORIAL

Dukung Pengurus dan Mari Maju Bersama-sama!

Akhirnya, pada 1 Februari 2007 lalu, Helmy Attamimi (Ketua APLI periode 2004-2006) terpilih kembali sebagai Ketua Umum APLI untuk periode 2007-2009. Dan sekarang, pengurus APLI yang baru terbentuk sudah. Di depan telah membentang beragam tantangan dan peluang yang harus dipecahkan. Masih banyak PR yang harus dikerjakan, dan hal itu butuh kebersamaan. Tanpa kebersamaan, apalah jadinya APLI. Bukankah demikian?

Sudah merupakan suatu kewajaran apabila suatu kepengurusan sebuah organisasi terbentuk, maka akan ada begitu banyak harapan dari para anggotanya. Begitu pula yang diemban oleh pengurus APLI yang baru terbentuk saat ini. Akankah semua aspirasi dan harapan tersebut bisa dipenuhi oleh pengurus APLI yang baru?

Banyak perubahan dalam susunan kepengurusan APLI saat ini. Yang paling menonjol adalah munculnya "darah baru", selain sejumlah muka lama yang dipertahankan karena pengalaman maupun dedikasinya. Munculnya figur-figur baru ini tentunya membawa angin segar sekaligus menumbuhkan harapan bahwa pengurus APLI mendatang akan bekerja lebih keras dan lebih baik lagi. Figur-figur baru selalu diidentikkan dengan ide-ide, gagasan-gagasan, semangat, serta keputusan-keputusan baru.

Tentu saja, gambaran di atas mendatangkan sebuah optimisme. Tetapi, galibnya sebuah organisasi, maka pengurus APLI pun tak akan bisa memenuhi semua harapan para anggotanya bila tidak mendapatkan dukungan yang sangat memadai. Program sebaik apa pun tidak akan efektif dan menemui sasaran tanpa dukungan para anggota. Oleh sebab itu, bagus tidaknya kinerja kepengurusan APLI periode mendatang, jelas sangat tergantung kepada para anggota APLI sendiri. Maka dari itu, baik pengurus maupun anggota harus selalu bersatu padu dan bekerjasama.*

- "Bagus tidaknya kinerja kepengurusan APLI periode mendatang, jelas sangat tergantung kepada para anggota APLI sendiri. Maka, baik pengurus maupun anggota harus selalu bersatu padu dan bekerjasama."

Pengurus APLI 2007-2009: Peluang, Tantangan, dan Harapan

Tidak mudah menjadi pengurus APLI. Mereka harus siap berkorban waktu dan tenaga. Inilah wajah kepengurusan APLI yang banyak didisi darah baru.

Pengurus APLI periode 2007-2009 yang dipimpin oleh Helmy Attamimi telah terbentuk. Banyak muka baru muncul dalam jajaran pengurus. Namun, beberapa tokoh berpengalaman yang selama ini menjadi motor penggerak APLI pun masih ikut melengkapi kepengurusan kali ini. Tampaknya, pengurus yang baru akan menghadapi tantangan tugas yang tak kalah beratnya dibanding pengurus-pengurus periode sebelumnya.

Selain persoalan-persoalan internal yang mesti terus dibenahi, pengurus APLI juga akan selalu dihadapkan pada serangkaian tantangan eksternal yang butuh *concern* sepenuhnya karena—langsung atau tidak langsung—mempengaruhi industri DS/MLM.

Nah, bagaimana para pengurus APLI menanggapi masalah-masalah di atas? Aspirasi-aspirasi apa saja yang hendak diserap dan diwujudkan dalam program-program mereka?

Rombak Besar-besaran

Helmy Attamimi, Ketua APLI terpilih mengakui bahwa ia telah menyusun dan merombak pengurus besar-besaran. Struktur pun diubah supaya mendekati apa yang menjadi tujuan dan misi APLI ke depan. “Saya butuhkan wakil ketua yang kuat,” tegas Helmy. Ia berharap supaya kerja pengurus kali ini lebih maksimal lagi mengingat banyaknya agenda yang harus dijalankan. Sekalipun tidak bisa menjamin pengurus akan bekerja maksimal, namun ia berharap agar semua yang terpilih sebagai pengurus dapat memberikan yang terbaik bagi APLI dan masyarakat.

Terkait dengan darah baru di kepengurusan APLI ini, Happy S. Tjandra dari PT Enespi Alam Indo (Sinergy Worldwide) mengaku optimis. “Kelihatannya pengurus kali ini *fresh* semua,” komentar Happy. “Ditunjang oleh mereka yang sudah berpengalaman, saya

yakin pasti ada perubahan.” Menurut Happy—yang baru kali ini masuk sebagai anggota pengurus bidang Pendidikan Anggota—masalah SDM harus lebih diperhatikan. “Kita harus perhatikan betul soal SDM ini. Saya berharap, dengan berkiprah di bidang ini, saya bisa berperan dalam pengembangan *skill, knowledge, attitude* dan motivasi,” jelas Happy.

Optimis

Banyaknya darah baru tampaknya mendatangkan aura baru pula. Dan, auranya adalah aura optimisme. Yulita Irwan dari PT Solaraja Persada Jaya menyatakan bahwa bisa jadi APLI ke depan akan semakin dipenuhi oleh berbagai aktivitas. “Asal jangan hangat-hangat tahi ayam aja ya he he he,” seloroh Yulita.

Yulita, yang sebelumnya menduduki pos bendahara dan kini menjadi anggota Dewan Ahli bidang Kode Etik, menyatakan optimis dengan kepengurusan kali ini. “Dengan adanya darah baru di pengurus, mungkin ini akan membawa juga hal-hal baru,” kata Yulita.

Menurut Yulita, sebenarnya mereka bukan orang-orang baru sama sekali di industri DS/MLM. Tapi, mereka baru kali ini saja masuk dalam kepengurusan APLI. “Saya pikir itu pasti ada kelebihan juga,” kata Yulita. “Saya hanya ingatkan, kita di APLI itu bekerja tanpa pamrih. Kita harus siap berkorban waktu dan tenaga. Kita juga harus bersedia pontang-panting,” tambah Yulita.

Aspirasi

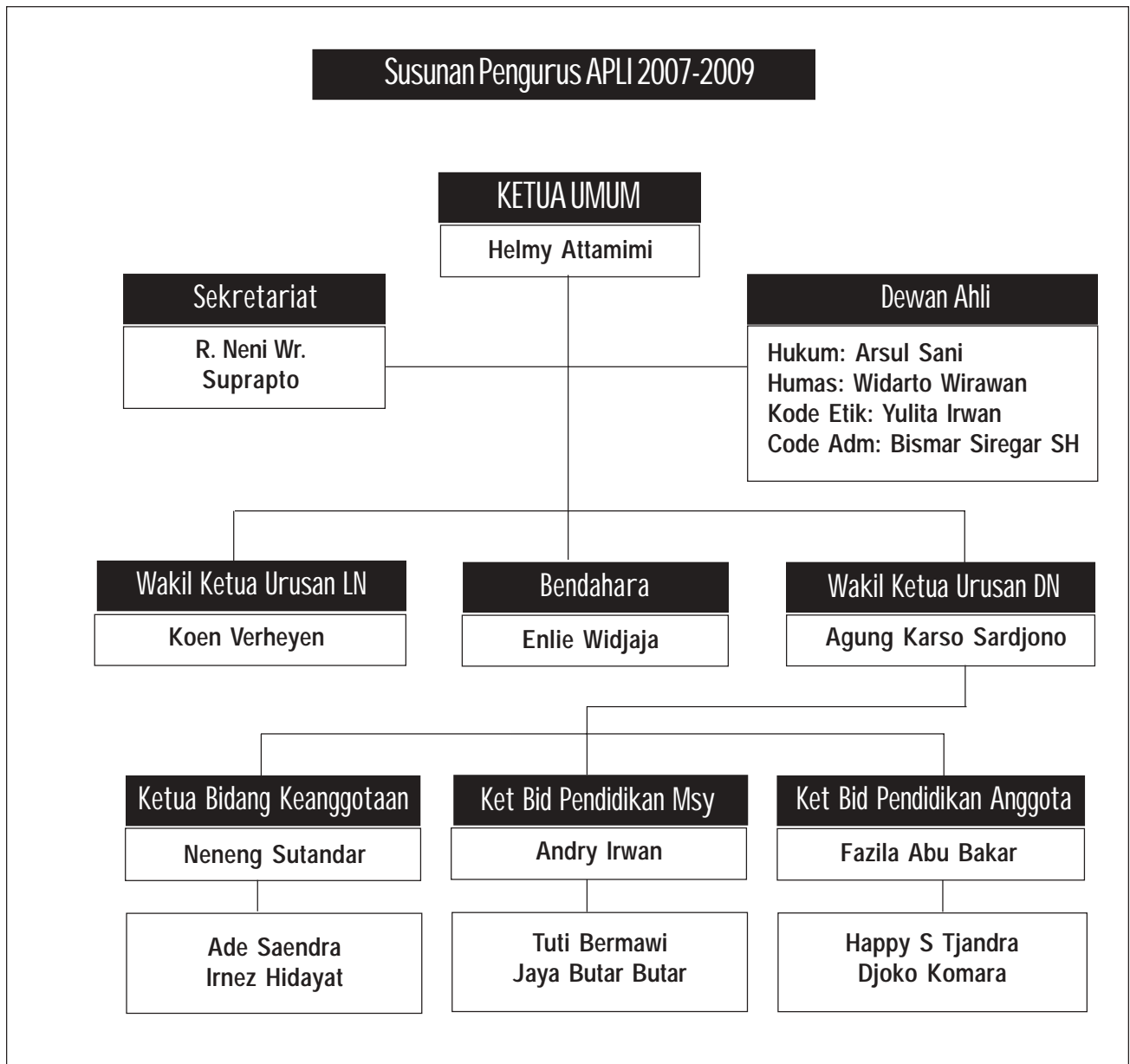
Salah satu darah baru dalam kepengurusan APLI kali ini adalah Neneng Sutandar dari PT Nugra Aloeverindo yang menduduki pos Ketua Bidang Keanggotaan. Seperti yang sudah-sudah, ini merupakan pos pengurus yang tidak kalah menantang karena menyangkut upaya penambahan jumlah anggota. “Bagi saya, ini tugas berat.

Saya harus meyakinkan perusahaan-perusahaan yang ingin menjadi anggota APLI. Perusahaan yang ingin bergabung pasti bertanya-tanya, apa keuntungannya jika bergabung di APLI, kan?” jelas Neneng. Jelas, ini bukan pekerjaan mudah. Apalagi Ketua APLI sudah wanti-wanti, bahwa APLI akan lebih menekankan keanggotaan yang berkualitas, bukan semata-mata kuantitas.

Selain soal tugasnya, Neneng juga punya aspirasi tersendiri, salah satunya menyangkut laporan keuangan APLI. “Harapan saya, pelaporan keuangan APLI akhir tahun bisa lebih diperinci. Setiap akhir atau awal tahun, laporan keuangan APLI bisa dibagikan ke seluruh anggota,” ujar Neneng. Ia juga berharap supaya kegiatan-

kegiatan APLI tidak hanya mengarah ke soal kampanye pemberantasan *money game* “Saya berharap APLI akan lebih aktif untuk mengadakan kegiatan-kegiatan yang melibatkan seluruh anggota APLI. Misalnya, keakraban antar anggota atas nama APLI,” ungkap Neneng.

Satu lagi, Neneng punya ide supaya pengurus nantinya mulai memikirkan pentingnya perubahan aturan-aturan organisasional APLI. “Menurut saya, mungkin akan lebih baik kalau ada perubahan AD/ ART soal pemilihan atau kepemimpinan APLI. Sebaiknya dibatasi menjadi dua periode saja,” tambah Neneng. Ia merasa, perubahan-perubahan itu mungkin saja bisa lebih mendinamiskan APLI ke depan. Semoga![ez]



Helmy Attamimi

“Do the Best According to Your Knowledge, I Do According to the Best of My Knowledge”

Setelah melalui sebuah pemilihan yang demokratis, akhirnya Helmy Attamimi terpilih kembali sebagai Ketua Umum APLI periode 2007-2009. Dengan demikian, Helmy telah menjabat sebagai ketua berturut-turut sejak Eddy Budiman (perintis dan Ketua APLI pertama) menyerahkan jabatan itu kepadanya. Dalam kesempatan wawancara kali ini, **Edy Zaques** dari **INFO APLI** secara khusus mewawancarai Helmy Attamimi, untuk mengorek perihal program kerja Pengurus APLI 2007-2009, pengaruh globalisasi terhadap industri DS/MLM nasional, serta sedikit tentang sejarah APLI. Berikut petikan wawancaranya:

Kapan Anda mulai aktif di APLI?

Sejak saya dihubungi Pak Eddy Budiman. Tahun berapa ya...1989-1990 barangkali. Dia ketua pertama, mau serahkan kepada orang lain saja. Dia sudah nggak sanggup lagi mengembangkan APLI. Waktu itu APLI hidup nggak mati nggak.

Berapa tahun APLI dalam kondisi vakum?

Tidak vakum... Ada ketua dan tiga perusahaan anggota. Pak Eddy tahu saya dari Avon dan di mana-mana Avon aktif di Asosiasi, maka dia minta, bersedia nggak saya aktif. Saya oke, tapi jangan saya sendiri. Lalu dari perusahaan nasional, bertemulah dengan Pak Abrian Natan.

Bagaimana sejarahnya Anda menggantikan Eddy Budiman?

Waktu itu, “Anda ajalah...” Kami belum punya anggota, hanya dua atau tiga saja. Jadi nggak ada persoalan lagi. Member masih sedikit, jadi kita harus mulai rekrut anggota baru. Mulai dari nol.

Definitif jadi Ketua APLI atau IDSA waktu itu adalah tahun 1992. Apa saja kendalanya?

Ya, mungkin...anggota nggak ada. Selama tiga tahun, banyak yang tidak mau jadi anggota. Orang tidak kenal APLI. Numpang di Avon. Gedung? Gedungnya Avon. Sekretaris? Sekretarisnya Avon. Listrik, AC, telepon, faks, meja? Avon. Pengurusnya saya sendiri dengan dua atau tiga orang. Antara lain ada Pak Aris Andimulya. Belakangan kita ajak Pak Koen Verheyen sama-sama.

Kalau APLI bisa seperti sekarang, apa penyebabnya?

Sambil berjalanlah. Berjuang aja untuk kebaikan semua. APLI menonjol itu sejak adanya *money game* Saya rasa, kalau dalam keadaan susah kita diganggu orang, manusia bersatu, kan? Normal.

Mulai ada yang mau jadi pengurus?

Belum. Masih *youajalah... Youajalah...!* Kecenderungan itu sampai terakhir ini, baru kemudian ada yang mau. Sebelumnya tidak ada yang mau. Ini foto pertama pengurus lengkap APLI 2001-2003, zamannya ada Pak Nur. Berarti sebelumnya, sebelum periode 1998-2000 itu belum ada apa-apanya.

Periode 2001-2003 APLI tampak mulai lebih kompak dan terstruktur. Bagaimana bisa?

Sambil berjalan. Oh, kurang ini...oh kurang ini. Sambil jalan dilengkapi. Ditambah bidang ini dan itu.

Kepengurusan APLI 2007-2009 telah terbentuk. Bagaimana proses pembentukannya?

Melalui satu pemilihan yang bersifat rahasia di hadapan semua anggota yang hadir. Yang hadir adalah 43 perusahaan, dan melalui faksimili empat perusahaan, dari total anggota 51 perusahaan (sekarang per 1 maret 2007 52 perusahaan). Sehingga, acara pertemuan tersebut telah memenuhi korum. Kemenangan dalam pemilihan ini diperoleh dengan 63 persen suara dari yang hadir.

Banyak muka-muka baru dalam Kepengurusan APLI 2007-2009. Mengapa mereka dipilih?

Perlu diadakan pergantian wajah-wajah baru yang dapat membawa ide-ide baru. Ada beberapa rekan lain, wajah-wajah baru yang potensial, yang ditawarkan untuk ikut serta dalam kepengurusan. Namun sayang sekali, mereka tidak bersedia dengan alasan kesibukan di perusahaan sendiri. Padahal, kita tahu bahwa menjadi pengurus APLI adalah satu kepercayaan. Dan, memang mengorbankan waktu, tenaga, dan pikiran untuk kepentingan bersama.

Sejumlah nama merupakan figure-figur berpengalaman. Mengapa mereka juga dimasukkan ke kepengurusan?

Ada beberapa wajah lama yang masih dibutuhkan karena *expertise* mereka. Dan, mereka dapat menjadi pembimbing untuk wajah-wajah baru. Semua anggota pengurus, sejak awal sudah harus sadar bahwa mereka mengeluarkan waktu, tenaga, dan ilmu untuk kepentingan semua anggota di asosiasi. Sebagai manusia, dapat saja membuat kesalahan. Asal... mereka sudah melakukan *to the best of your knowledge* dan bersedia dikoreksi, serta sudi menerima kritik yang bersifat membangun.

Apa titik berat program pengurus APLI yang baru ini?

Titik berat program pada tahun pertama adalah pendidikan masyarakat dalam skala yang lebih luas. Juga pendidikan anggota dalam menghadapi era globalisasi, agar kita tidak tergilang oleh roda globalisasi. Program lain adalah upaya penambahan anggota baru yang memenuhi persyaratan. Namun, yang tetap dikejar oleh APLI adalah *quality members* bukan hanya *quantity*.

Pendidikan masyarakat erat terkait dengan *public relation*, agar masyarakat dapat membedakan mana Direct Selling yang sah dan benar dan mana Direct Selling gadungan seperti skema piramid, *money game*, atau "MTM"—Multi Tipu Marketing. Pendidikan diperluas bukan hanya di Jakarta, tetapi juga ke seluruh Indonesia melalui cara-cara seminar, *talk show*, interaktif, di instansi-instansi, lembaga-lembaga perguruan tinggi, dan kumpulan-kumpulan masyarakat. Semua ini membutuhkan bukan saja waktu dan tenaga tetapi juga pembiayaannya.

Sedangkan pendidikan bagi anggota APLI adalah terutama ditujukan pada anggota-anggota dengan skala

usaha menengah dan kecil. Mengapa? Supaya mereka sanggup menghadapi era globalisasi yang sudah tidak dapat tertahan lagi. Anggota APLI termaksud perlu memperoleh pendidikan bagaimana usahanya supaya bisa berjalan secara sehat, tentang administrasi yang baik, dan soal pengetahuan sistem perpajakan yang benar. Juga tentang bagaimana menjalankan kode etik sebagaimana mestinya serta tata cara berurusan dengan instansi-instansi terkait seperti misalnya Badan POM. Untuk hal-hal tersebut diperlukan kesediaan usaha-usaha besar untuk *sharing* pengetahuan dan pengalamannya. Lalu, perlu juga didatangkan pembicara dan pendidik dari luar lingkungan asosiasi secara rutin dalam bentuk pendidikan setiap bulan. Tentu dengan segala biaya sebagaimana mestinya.

Apakah benar persoalan SDM masih menjadi kendala bagi perusahaan-perusahaan MLM pada umumnya?

Persoalan SDM bukan saja menjadi kendala untuk perusahaan-perusahaan MLM. Tetapi, ini menjadi kendala hampir semua jenis usaha. Ini juga menjadi kendala untuk kemajuan Republik kita ini. Hampir di semua bidang. Karena, sistem pendidikan ikut menghambat kemajuan pendidikan. Masalah sekolah dan guru juga. Kualitas sekolah dan kualitas guru dan anggaran pembiayaan pendidikan yang masih kecil. Sedang usaha Direct Selling, termasuk MLM, ikut menciptakan *entrepreneur*, pengusaha-pengusaha kecil dan menengah, dengan modal awal dan risiko yang sangat kecil. Usaha Direct Selling ikut menekan tingkat pengangguran.

Soal globalisasi, apa yang perlu dipersiapkan perusahaan kecil dan menengah?

Mendidik *customer service*, didik karyawannya bidang perpajakan. Tambah pengetahuan bagaimana mengembangkan usahanya. Kita datangkan *speakers* Orang-orang eks yang menguasai *direct selling* bicara pengalaman dia bagaimana mengembangkan usahanya. Sejauh ini kan, jarang member besar mau bagi *knowledge* dengan member kecil? Ada, tapi tidak banyak.

Yakin susunan pengurus kali ini akan bekerja maksimal?

Mudah-mudahan. Saya tidak bisa jamin. Saya kan manusia. Saya bukan nab. Sekali lagi, *do the best according to your knowledge, I do according to the best of my knowledge*. Dengan restu dari Tuhan. [ez]



Foto: Dokpri

No Magic, Only Basic

*“Tidak Ada Jalan Pintas kemana pun Juga yang Pantas Dilalui.
Tidak Ada Keajaiban, Kecuali Menjalankan Hal yang Mendasar.”*

~ Andrew Ho

Era globalisasi ditandai dengan mobilitas yang sangat tinggi. Pola hidup masyarakat ikut terbawa arus harus serba cepat, contoh makanan cepat saji yang kian digemari dan populer. Kini juga marak bisnis pelayanan serba ada, dimana konsumen tak perlu ke lain tempat untuk mendapatkan berbagai jenis barang atau jasa. Pola demikian dianggap selain menghemat waktu dan tenaga, tetapi yang terpenting juga lebih efisien.

Tetapi pola serba cepat dan instan tersebut tak berlaku dalam membangun kesuksesan yang berjangka panjang. Kita patut menyangsikan promosi yang menjanjikan keuntungan berkali-kali lipat dalam hitungan hari. Karena kita harus mampu dan melaksanakan hal-hal yang mendasar dengan baik terlebih dulu, sebelum dapat menciptakan kesuksesan secara bertahap dalam kecepatan cukup tinggi. Berikut ini merupakan hal-hal mendasar yang mesti kita kuasai dan terapkan dari hari ke hari.

Mengenali diri sendiri merupakan langkah mendasar untuk meraih kesuksesan. Dengan mengenali diri

sendiri kita akan dapat mengukur seberapa besar kekuatan yang kita miliki untuk menghadapi tantangan dan seberapa besar kekurangan yang harus kita perbaiki. Bisa jadi kekuatan kita lebih efektif sampai 10 kali lipat

dibandingkan kelemahan yang kita miliki, bila kita menggunakan semua potensi secara maksimal.

Faktor lain yang cukup mendasar lainnya adalah menentukan target. Karena target yang jelas adalah kekuatan yang mengarahkan semua tindakan kita semakin mendekati kesuksesan. Kita dapat menuliskan konsep target tersebut pada selembar kertas untuk jangka waktu pendek, menengah, dan panjang, agar kita mudah diingat.

Hal mendasar yang harus kita lakukan selanjutnya adalah mengembangkan kemampuan khususnya di bidang usaha yang sedang kita tekuni. Kita tak mungkin menjalankan sebuah bidang usaha tertentu tanpa kemampuan di bidang tersebut. Dengan demikian kita akan menguasai kunci-kunci sukses maupun kemungkinan-kemungkinan yang dapat menghalangi atau mempercepat tercapainya tujuan kita.

Satu hal yang cukup mendasar dalam mengembangkan bisnis dan meraih kesuksesan adalah menikmati pekerjaan tersebut. Sebagaimana pepatah mengatakan, “Ketika bekerja menjadi suatu

permainan, maka kita tak perlu lagi bekerja di hari yang lain. – *When work meets play, we need not work another single day.* Kita tidak akan merasa letih bila pekerjaan itu sangat kita sukai, bahkan kita bekerja lebih cepat.



Singsingkan lengan bajumu, kerja keras, dan raih suksesmu!

Foto: Istimewa

Kemampuan dasar selanjutnya yang harus kita kembangkan untuk mencapai kesuksesan berjangka panjang adalah kemampuan bekerjasama dengan orang lain. Kita tak mungkin menangani segala sesuatu secara detil, optimal, cepat dan dalam jumlah besar tanpa bantuan orang lain. Upayakan sebuah sistem yang jelas dan teratur serta mudah diterapkan, sehingga kerjasama tersebut dapat membudaya dengan baik.

Kemampuan bekerjasama dengan orang lain disebut sebagai satu hal yang mendasar, karena sebagian besar orang-orang sukses di dunia ini menjadi bagian dari sebuah tim. Sebuah tim adalah solusi untuk dapat menggunakan kekuatan sekaligus kekurangan diri kita. Saya menyebutnya, “*Together, everyone achieves miracles* – Dalam kebersamaan semua orang meraih keajaiban.”

Untuk memastikan kita berada dalam sebuah tim yang solid dan produktif, maka kita harus meluangkan beberapa waktu untuk berkomunikasi dan mengenal tim kerja dengan baik. Komunikasi sangat dibutuhkan untuk mengetahui apakah anggota tim kita memiliki visi dan misi yang sama. Selain itu, komunikasi memungkinkan kita menempatkan orang yang tepat pada posisi yang tepat guna menunjang perubahan dan kemajuan usaha kita. Berdasarkan fungsinya yang cukup penting, kemampuan berkomunikasi merupakan hal mendasar yang semestinya kita miliki.

Hal penting lainnya yang harus kita perhatikan untuk mencapai kesuksesan besar adalah fokus pada bidang tertentu. Jangan menjalankan beberapa bisnis sekaligus pada satu waktu yang bersamaan. Bila kita fokus pada bidang yang kita tekuni maka akan merangsang terciptanya inovasi dan kemajuan yang terus menerus.

Beberapa hal diatas merupakan hal mendasar yang mesti kita lakukan. Mungkin pada permulaan kita tak dapat menjalankannya dengan baik. Tetapi bila kita berkomitmen menjalankan semua hal mendasar tersebut, maka seiring perjalanan waktu kita akan lebih profesional. Pastikan kita sudah menggunakan waktu menjalankan semua hal mendasar tersebut sebaik mungkin untuk meraih kesuksesan jangka panjang atau bersifat lebih permanen.[aho]

** Andrew Ho adalah seorang pengusaha, motivator, dan kolmnis Pembelajar.com. Ia dijuluki sebagai Guru MLM. Andrew Ho juga telah menghasilkan sejumlah buku bestseller di bidang motivasi, inspirasi bisnis, dan bisnis MLM. Artikel yang juga dimuat di Pembelajar.com ini dimuat secara bersamaan di buletin INFO APLI atas izin langsung dari penulisnya.*

Piramid Richland Guncang Jepang

Surat kabar *Asahi Shimbun* melaporkan (31/1) bahwa pihak berwajib di Jepang telah menahan direktur Richland Company, Masuo Saeki (61), atas dugaan penipuan skema piramid yang merugikan tak kurang dari 10.000 investor dengan kerugian mencapai 50 miliar yen. Menurut keterangan polisi, Masuo Saeki telah menipu korban dengan menjanjikan bahwa bila uang investor ditanamkan di Richland, maka uang tersebut akan berkembang dua kali lipat dalam waktu satu setengah tahun. Perusahaan yang beroperasi sejak tahun 1998 tersebut diperkirakan berhasil mengumpulkan dana hingga 50 miliar yen, hingga polisi menggerebek kantor pusatnya di Tokyo tahun 2005 lalu. Dari 50 miliar yen uang korban, 10 miliar di antaranya telah terbang keluar Jepang, sementara sisanya 40 miliar digunakan untuk melanjutkan operasi Richland. Richland sendiri terdaftar sebagai perusahaan keuangan dan investasi, namun kontrak dengan investor dibuat dalam bentuk kontrak bisnis penjualan makanan. Bersama Masuo, polisi juga menangkap pimpinan Richland lainnya, Masanori Miyama (62) serta seorang member senior Seiji Tawara. Menurut polisi, para member senior Richland lainnya juga akan segera dimintai tanggungan jawabnya karena mereka ikut mempromosikan dan membujuk korban lainnya bergabung. Polisi juga menemukan bukti kuat bahwa komisi member didapat dari uang yang ditanamkan oleh member baru yang bergabung.*

Piramid Yilin Wood Guncang Cina

The Australian (11/2) memberitakan pihak berwajib di Beijing bahwa sebuah skema piramid telah memakan korban lebih dari 20.000 orang dengan kerugian mencapai 264 juta dollar AS. Sekitar 18 operatornya telah ditahan dan di Beijing saja piramid ini telah makan korban sebanyak 17.000 orang. Yilin Wood, perusahaan yang mengoperasikan skema piramid itu telah menipu korban dengan modus piramid properti. Mengutip kantor berita *Xinhua*, dalam skema piramid properti ini setiap member harus membayar sejumlah uang tertentu dan uang tersebut digunakan untuk membayar anggota di atasnya yang sudah lebih dulu bergabung. Saat ini, polisi tengah mengejar member-member senior perusahaan tersebut karena mereka dianggap ikut bertanggung jawab atas penyebaran skema piramid Yilin Wood. Skema piramid sudah dilarang sejak 1998, tapi pihak berwenang menyatakan bahwa skema penipuan itu sudah terlanjur berkembang luas di Cina sehingga sulit diberantas. Cina memang sangat ketat dalam mengatur industri *direct selling*-nya. Sejak skema piramid memakan korban jutaan orang, maka tahun 1998 pemerintah di sana melarang semua perusahaan MLM. Tahun 2005 lalu Cina melunak dan mengizinkan perusahaan MLM beroperasi, namun dengan modifikasi sistem penjualan, yaitu menggabungkan sistem penjualan langsung dengan gerai eceran. Situasi ini agak menyulitkan perusahaan-perusahaan MLM.*

Mengembangkan Diri Sebagai Sebuah *Brand*

Begitu masuk sebagai member MLM, orang harus sadar bahwa mengembangkan diri sebagai sebuah merek diri itu penting bagi kesuksesannya.

P*ersonal branding* menurut Hermawan Kartajaya, adalah pengaplikasian konsep marketing pada tataran individu. Makanya, orang yang mem-*brand* diri berarti berdaya upaya untuk tampil menonjol dan berbeda dibanding kebanyakan orang. Sementara Her Suharyanto, kolumnis ekonomi bisnis, mendefinisikan *personal branding* sebagai daya upaya seseorang untuk membangun persepsi publik mengenai jaminan apa yang bisa dia berikan kepada masyarakat umumnya atau pasar khususnya.

Nah, apa keutamaan seseorang yang memiliki *personal brand* (merek diri) yang kuat di dalam bidangnya? Mudah saja. Mereka yang memiliki *personal brand* kuat pasti sangat dikenal alias populer, sangat dipercaya, diidentikan dengan sesuatu hal atau bidang, dipersepsi memiliki kemampuan di atas rata-rata, sehingga namanya sudah menjadi sebuah jaminan dalam bidang yang ditekuninya. Contoh, bicara mengenai MC atau presenter, orang akan ingat dengan Tantowi Yahya. Bicara presenter kocak saat ini, orang pasti ingat dengan Tukul Arwana.

Mirip dengan merek sebuah produk yang sangat dikenal oleh masyarakat umumnya. Jika kita bicara soal motor roda dua yang irit, maka *top of mind* (nama yang paling pertama disebut atau diingat) masyarakat pasti menunjuk motor Honda. Bicara mobil keluarga, *top of mind* masyarakat menunjuk pada Toyota Kijang. Ingat teh botol, pasti ingat Teh Botol Sosro. Ingat air dalam kemasan, pasti ingat Aqua. Begitu seterusnya.

Begitulah, siapa saja yang memiliki merek diri kuat, maka dia pasti dikenal dan diterima oleh segmen pasarnya, dan biasanya memang menguasai segmen pasar (baca: *domain market*) tertentu. Sama seperti seorang yang berprofesi di dunia penjualan dan pemasaran. Apabila dia sudah memiliki merek diri yang kuat, maka namanya akan menjadi semacam jaminan bagi pelayanan dan produk yang dia pasarkan. Alhasil, si pemasar yang punya *personal brand* kuat tersebut pasti mendapatkan banyak keuntungan dari situasi yang berhasil dibangunnya itu.

Apa saja keuntungannya? Jelas, dia akan mudah memasarkan produk-produk atau layanannya. Dia akan bisa memiliki jumlah pelanggan yang banyak dan setia kepadanya. Dia berpotensi untuk terus mendapatkan referensi atau rekomendasi dari para pelanggannya yang merasa puas. Berbekal hal-hal tersebut, dia juga berpotensi besar untuk memperluas pasarnya dengan memasukkan berbagai produk hasil inovasi terbaru. Singkat kata, seorang pemasar yang memiliki merek diri kuat, dia akan menjadi pilihan konsumen.

Nah, apakah teori *personal branding* tersebut dapat terapkan di dunia DS/MLM? Sampai pada tingkat tertentu, pendekatan *personal branding* tersebut jelas aplikatif, tak beda jauh dengan dunia pemasaran dan penjualan umumnya. Pada level eksternal, konsumen DS/MLM juga membutuhkan para *direct seller* yang bisa dipercaya, dipersepsi secara positif, bisa menjamin pelayanan yang bagus, memiliki produk yang unggul dan benar-benar bermanfaat, dan tentu saja memilih para member DS/MLM yang mereka anggap mampu *deliver* semua keinginan tersebut.

Pada level jaringan (internal), para member MLM misalnya, pastilah membutuhkan seorang mitra usaha atau leader yang dipersepsi secara positif, bisa dipercaya, memiliki keunggulan-keunggulan dibanding *leader* yang lainnya, bisa menjadi panutan atau model, populer di mata sesama pelaku MLM, dll. Merek diri sangat penting, karena keberadaannya bisa memotivasi atau malah mendemotivasi jaringan. Itu sebabnya, member MLM misalnya, pasti mendapat benefit tertentu bila berada dalam sebuah grup jaringan atau dibawah binaan seorang *leader* yang memiliki *personal brand* sangat kuat dan positif. Sebaliknya, member MLM pasti tidak nyaman jika berada dalam sebuah grup jaringan atau di bawah binaan *leader* yang *personal brand*-nya lemah serta kurang positif.

Makanya, sejak bergabung di MLM, maka seorang member sadar akan pentingnya membangun merek diri yang bagus, kuat, positif, dan berkelanjutan. (ez)

5 Prinsip Membangun *Personal Brand*

Ada *personal brand* yang bisa terbentuk dengan sendirinya, ada pula yang terbentuk karena usaha-usaha secara sadar. Namun, kebanyakan kasus dalam dunia pemasaran dan penjualan modern, *personal brand* itu dibangun secara sengaja, terencana, memakan waktu tertentu, serta dengan upaya-upaya berkelanjutan. Bagi seorang pelaku MLM, entah itu di level pemula maupun senior (*leader*), *personal brand* memang sebaiknya dibangun sejak awal. Seorang *top leader* MLM biasanya—secara sadar atau tidak—sudah merintis pembentukan *personal brand*.

1. *Brand* Diciptakan

Sekalipun *personal brand* bisa saja tercipta sendiri, namun upaya yang lebih strategis adalah dengan secara sadar, terencana, dan konsisten menciptakan sendiri dan kemudian mengembangkannya. *Brand* yang diciptakan dan dibangun secara terencana biasanya relatif bisa lebih terarah hasilnya. Sementara *brand* yang dibiarkan mengambang tanpa arah bisa-bisa tidak mendatangkan hasil sebagaimana yang diharapkan.

Sejak awal seorang pelaku MLM bisa memilih *brand* apa yang hendak dia bangun. Apakah lebih fokus kepada pengembangan merek diri sebagai seorang *leader* dengan ciri dan karakter tertentu, atau fokus membangun merek jaringannya.

2. *Brand* Digali

Brand bisa digali dari kelebihan maupun kekurangan seseorang. Bahkan, *brand* yang digali dari dalam diri kadang memiliki kekuatan lebih. Mat Zeni, mantan tukang sol sepatu, adalah seorang *leader* MLM yang berhasil membangun *brand* dari apa yang oleh masyarakat dipandang sebagai kekurangannya. Dia buktikan, orang bawah dan tanpa pendidikan pun bisa sukses di MLM.

Orang pun bisa memupuk *brand* dari kelebihan-kelebihannya. Semisal, bila jago merekrut, jago memotivasi, jago mempengaruhi orang, jago menjual lini produk tertentu, lalu kelebihan itu dipoles dan dikomunikasikan sedemikian rupa, sehingga menjadi semacam merek dagang.

3. Sempel dan Fokus

Prinsip sebuah *brand* haruslah sederhana dan fokus. Mengapa? Ya, supaya *brand* itu mudah diingat dan bertahan lama dalam ingatan. Contoh, seorang pelaku MLM mem-*brand* diri sebagai Network Marketer No.1 Indonesia dan fokus di situ. Apabila bertahun-tahun konsisten memperkuat *brand* tadi, maka orang pun akan mengingatnya sebagai *network marketer* nomor satu juga.

Sementara, bila *brand* terlalu ribet perumusannya dan tidak fokus, tentu akan membingungkan siapa saja. Misalnya, seorang pelaku MLM mem-*brand* diri sebagai Network Marketer No.1 Indonesia, Leader No.1 Indonesia, The Most Popular Motivator in MLM, dst, maka *brand* mana yang akan diingat orang? Bisa-bisa, semuanya malah berlalu karena tidak punya kekuatan.

4. Harus Dikomunikasikan

Begitu *brand* sudah diciptakan, dia harus dikomunikasikan secara terus-menerus sampai menancap di benak *domain market*. Frekuensi harus diperhatikan dan tidak boleh mengendor, terlebih pada tahap awal. Bila *brand* sudah dikenal dan menancap di benak khalayak, maka yang dibutuhkan kemudian adalah upaya memelihara *brand* tersebut agar *sustainable* dan tidak meredup.

Apabila orang sudah menciptakan *brand*, tugas dia adalah memelihara dan terus memperkuat. *Brand* yang kuat sekalipun bisa meredup, mulai dilupakan orang, dan bahkan hilang dari peredaran. Jika demikian, efek dari *personal brand* itu sudah tidak ada lagi.

5. Hukum Penampakan

Tidak ada *brand* yang bisa kuat dan menancap di benak khalayak bila dia tidak pernah kelihatan di *public space*. Orang yang sering muncul di media seperti televisi atau media cetak, pasti mudah sekali dikenali oleh publik. Begitu juga orang-orang yang sering muncul di seminar-seminar, tempat diskusi, rapat-rapat, dan berbagai kesempatan lainnya. Pendek kata, semakin sering orang kelihatan di ruang publik, semakin mudah pula publik mengenal dan mengingatnya. Begitu pula sebaliknya.

Oleh sebab itu, pelaku MLM yang ingin sukses dalam mem-*brand* diri harus sesering mungkin menampakkan diri melalui berbagai saluran dan kesempatan. Misalnya, tampil sebagai motivator atau pembicara di panggung, wawancara di media, menulis buku, membuat brosur pribadi, kartu nama dengan foto, bahkan mengiklankan diri.(ez)

Serbuan *Money Game* ke Pinggiran dan Pedesaan

Besar kemungkinan kota-kota kecil dan daerah pedesaan akan diserbu oleh pelaku money game. Bagaimana membendungnya?

Satu keadaan yang cukup memprihatinkan, sekaligus harus kita waspadai, adalah potensi penyebaran *money game* di kota-kota kecil atau daerah-daerah pedesaan. Kalau *money game* dapat berkembang di kota-kota besar serta melibatkan berbagai kalangan—mulai dari kaum berpendidikan tinggi atau intelektual, birokrat, dan pejabat—maka kota-kota kecil pun pasti tidak akan sulit mereka serbu.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan potensi ledakan *money game* bisa terjadi di daerah atau kota-kota kecil. Beberapa faktor tersebut di antaranya adalah faktor mudahnya *money game* diduplikasi, faktor tingkat pendidikan, pengetahuan, dan penguasaan informasi oleh masyarakat, serta lemahnya penegakan hukum. Mari kita bahas satu per satu.

Pertama, faktor mudahnya *money game* diduplikasi adalah penyebab utama mengapa bisnis ilegal ini mudah tumbuh dan berkembang. Katakanlah beberapa *money game* yang pernah beroperasi kemudian tutup, baik karena bangkrut atau karena ditutup pihak berwajib. Mengingat modusnya mudah sekali ditiru, maka mudah saja bagi para operator *money game* untuk membuat program yang baru dan serupa.

Bahkan, dengan logika sederhana, modus sebuah perusahaan *money game* bisa dengan mudah ditiru oleh anggota maupun karyawannya. Begitu mengetahui

bahwa prinsip bekerjanya *money game* adalah membayar pendapatan member lama dengan uang pendaftaran member baru, maka *money game* itu pun sudah bisa beroperasi.

Contoh paling nyata dari kecenderungan penduplikasian *money game* ini bisa ditemui dalam kasus *money game* Kospin di Pinrang, kasus Golden Saving di Jakarta, atau kasus Pohon Mas di Surabaya-Malang. Para pelaku utama atau operator *money game* tersebut rata-rata adalah bekas karyawan atau pimpinan perusahaan *money game* sebelumnya yang sudah bangkrut atau ditutup pihak berwajib.

Tampaknya, apabila para operator *money game* sudah jenuh di suatu daerah, mulai diawasi atau malah ditutup pihak berwajib, atau sudah berhasil mengeruk keuntungan dan tahu kapan harus kabur, maka mereka pasti mencari lahan baru.

Kedua, faktor tingkat pendidikan, pengetahuan, dan penguasaan informasi masyarakat daerah. Memang tidak ada jaminan bahwa tingginya tingkat pendidikan akan menjamin seseorang akan mudah mengenali bentuk-bentuk *money game*. Kasus-kasus *money game* dan piramid mereka yang berpendidikan tinggi setingkat sarjana, doktor, profesor sekalipun bisa tertipu oleh *money game*. Apalagi mereka yang sangat rendah pendidikannya?

“Faktor mudahnya *money game* diduplikasi adalah penyebab utama mengapa bisnis ilegal ini mudah tumbuh dan berkembang.”

Minimnya informasi menyangkut program-program penipuan seperti *money game* di kota-kota kecil atau daerah pedesaan juga menambah tingkat kerentanan masyarakat. Apabila di kota-kota besar saja—di mana informasi berlimpah, termasuk mengenai *money game* dan skema piramid—masih begitu banyak yang terjerat penipuan ini, bagaimana dengan kota-kota kecil dan daerah pedesaan?

Bila kita tengok kasus Koperasi Guyup Raharjo di Yogyakarta, kasus Yayasan Amaliah di Bogor, kasus Pohon Mas dan Kospin, semua melibatkan warga pedesaan yang sama sekali tidak pernah tahu culasnya *money game*. Belum terhitung lagi kasus-kasus penipuan dengan modus yang sama yang tidak pernah terekspos oleh media massa, mungkin bisa lebih banyak jumlahnya.

Ketiga, adalah faktor lemahnya penegakan hukum dalam kasus-kasus sejenis. Mungkin ini merupakan gejala umum di Indonesia mengingat aturan yang baku mengenai pelarangan *money game* dan skema piramid belum ada. Akibatnya, aparat penegak hukum pun sering kebingungan mencari dasar penindakan.

Sebenarnya, dalam beberapa kasus pihak berwajib terbukti bisa menemukan dasar hukum yang tepat dan kuat bagi penindakan. Sebut misalnya penggunaan Pasal 378 KUHP tentang tindak penipuan atau penggunaan pasal-pasal UU No. 10/1998 tentang Perbankan. Namun, dalam sejumlah kasus yang lebih canggih seperti *money game* atau skema piramid berkedok *e-commerce*, aparat tampak ragu menggunakannya.

Yang lebih berbahaya, modus operandi *money game* dan skema piramid sering mendompleng berbagai jenis bisnis yang sah, beragam aktivitas sosial yang diterima masyarakat, atau bahkan kegiatan yang didukung oleh pemerintah. Akibatnya, program-program penipuan semacam ini sering lolos dari perhatian pihak berwajib. Sebut misalnya *money game* yang dibungkus dengan label koperasi simpan pinjam, arisan kekeluargaan, atau bahkan yayasan amal dan keagamaan.

Lalu, selama UU Anti Piramid belum terbentuk, apa yang bisa diupayakan untuk membendung laju perkembangan *money game* dan skema piramid yang seolah bak mati satu tumbuh seribu itu? Tampaknya, tidak ada langkah yang lebih tepat selain terus-menerus meningkatkan kewaspadaan sekaligus terus mendidik masyarakat akan bahaya program penipuan ini. Usaha-usaha penyebaran informasi atas bahaya *money game* dan

“Salah satu langkah yang perlu dirintis adalah dengan mulai menggandeng institusi pendidikan seperti sekolah-sekolah atau perguruan tinggi untuk ikut aktif membahas, meneliti, atau menyebarkan informasi mengenai bahaya *money game*.”

skema piramid harus terus dilakukan dan ditingkatkan, dengan tingkat jangkauan yang semakin luas hingga ke kota-kota kecil dan daerah pedesaan.

Salah satu langkah yang perlu dirintis adalah dengan mulai menggandeng institusi pendidikan seperti sekolah-sekolah atau perguruan tinggi untuk ikut aktif membahas, meneliti, atau menyebarkan informasi mengenai bahaya *money game*. Selama ini yang terjadi justru ironis sekali, yang mana banyak institusi pendidikan yang malah menjadi tempat berkembangnya *money game* dan skema piramid, seperti kasus Pohon Mas di Malang. Ini harus dicegah dan dibalikkan kondisinya, yaitu institusi pendidikan harus menjadi tempat utama untuk memerangi program penipuan ini.

Segala saluran informasi yang memungkinkan harus didayagunakan. Bahkan, perusahaan-perusahaan DS/MLM yang murni dan sah secara hukum harus ikut aktif untuk ambil bagian dalam mendukung gerakan penyebaran informasi ini. Para mitra usaha atau distributor bisa menjadi mitra bagi penyebaran informasi tersebut. Sebab, bagi kalangan industri DS/MLM, perang terhadap *money game* dan skema piramid adalah perang terhadap musuh bersama. Jadi, kita semua jangan sampai kendor untuk memerangi *money game* dan skema piramid. (ez)

Member Get Member atau Piramid?

Saya Teguh Ricki Aprianto, direktur salah satu Dealer pulsa elektronik. Saya sedang menjalankan sistem pemasaran *member get member*. Setiap agen pulsa elektronik yang jadi anggota kami bisa mendapat pendapatan tambahan. Caranya, bila mereka mendapat anggota keagenan buat kami, maka anggota baru tersebut akan menjadi *downline* mereka, dan mereka mendapat komisi. Anggota baru itu akan melakukan hal yang sama, dst. Bila ingin jadi agen, calon anggota harus bayar biaya pendaftaran dan administrasi Rp28.000 dan minimal deposit pulsa untuk dijual Rp100.000. Komisi yang agen kami dapat dari setiap mendapatkan agen (*downline*-nya) sebesar 10% dari biaya pendaftaran. Bila *downline* mereka dapat *downline* lagi, komisi yang didapat sebesar Rp500 tunai dan Rp250 dalam bentuk deposit pulsa, dst dibatasi setiap anggota hanya dapat mengajak 2 anggota dan hanya sampai 20 level. Pertanyaan, apakah saya harus membuat SIUPL dan jadi anggota APLI? Jika kami harus membuat SIUPL dan menjadi anggota APLI, ke mana kami harus mulai dan bagaimana caranya? Apakah kami harus merubah sistem mengingat kami sudah berjalan? Terima kasih.

TEGUH RICKI APRIANTO
11/10/2006

Usaha yang Anda jalankan membentuk jaringan yang mengarah kepada piramid, bukan Member Get Member (MGM) karena MGM tidak membentuk jaringan. MGM, Member mencari lain member untuk menjadi anggota diberikan reward/hadiah saat itu saja. Selanjutnya tidak dipengaruhi oleh pembelanjaan downline-nya. Sedangkan usaha Anda, sampai pada level 20 si upline akan terus mendapatkan bonus dari hasil merekrut lain orang Jenis ini mengarah kepada piramid, dan itu akan menguntungkan yang atas saja. Anda memberikan komisi kepada para member dari pendaftaran member, yang jika saat member tidak ada lagi yang direkrut, dengan hitungan matematika, Anda tidak akan mampu membayar komisi kepada downline-downline-nya Anda telah berada di daerah "abu-abu" yang akan menyusahkan Anda sendiri dan akan merugikan lain orang Ini yang disebut sistem BINARI. Di Indonesia, belum ada undang-undang Anti Piramid tetapi dibanyak negara sistem ini sudah dilarang Dalam satu sistem usaha dengan menggunakan network marketing, perusahaan harus memiliki SIUPL yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan Pusat dengan alamat Jl. MI. Ridwan Rais No. 5 Jakarta Pusat, karena semua usaha network marketing tanpa SIUPL dianggap

illegal. Hanya dengan SIUP tidak diperkenankan menjalankan usaha MLM. Soal jadi anggota APLI atau tidak adalah setelah memiliki SIUPL dahulu, baru APLI akan menilai.

MLM Voucher

Saya di tawari untuk bergabung MLM bidang jasa travel, rumah, dan mobil, yang biayanya sebesar Rp 3.500.000 dan mendapat *saleskit* dan voucher sebesar Rp3.500.000. Voucher ini untuk pengurangan DP dari jasa tersebut. Dan voucher tersebut dapat diuangkan kembali, dipindahtanggankan kepada siapa saja. MLM ini tidak terdaftar di APLI. Menurut Bapak, apakah MLM ini bagus? Terimakasih atas jawabannya.

PUTI
12/12/2006

Hati-hati, saat ini banyak money game berkedok MLM. Pastikan bahwa perusahaan MLM telah memiliki SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung) yang dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan cq Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan. Perusahaan MLM yang menjalankan usaha hanya dengan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) tidak SAH. Sesuai dengan Permenperdag No. 13 tahun 2006, bahwa perusahaan MLM yang tidak memiliki SIUPL akan dikenakan sanksi pidana.

Apa Questnet Piramid?

Apakah Questnet yang berkantor di Jakarta dan Surabaya bisa dikatakan melakukan sistem piramida? Ketika melihat presentasinya di rumah seorang anggota di daerah Trenggalek, Jatim, saya cermati skemanya sama persis dengan uraian APLI tentang skema piramida. Kalau ya, kenapa Questnet masih eksis sampai sekarang?

ANDI ISMANTORO
11/22/2006

Selama masih ada yang direkrut dan ada pendaftaran baru, perusahaan pyramid masih bisa eksis. Tetapi bila sudah tidak ada lagi pendaftaran baru, maka perusahaan tidak dapat memberikan komisi kepada member di atasnya. Masalahnya, saat ini tidak ada Undang-undang Anti Piramid, sehingga pemerintah tidak dapat berbuat banyak terhadap perusahaan pyramid. Yang paling penting perusahaan tersebut memiliki SIUPL atau tidak? Tanpa SIUPL (Surat Izin Usaha Penjualan Langsung), hanya dengan SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) tidak sah untuk menjalankan usaha MLM. Yang kami dengar, katanya awal tahun depan Pemerintah akan menindak semua usaha MLM tanpa SIUPL. Semoga!

ANDA LUAR BIASA!!!

Oleh: Eni Kusuma
 Penerbit: Fivestar Publishing, April 2007
 Halaman: 176 hal
 Ukuran: 14x21 cm

Apabila seorang intelek semacam profesor atau doktor dari perguruan tinggi terkenal menulis buku itu sudah biasa, bahkan sudah seharusnya demikian. Tapi kalau seorang pembantu rumah tangga asal Indonesia yang menjadi TKW di Hong Kong menulis buku, pasti itu luar biasa. Ya, itulah Eni Kusuma, perempuan kelahiran banyuwangi yang hanya sempat menamatkan pendidikannya hingga bangku SMA. Lahir dari sebuah keluarga miskin, Eni kecil mengalami gangguan dalam hal bicara. Ia gagap sehingga untuk mengucapkan sepatah kalimat saja butuh perjuangan yang luar biasa. Di sela-sela kegiatan sekolahnya, ia membantu orangtuanya berjualan atau bahkan memulung sampah. Setelah besar, ia bekerja sebagai pembantu rumah tangga di Hong Kong. Sekalipun pekerjaannya jauh dari dunia intelektual, namun ternyata Eni berhasil mengembangkan talentanya sebagai penulis artikel-artikel motivasi dan pengembangan diri. Ternyata, tulisan itu telah memikat sekian banyak seniornya. Kini, Eni yang pernah kesulitan bicara itu malah sudah mulai membagikan semangatnya kepada khalayak, baik dengan buku maupun melalui forum seminar.*

KESALAHAN FATAL DALAM MENGEJAR IMPIAN

Oleh: Adi W. Gunawan
 Penerbit: GPU, Desember 2006
 Halaman: 210 hal
 Ukuran: 14x21 cm

Dari manakah kesuksesan berawal? Itulah pertanyaan yang menggelantungi benak Adi W. Gunawan, seorang terapis, konselor, motivator, dan penulis buku yang produktif. Dari jejak pengalamannya sendiri sebagai konselor, pengalaman orang lain, ribuan buku yang telah dibacanya, serta hasil pengamatan sejak kecil hingga detik terakhir itulah kemudian muncul gagasan-gagasan yang terkompilasi dalam buku ini. Dalam buku yang berisi kumpulan artikel yang selama ini ditayangkan di *Pembelajar.com* itulah Adi memerinci gagasan-gagasannya tentang faktor-faktor yang menjadi dasar kesuksesan seseorang. Salah satu yang ditekankannya adalah masalah pendidikan anak sejak kecil: apakah menghasilkan citra diri positif atautkah sebaliknya. Selanjutnya, Adi mengupas NLP dalam bahasa populer, meliputi soal pemrograman ulang pikiran kita, yang muaranya adalah proses transformasi diri. Tanpa melalui proses tersebut, maka kesuksesan pada level usia mana pun akan sulit diraih. Menurut Adi, banyak orang berusaha meraih sukses dengan melakukan banyak upaya. Namun tanpa transformasi diri, semua upaya itu akan menarik mereka kembali ke posisi lama.*

ACCELERATE YOUR SUCCESS WITH ZEN

Oleh: Andrew Ho & Ponijan Liaw
 Penerbit: Elex Media Komputindo, 2006
 Halaman: 121 hal
 Ukuran: 11x18 cm

Sukses dengan buku kolaborasi pertama berjudul *Simplify Your Life with Zen*, kini Andrew Ho kembali berkolaborasi dengan Ponijan Liaw untuk menghadirkan 50 kisah inspiratif Zen. Tak ubahnya dengan buku pertama, buku kedua ini kembali menghadirkan kisah-kisah Zen yang sarat dengan nilai dan kebijaksanaan. Kisah-kisah ini inspiratif, menambah wawasan, memantapkan mental, serta menaikkan level kesadaran siapa saja yang membacanya. Sebenarnya, kandungan nilai yang ada dalam setiap kisah dalam buku ini mungkin sudah sering

sekali kita dengar melalui berbagai saluran dan bentuk. Tetapi, model *story telling* memang memiliki keunggulan tersendiri dalam menyampaikan pesan-pesan moral. Alhasil, siapa pun yang mampu meramu ulang pesan-pesan moral tersebut dalam format cerita bijaksana, niscaya akan mendapatkan perhatian yang sangat memadai.

Buku berukuran saku ini memang ditulis untuk menunjukkan langkah-langkah kehidupan yang seharusnya diambil oleh siapa saja yang menginginkan kesuksesan dalam kehidupannya. Kisah-kisah bijaksana itu memang perlu perenungan. Hasil yang diharapkan dari proses tersebut adalah sebuah ketenangan batin dalam mengambil keputusan serta sukses dalam karir. Namun, sekali lagi prinsip yang dikedepankan adalah kesederhanaan berpikir dan berlogika dalam menghadapi setiap permasalahan hidup.*



Eni Kusuma*

Memanfaatkan Kesempatan dalam Kesempitan

Jika kita ingin melakukan sesuatu yang kita sukai, pasti kita akan melakukannya. Meskipun waktu tidak bersahabat dengan kita. Yang jelas, jika kita ingin dan suka melakukannya, kita akan selalu melihat kesempatan atau peluang di antara sempitnya waktu. Namun, jika kita ingin dan suka saja—tapi tidak merasa antusias untuk melakukannya—maka diberi waktu yang sedemikian panjang pun, tidak akan terkelola dengan baik. Saya rasa dalam hal apa pun, jika kita ingin, suka, dan antusias melakukannya, pasti kita akan menemukan peluang yang mungkin tidak dapat dilihat oleh orang lain. Dalam hal ini waktu.

Begitu pun dengan saya. Karena saya suka, ingin, dan antusias dengan kegiatan menulis, maka saya selalu melihat kesempatan kapan saja di antara kesibukan saya—yang menurut orang lain hampir tidak punya waktu. Yaitu sebagai pembantu rumah tangga yang bekerja hampir 24 jam sehari. Sebenarnya tidak persis 24 jam sehari. Mungkin, karena sebagai pembantu rumah tangga yang tinggal di rumah majikan—yang harus siap sedia kapan pun diperlukan—maka dikatakannya, pekerjaan saya *sedina-dina lan sak wayah-wayah* alias sepanjang waktu dan sepanjang hari.

Bahkan, ketika tidur malam pun harus bangun sewaktu-waktu. Untuk mengelap keringat anak asuh saya dan mengganti selimut yang agak tipis. Atau sebaliknya, mengganti selimut yang agak tebal jika kedinginan, karena ruangnya ber-AC. Jika saya membiarkan anak asuh saya kedinginan, keesokan harinya dia akan terserang batuk dan pilek. Namun, saya masih bisa tidur lelap, meskipun saya sering terjaga. Saya rasa tidak perlulah tidur terlalu banyak he... he... he...

Di antara kesibukan tersebut tetap saja saya melihat kesempatan kapan saja dan di mana saja. Buktinya, saya bisa akses internet setiap hari, seperti berikut:

1. Ketika anak asuh saya (cowok berusia 5,5 tahun) sedang bermain komputer, saya bisa melihat *e-mail*

sementar untuk sekadar membaca *e-mail* yang masuk. Biasanya malam hari setelah makan malam, dan setelah saya selesai mencuci piring. Dari situ saya mengetahui, apakah ada *e-mail* yang menarik perhatian saya.

2. Ketika saya berbelanja ke pasar (belanjanya ketika anak asuh saya sekolah), saya menyempatkan diri untuk pergi ke warnet sebentar—biasanya 15-20 menit—sekadar *me-replay*, menjawab, dan menanggapi. Jika *Pembelajar.com update*, saya kadang hanya membaca saja, tidak membuka *e-mail* saya.

3. Sore hari, biasanya anak asuh saya les piano, les biola, les matematika, les Inggris Grammar, les Inggris percakapan, atau les menggambar. Nah, sambil menunggu lesnya selesai, saya bisa akses internet di kantor pos atau di perpustakaan (gratis). Lokasi les memang dekat dengan tempat di mana tersedia fasilitas yang saya perlukan untuk menulis.

Jika dalam sehari anak asuh saya mengikuti dua macam les, maka saya bisa mempunyai waktu satu, atau satu setengah jam. Saya bisa mengetik naskah artikel atau tanggapan yang masih berupa tulisan tangan—biasanya saya menyempatkan diri untuk menulis satu jam sebelum tidur malam—dan menjawab *e-mail* yang masuk di milis-milis yang saya ikuti. Itulah sebabnya, saking aktifnya, saya sampai diberi tugas untuk mengasuh beberapa milis.

4. Ketika saya libur (saya libur dua kali sebulan di hari Minggu, libur nasional tetap kerja. Namun ada juga teman TKW yang beruntung, yaitu mendapat libur setiap minggu dan hari libur nasional). Biasanya saya jalan-jalan dan makan-makan. Baru kemudian menghabiskan waktu berjam-jam di perpustakaan. Untuk apa lagi kalau bukan untuk akses internet, menulis naskah, menanggapi, menjawab *e-mail*, dan membaca buku-buku berbahasa Inggris.

Saya suka sains populer, filsafat populer (yang ringan-ringan), dan fiksi. Meskipun hanya mengerti sepotong-sepotong dalam bahasa Inggris. Membacanya pun juga

sepotong-sepotong, karena saya tidak mempunyai waktu untuk membaca tuntas. Biasanya saya hanya membuka daftar isi, lalu membaca isi buku yang menarik perhatian saya saja.

Setelahnya saya membuat catatan kesimpulan, yaitu apa yang saya dapatkan dari membaca. Saya tidak menyukai fiksi horor kecuali Harry Potter. Saya juga tidak menyukai fiksi porno yang bisa menggiring seseorang ke dalam jurang. Tetapi untuk yang “nyeleneh” dan bermutu tetap akan saya cari.

Nah, sekarang saya akan bercerita mengenai tugas utama saya sebagai pembantu rumah tangga di Hong Kong. Siapa pun tahu, jika tugas dari seorang pembantu itu adalah menyapu, mengepel lantai, menata dan mengelap perabotan, memasak, mencuci baju, menjemur baju dan menyetrika, mencuci piring, mangkuk, wajan, panci, dan sebagainya. Di samping itu, saya pun mengantar jemput anak asuh ke sekolah atau les.

Saya juga bertindak sebagai guru TK di rumah sekaligus dokter anak he...he...he... Karena saya harus mengajarkan disiplin, sopan santun dan budi pekerti, juga memotivasi dirinya. Saya menemaninya dalam mengerjakan PR dan membantu menghafal kosakata Inggris, Kantonis, dan huruf China. Pada saat ini, dia sudah lancar membaca kalimat-kalimat sederhana bahasa Inggris dan Kantonis.

Selain itu juga, saya harus tetap menjaga kesehatan anak asuh saya supaya jangan sampai sakit. Karena kalau sakit, saya sendiri yang repot. Segala aktivitas, baik aktivitasnya maupun aktivitas saya pasti terbengkalai. Jika terserang demam, batuk, dan pilek, dia langsung dibawa ke dokter atau minum obat. Kemudian dicari penyebabnya, kenapa dia bisa sakit. Supaya di kemudian hari bisa menjauhi segala sesuatu yang dapat membuatnya sakit. Misalnya, selalu menjaga makanan dan minuman, suhu ruangan, dan kebersihan. Karena, anak kecil mudah sekali terkena alergi. Seperti, alergi pada tenggorokan, alergi kulit, dan lain-lain.

Di samping itu, juga harus hati-hati dalam segala hal yang bisa membuatnya celaka. Misalnya, menjauhkan pisau, api, air panas, kontak dengan listrik, dan lain-lain yang berbahaya. Karena, jika saya teledor, minta maaf tidak akan mempan.

Dukanya menjadi pembantu hanyalah diomeli, dimaki, dan dibentak. *Sa* legowo dan bekerja sebaik-baiknya itu solusi satu-satunya.

Kebetulan saya bekerja di sebuah rumah yang mempunyai fasilitas lengkap. Seperti, telepon, lemari es, mesin cuci, kompor gas, AC, penghangat ruangan, *Vacuum Cleaner*, dan lain-lain. Sehingga fasilitas tersebut mempermudah semua pekerjaan saya, dan juga membantu dalam hal pengelolaan waktu. Enaknya lagi, saya bekerja di negara yang lengkap dengan fasilitas, yaitu Hong Kong. Semuanya serba dekat dan serba cepat, karena didukung oleh transportasi dan tatanan kota yang teratur.

Jadi, memanfaatkan waktu dengan sebaik-baiknya adalah sangat penting untuk menunjang kesuksesan kita di masa yang akan datang. Bahkan, agar menghemat waktu, saya menggunakan satu waktu untuk mengerjakan beberapa pekerjaan sekaligus.

Misalnya, pada saat mandi, saya langsung membersihkan kamar mandi sekaligus berpikir tentang ide-ide saya. Atau, ketika sedang membersihkan kulkas dan menyiapkan air dengan sabun—untuk memudahkan ketika mencuci nanti—sambil memasak atau menunggu masakan matang dari wajan. Kadang-kadang, saat mencuci piring saya pun sambil berpikir tentang ide-ide saya.

Memang idealnya, setiap ide harus selalu dicatat. Tetapi, saya tidak mempunyai waktu untuk mencatatnya. Kadang-kadang saja dicatat (biasanya saya letakkan di bawah kolong kulkas, dan seminggu sekali *up date*). Jika lupa biarlah menguap. Tetapi, jika ide yang muncul tersebut penting, biasanya saya menyimpannya di kepala dengan dibantu abjad.

Misalnya, ini sekadar contoh, jika saya ingin bercerita mengenai seekor singa dalam artikel saya, maka saya akan mengingatnya dengan huruf “S” yang berarti singa. Jika ide saya lebih dari satu, maka saya akan mengurutkan sesuai abjad. Biasanya saya akan lancar ketika saya mengingat di mana ide itu pernah muncul, misalnya di dapur ketika sedang mencuci piring.

Saya rasa memanfaatkan waktu dengan baik saja belum cukup tanpa disertai dengan strategi. Yaitu, memikirkan cara untuk meloloskan target kita. Saya selalu berpikir *how to* dan *how to* Selamat berperang dengan waktu. Sukses, siapa takut!?[ek]

** Eni Kusuma adalah seorang pembantu rumah tangga di Hong Kong Ia menulis buku berjudul “Anda Luar Biasa!”, buku motivasi pertama yang ditulis seorang pembantu rumah tangga. Artikel ini merupakan bagian dari buku tersebut yang dimuat di buletin INFO APLI atas izin langsung dari penulisnya.*

Daftar Anggota Apli Per 1 Maret 2007

1. PT. MATOLINDO PRIMANTARA (0002/06/93)
2. PT. CITRA NUSA INSAN CEMERLANG/CNI (0003/06/93)
3. PT. AMWAY INDONESIA (0005/06/93)
4. PT. MULTICARE MITRA SEJAHTERA (0008/06/93)
5. PT. ORINDO ALAM AYU (0011/06/93)
6. PT. VIVAMERINDO MITRA SEJAHTERA (0013/11/95)
7. PT. TARA PRIMA MEGAH (0014/01/96)
8. PT. BERJAYA COSWAY INDONESIA (0015/01/96)
9. PT. NUGRA ALOEVERINDO (0016/05/96)
10. PT. IDENTIKA PRIMA INDONESIA (0017/05/96)
11. PT. SOPHIE MARTIN INDONESIA (0025/09/98)
12. PT. HERBALIFE INDONESIA (0027/11/98)
13. PT. TIGARAKSA SATRIA TBK (0028/11/98)
14. PT. SOLARAJA PERSADA JAYA (0029/11/98)
15. PT. CAPRIASI MULTINASIONAL SEJAHTERA (0031//12/98)
16. PT. KHARISMA GIZINDO PERKASA (0032/03/99)
17. PT. KOMPAK INDOPOLA (0033/03/99)
18. PT. SUNRIDER NUSAPERDANA (0035/09/99)
19. PT. NUSANTARA ORIENTAL PERMAI (NOP) (0036/09/99)
20. PT. DAEHSAN INDONESIA (DXN) (0037/09/99)
21. PT. SINERGIPLASINDO DINAMIKA (0038/02/00)
22. PT. HARMONI DINAMIK INDONESIA (0043/04/00)
23. PT. TANGGUH SAKTI PONDASIMEGAH (0046/07/00)
24. PT. ELKEN INT INDONESIA (0050/09/00)
25. PT. KK INDONESIA (0053/01/01)
26. PT. SURYA PAGODA MAS (0056/07/01)
27. PT. SINGA LANGIT JAYA (0057/07/01)
28. PT. NEW MODULE FARMA (0058/09/01)
29. PT. REVELL INDONESIA (0061/09/01)
30. PT. IMMUNOTEC PROFARMASIA (0064/03/02)
31. PT. K-LINK NUSANTARA (0069/04/03)
32. PT. SEHAT SUGIH SEJAHTERA (0070/05/03)
33. PT. ZHULIAN INDONESIA (0071/06/03)
34. PT. CITIDIRECT INTERINDO (0073/07/03)
35. PT. RATU NUSANTARA (0076/11/03)
36. PT. BIO-YOUNG INDONESIA (0080/06/04)
37. PT. KOKOPELLI MULTINASIONAL INDONESIA (0081/07/04)
38. PT. ELITE MANDIRI ANUGRAH (0083/07/04)
39. PT. WOOTEKH (0084/08/04)
40. PT. LIFESTYLES INDONESIA (0086/09/04)
41. PT. CENTRAL JAVA DRINKING WATER (0087/12/04)
42. PT. DCHL INDONESIA (0088/01/05)
43. PT. ECOCLEAN INTERNATIONAL INDONESIA (0089/03/05)
44. PT. ENESPI ALAM INDO (0090/05/05)
45. PT. GOODWAY NETWORK INTERNATIONAL (0091/08/05)
46. PT. GLOBAL HARAPAN TUNGGAL (0092/01/06)
47. PT. PERFECT NUSANTARA (0093/01/06)
48. PT. NUSA SELARAS INDONESIA (0095/03/06)
49. PT. CAHAYA PRESTASI INDONESIA (0096/03/06)
50. PT. ALLIANCE TEAMWORK MARKETING (0097/06/06)
51. PT. NUTREND INTERNATIONAL (0098/12/06)
52. PT. M-PLAN INDONESIA (0099/03/07)

UCAPAN

SELAMAT ATAS TERPILIHNYA
BAPAK HELMY ATTAMIMI SEBAGAI
KETUA UMUM APLI PERIODE 2007-2009
SELAMAT MENJALANKAN TUGAS
& SEMOGA APLI SEMAKIN MAJU

*Segenap Anggota APLI dan
Redaksi Buletin INFO APLI*