



Perusahaan network marketing kembali bertambah. Namun, dibandingkan yang lainnya, perusahaan ini diawaki oleh anak-anak muda. Lihat saja bos besarnya, dipegang oleh dara cantik, Irnez Hidayat.

"Sesuai namanya, kami memberi atmosfer baru dalam network marketing Indonesia," jelas Irnez. Sebagai contoh, khusus para member, perusahaan ini menyebutnya dengan istilah *International Business Franchise* (IBF). Alasannya, bisnis jaringan ini tak ubahnya franchise "pribadi-pribadi".

"Kami ingin, walau lokal, tapi jangkauan bisnis ini sifatnya internasional," tandas Irnez tersenyum, seraya menyebut banyak hal positif tentang network marketing, terutama sarana menumbuhkembangkan entrepreneur.

Saat pre launching yang diselenggarakan di Jalan Panjang, perusahaan ini menyebutkan visinya untuk menjadikan IBF sebuah kehidupan yang harmonis (*living in harmony*) dari segi spiritual, emosional, kesehatan, ekonomi dan keluarga. Nah, aga visi itu terwujud, ada dua hal yang ditawarkan oleh Nu Trend: produk yang berkualitas dan marketing plan yang bisa mewujudkan impian para member. Jadi Nu Trend memberikan sesuatu yang sedang trend.

Dwi Astuty, marketing Nu Trend, dalam sambutannya menyebutkan produk-produk Nu Trend berbasis health food yang dibuat di Indonesia. "Karena produk lokal, harganya relatif murah," tandasnya.

Sampai saat ini ada 8 produk yang ditawarkan perusahaan itu, di antaranya Tendrop, Coughdy, Uricid, Mahkota

Tren dari Nu Trend

Dewa Plus Royal Jelly, Healthy Plus Royal Jelly, Kiddy, Royal Jelly, dan Golden Age.

Mahkota Dewa Plus Royal Jelly yang biasa disebut buah merah, kegunaannya untuk menjaga tubuh tetap sehat. Juga a produk Healthy Plus Royal Jelly, cocok sekali buat mereka yang mempunyai aktivitas cukup tinggi, karena banyak mengandung madu yang berguna menjaga stamina.

Khusus Coughdy, Presiden Direktur Sido Muncul, Irwan Hidayat, mengatakan sejenis obat batuk, yang tidak mengandung anti alergi dan tidak menyebabkan kantuk. Sementara Kiddy diformulasikan buat anak-anak.

Menurut Irnez, kaitan Sido Muncul dengan Nu Trend adalah sebatas pengadaan produk. "Karena produk-produk kami dibuat oleh Sido Muncul,"

tegas Irnez, yang kebetulan berasal dari klan Sido Muncul.

Selain dari 8 produk tersebut, Nu Trend juga akan terus menambah item produknya. Sebagai contoh, Roy Butea, sejenis minuman segar. Produk ini mirip seperti teh, tapi diambil dari sejenis tanaman yang biasa tumbuh di Afrika Selatan. Sedangkan khasiat dan manfaatnya lebih dari teh, karena mengandung mineral, vitamin, karbohidrat dan protein.

Di akhir acara, Dwi bertanya kepada para hadirin, apa yang diharapkan dalam hidup ini. "Kesehatan," jawab hadirin serentak. Nah di Nu Trend kesehatan lebih didahulukan, baru kemudian memberikan finansial. Sebab, jika tidak sehat, finansial yang diperoleh pun bakal melorot untuk biaya kesehatan. (Akbar L)



Para hadirin saat pre launching Nu Trend

Ralat

Dalam Edisi 4 lalu, terdapat kesalahan penulisan nama dalam label Maha Bintang dan Bintang network marketer.

1. Vigor Agung Waluya yang tertera pernah Silver Lion, seharusnya Gold Lion
2. Penulisan Ikhwan Santoso, yang benar seharusnya Ikwan Santoso

Demikian ralat kami sampaikan

Irnez Hidayat

Tawarkan

Living in Harmony

Geliat anak muda di industri network marketing, ternyata bukan sebatas sebagai "pemain", tapi juga merambah ke bidang perusahaan. Lihat saja kiprah Irnez Hidayat. Gadis cantik ini mengusung bendera Nu Trend International, sebuah perusahaan network marketing anyar, yang baru diluncurkan Juni 2006 lalu. Di situ, jabatannya tidak main-main: direktur sekaligus pengelolanya.

Walau kiprahnya terbilang baru, tapi pemahamannya tentang bisnis tak perlu diragukan. Lajang berkulit langsung ini merupakan generasi ketiga dari keluarga perusahaan jamu Sido Muncul. Ia juga peraih *Bachelor of Science (BSc.) di Iowa State University, Ames, Iowa, Majoring in Chemical Engineering (2003)* dan *Master of Business Administration (MBA) di DePaul University, Chicago, Illinois, USA Majoring in Marketing (2004)*.

Lantas, kenapa pilihannya pada network marketing? Irnez, demikian sapaan akrabnya, menyebut industri itu sangat dinamis, khususnya bagi anak-anak muda yang begitu antusias meraih impian hidupnya. Tak hanya itu. Dalam pandangannya, bisnis yang memadukan selling dan sponsoring ini sarat menumbuhkan mental entrepreneurship, yang implementasinya sangat dibutuhkan dalam membangkitkan roda perekonomian bangsa.

"Fakta menunjukkan, industri ini sudah teruji kehandalannya dalam menghadapi badai moneter. Bahkan jutawan-jutawan yang dilahirkan bisnis ini terus bermunculan," jelasnya, seraya menyebut majalah ini sebagai parameternya. Di sisi lain, bisnis ini sangat terbuka, konsepnya memberikan pelbagai kemudahan, khususnya modal yang dikucurkan relatif murah, waktu yang fleksibel dan sebagainya.

Lewat Nu Trend, bakal lahir lagi jutawan-jutawan network marketer di Tanah Air. Perusahaan lokal ini mengusung produk health food yang disupport oleh Sido Muncul.





Foto-foto: Aryadi

“Jadi, Nu Trend juga ingin memberikan kontribusi yang maksimal kepada masyarakat. Kami tidak ingin menjadi “penonton” dalam menciptakan entrepreneur lewat industri ini,” jelas sulung dari dua bersaudara ini.

Menurutnya, Nu Trend lahir dan dibidani oleh anak-anak muda yang sangat peduli terhadap industri network marketing. Mereka cukup lama in touch, sekaligus melakukan studi komperatif terhadap perusahaan network marketing di Tanah Air. Hasil studi itu, khususnya hal-hal yang positif, dituangkan dalam Nu Trend. “Makanya, kalau boleh kami menyebut, Nu Trend adalah network marketing impian,” jelas Irnez bersemangat.

Sekadar gambaran, Irnez menyebutkan soal Tutup Poin (Tupo) yang diberlakukan secara proporsional, sesuai dengan pencapaian peringkat yang dicapai oleh member. Artinya, makin tinggi peringkatnya, Tupo ini pun makin besar. Alasannya, “Ya, mereka kan sudah punya penghasilan yang luar biasa,” jelas Irnez tersenyum. Lagipula, Tupo nya hanya mencapai ratusan ribu. Sementara bagi pemula sampai peringkat tertentu, tidak dikenakan Tupo. Maklumlah, mereka masih sibuk mem-

buat jaringan.

“Kan tidak lucu, para pemula diwajibkan Tupo juga. Lho wong mereka belum punya duit kok,” tambah Irnez dengan aksen khas Semarang-nya.

Begitupun soal award yang diberikan, menurut Irnez, selalu diberikan tunai kepada mereka yang berhasil. “Jadi, kami menyerahkan sepenuhnya kepada member untuk mempergunakan uangnya sesuai kebutuhan dan keinginan pribadi,” tuturnya, seraya menyebut penghasilan yang diberikan Nu Trend tanpa batas, tergantung seberapa besar animo member untuk menjadikan masa depannya lebih baik. Irnez menyebut beberapa kran penghasilan yang diperoleh member, seperti Bonus Sponsor, Bonus Loyalty Club, Bonus Turbo, Bonus Royalty International, Bonus Dinamik, Bonus Omzet Group, Bonus Motivasi, Bonus Generasi dan Bonus Wisata.

“Pokoknya, omset yang diperoleh perusahaan, kami kembalikan lagi kepada seluruh member. Bahkan, bagi pemula yang serius, juga dapat jatah,” tambah Irnez, yang setelah lulus SMA, banyak bermukim di Amerika Serikat.

Tapi, gadis berambut panjang ini mengingatkan, keberhasilan sebuah perusahaan network marketing tidak semata-mata pada marketing plan, juga harus didukung oleh produk-produk yang berkualitas, pelatihan yang terjadual dalam meningkatkan SDM member sebagai entrepreneur tulen. “Makanya, sesuai dengan pesan Robert T. Kiyosaki, jauh-jauh hari kita sudah menyiapkan support system, yaitu Nu

Star,” jelas Irnez. Nu Star ini didirikan oleh para leader dengan support dari perusahaan. Faktor lain yang menjadi prioritas adalah Informasi Teknologi (IT) dalam memberikan pelayanan kepada setiap member.

Khusus soal produk, Nu Trend “diback up” oleh Sido Muncul, sebuah perusahaan jamu terkemuka di Indonesia. Tapi, hubungan keduanya (Nu Trend – Sido Muncul), hanya kemitraan saja. “Artinya, Sido Muncul sebagai pemasok produk. Tidak lebih dari itu” tegas Irnez. Karena produk dalam negeri, maka harganya relatif murah, hingga terjangkau oleh kocek para member. Lagipula, produk yang ditawarkan sesuai tuntutan masyarakat dewasa ini, seperti *anti aging, beauty, wellness, white-clouse* dan sebagainya. Itu semua, sesuai dengan visi keberadaan Nu Trend, menjadikan para membernya hidup yang harmonis (*Living in Harmony*), baik dari segi sprituil, emosional, kesehatan, ekonomi dan sosial.

Lewat visi *Living in Harmony* – tertuang dalam marketing plan dan produk, Irnez mematok target keberadaan Nu Trend sebagai perusahaan lokal tidak hanya menjadi “jago kandang” di Tanah Air, juga dapat mengepakan sayapnya ke luar negeri. Karena itu, sejak dini sebutan kepada member selalu disosialisasikan dengan istilah IBF (*International Business Franchise*). “Itu agar mereka eling menjadi network marketer international. Masak sih, kita selalu dijadikan target pasar mereka. Gantian dong, mereka juga jadi target kita,” jelas Irnez tersenyum. (Ian)

