

# Membongkar Sistem Dibalik Marketing dengan Skema Piramid

Stefanus Thobi Sinaga / 13510029  
Program Studi Teknik Informatika  
Sekolah Teknik Elektro dan Informatika  
Institut Teknologi Bandung, Jl. Ganessa 10 Bandung 40132, Indonesia  
s.thobi.sinaga@students.itb.ac.id

**Abstract**—Pemanfaatan graf dalam kehidupan nyata dapat dijumpai di berbagai aspek kehidupan, namun pemanfaatan graf dalam kehidupan nyata ini ternyata tidak semata-mata bertujuan untuk pengembangan ke arah yang baik saja, tetapi ada pula pihak yang menggunakannya untuk mencari keuntungan pribadi, contohnya adalah pelaku marketing dengan skema piramid. Pada makalah ini akan dijelaskan konsep dari marketing dengan skema piramid yang telah dijumpai penulis yang kemudian akan direpresentasikan ke dalam bentuk graf untuk dibahas secara konseptual tentang bagaimana sistem jaringan marketing tersebut bekerja, dan kemudian dicari solusinya agar pembaca dapat menghindari penipuan berbasis marketing dengan skema piramid.

**Index Terms**--Pyramid Scheme, Scam, Marketing, Graph.

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Pengetahuan adalah pedang bermata dua, jika digunakan untuk sesuatu yang bermanfaat, maka pengetahuan dapat membawa kehidupan manusia ke arah kemajuan, kehidupan yang lebih baik, tetapi jika digunakan semata-mata hanya untuk kepentingan pribadi, maka hal tersebut dapat merugikan kehidupan banyak orang, yang berakibat dengan buntutnya perkembangan taraf kehidupan manusia. Itulah yang dijumpai oleh penulis pada suatu kesempatan saat secara tidak sengaja “terdampar” di sebuah blog (sayangnya penulis lupa alamat blognya) yang isinya membahas tentang sebuah jaringan marketing yang saat itu sudah berjalan dan memakan banyak korban, jaringan marketing dengan skema piramid. Begitu banyak komentar yang diberikan oleh pembaca pada post di blog tersebut, dan mirisnya, rata-rata komentar tersebut adalah curhatan para anggota yang merasa bahwa mereka sudah tertipu, dan mereka meminta *advice* dari sang penulis blog agar mereka bisa mendapatkan uangnya kembali atau sekedar pengetahuan agar mereka bisa membedakan yang mana yang penipuan dan yang mana yang bukan penipuan.

Berangkat dari hal tersebut, penulis sebagai orang yang telah mempelajari beberapa hal termasuk struktur diskrit merasa bahwa sudah selayaknya bagi penulis untuk mencoba membagikan sedikit ilmunya dimana salah satunya adalah dengan cara membuat makalah ini, dimana

dalam makalah ini akan dibahas bagaimana sebenarnya konsep marketing dengan skema piramid bekerja dan kemudian akan dicari solusinya agar pembaca bisa menghindari penipuan berbasis marketing dengan skema piramid.

### B. Tujuan

Makalah dengan judul “Membongkar Sistem Dibalik Marketing dengan Skema Piramid” ini bertujuan untuk :

1. Membahas bagaimana cara kerja dari sistem marketing dengan skema piramid.
2. Mencari solusi agar pembaca dapat terlepas dari penipuan berbasis marketing dengan skema piramid.

## II. DASAR TEORI

### A. Skema Piramid

Skema Piramid adalah sebuah metode ilegal dimana metode ini adalah suatu cara cepat untuk kaya yang sangat beresiko merugikan banyak orang secara finansial.

Para pelaku yang berada di puncak piramid akan mendapatkan uang dengan cara mengajak orang untuk bergabung dalam skema piramid ini. Mereka akan memungut biaya dari orang-orang yang bergabung di bawah mereka.

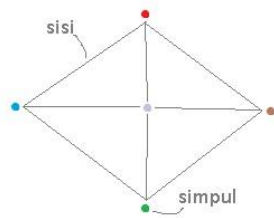
Skema piramid pada umumnya menarik bayaran bagi anggota yang ingin bergabung, dan satu-satunya cara bagi para anggota untuk mendapatkan kembali uang mereka adalah dengan merekrut anggota baru untuk bergabung dibawah mereka.

### B. Marketing

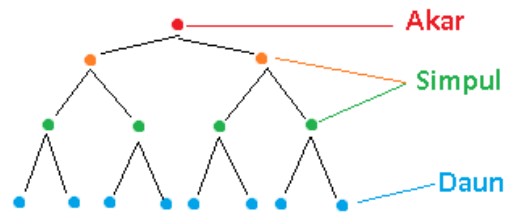
Marketing atau Pemasaran adalah proses penyusunan komunikasi terpadu yang bertujuan untuk memberikan informasi mengenai barang atau jasa dalam kaitannya dengan memuaskan kebutuhan dan keinginan manusia.

### C. Graf

Graf digunakan untuk merepresentasikan objek-objek diskrit dan hubungan antara objek-objek tersebut.



Gambar II.1 – Ilustrasi Graf

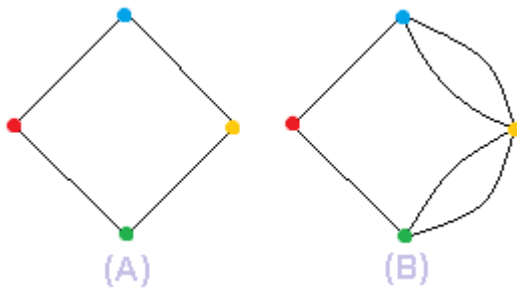


Gambar II.4 – Ilustrasi Pohon

Jenis-jenis graf :

Berdasarkan ada tidaknya gelang atau sisi ganda pada suatu graf, maka graf digolongkan menjadi dua jenis:

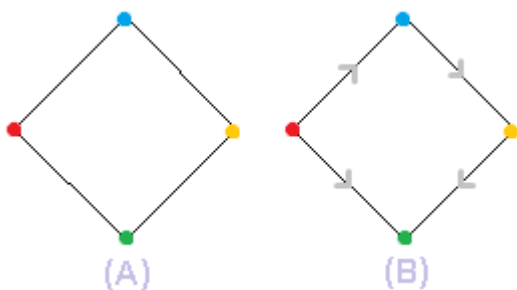
1. Graf sederhana (*simple graph*)  
Graf yang tidak mengandung gelang maupun sisi- ganda dinamakan graf sederhana.
2. Graf tak-sederhana (*unsimple graph*)  
Graf yang mengandung sisi ganda atau gelang dinamakan graf tak-sederhana.



Gambar II.2 – (A) Graf Sederhana (B) Graf Tak-Sederhana

Berdasarkan orientasi arah pada sisi, maka secara umum graf dibedakan atas 2 jenis:

1. Graf tak-berarah (*undirected graph*)  
Graf yang sisinya tidak mempunyai orientasi arah disebut graf tak-berarah.
2. Graf berarah (*directed graph* atau *digraph*)  
Graf yang setiap sisinya diberikan orientasi arah disebut sebagai graf berarah.



Gambar II.3 – (A) Graf Tak-Berarah (B) Graf Berarah

#### D. Pohon

Pohon adalah graf tak-berarah terhubung yang tidak mengandung sirkuit. Pohon terdiri dari minimal satu simpul yang saling berhubungan melalui suatu lintasan tertentu.

Derajat pada suatu simpul adalah jumlah anak dari simpul tersebut. Simpul dengan derajat 0 disebut sebagai daun.

### III. KASUS MARKETING DENGAN SKEMA PIRAMID TIPE I

Pada pertengahan tahun 2010, penulis sempat menemukan salah satu contoh kasus marketing dengan skema piramid di Indonesia pada suatu blog (seperti yang telah dijelaskan di latar belakang pembuatan makalah), dan kebetulan kasusnya pun cukup ekstrim. Jadi sistem yang ditawarkan saat itu kira-kira begini :

- Simple saja, sistem kerjanya adalah anda mengirimkan sejumlah uang ke tiga rekening (cukup sekali, pada awal pendaftaran) untuk tergabung kedalam jaringan marketing tersebut.
- Setelah anda tergabung, anda tinggal menunggu kiriman-kiriman uang dari anggota yang bergabung dalam jaringan setelah anda.

Terlihat sangat menarik bukan? Hanya dengan mengirimkan sejumlah uang sekali pada awal pendaftaran, anda akan mendapatkan kiriman uang terus menerus seiring dengan bertambahnya anggota pada jaringan marketing tersebut. Ini adalah jalan impian bagi orang-orang yang ingin sukses tanpa harus bekerja keras, dan karena dibutakan oleh keuntungan yang ditawarkan serta teknik persuasif dalam penyampaiannya, begitu banyak orang terjebak dalam kasus marketing dengan skema piramid ini. Kesalahan mereka hanya satu, mereka tidak mempelajari sistem cara kerja dari marketing dengan skema piramid ini terlebih dahulu. Jika saya adalah pendaftar pertama, lalu ketiga rekening yang akan saya transfer dana ini milik siapa? Jika saya sudah tergabung dalam jaringan apakah saya pasti akan menerima uang secara terus menerus? Bagaimana syarat untuk saya mendapatkan uang dari jaringan ini, apakah saya harus mencari anggota atau saya cukup diam saja tanpa melakukan apa-apa?

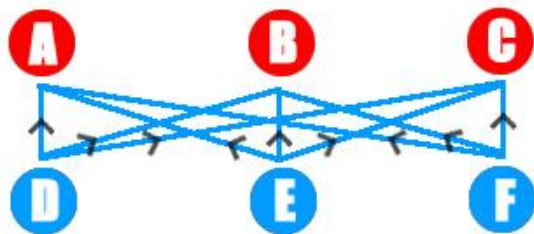
#### IV. PEMAPARAN KONSEP MARKETING DENGAN SKEMA PIRAMID TIPE 1 MENGGUNAKAN TEORI GRAF

Sekarang mari kita bahas bagaimana cara kerja yang sebenarnya dari kasus marketing dengan skema piramid diatas dengan menggambarannya ke dalam bentuk graf. Pada awalnya, asumsikan bahwa pendiri dari marketing dengan skema piramid diatas adalah tiga orang yaitu objek A, objek B, dan objek C (atau satu orang dengan tiga rekening A, B, dan C). Maka struktur utama dari jaringan marketing tersebut adalah seperti yang tertera di gambar di bawah ini



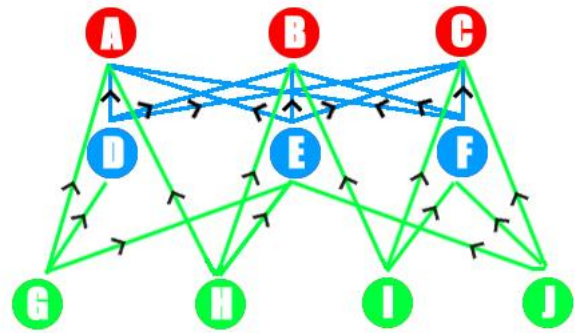
Gambar III.1 – Struktur Utama dari Marketing Skema Piramid

Kemudian ketiga orang pendiri tersebut berhasil mengajak tiga orang untuk bergabung ke dalam jaringan marketing mereka, seperti yang sudah dipaparkan sebelumnya, untuk bergabung ke dalam jaringan marketing mereka harus menyetorkan sejumlah uang terlebih dahulu ke tiga rekening yang berbeda, maka A B C pun memberikan rekening mereka kepada ketiga orang tersebut (objek D E F) untuk kemudian dikirimkan sejumlah uang pendaftaran.



Gambar III.2 – Perluasan jaringan Marketing, level 1.

Kemudian organisasi tersebut dengan berbagai macam cara kembali berhasil merekrut anggota baru untuk bergabung dalam jaringan marketing tersebut yaitu G H I dan J. Seperti para pendaftar sebelumnya, keempat orang ini harus mengirimkan sejumlah uang ke tiga rekening yang berbeda terlebih dahulu. Nah disinilah hal yang menarik muncul, rekening siapakah yang diberikan? Ternyata dari ketiga rekening yang diberikan kepada para pendaftar baru tersebut, minimal satu dari ketiga rekening yang diberikan tersebut adalah rekening dari para pendiri jaringan marketing dengan skema piramid tersebut dan sisanya adalah rekening para pendaftar yang belum pernah mendapatkan kiriman uang dari anggota baru yang mendaftar pada jaringan tersebut. Hal ini dilakukan untuk menghilangkan kecurigaan pada D E F yang tidak kunjung menerima uang padahal sudah terdaftar dalam jaringan tersebut.



Gambar III.3 - Perluasan jaringan Marketing, level 2.

Seperti yang bisa kita lihat dari representasi graf diatas, ternyata jaringan marketing dengan skema piramid ini adalah sebuah graf sederhana yang berarah dimana objek A, B, dan tiga rekening pendiri tersebut TERHUBUNG dengan semua objek lain yang tergabung di graf ini. Apa arti dari graf tersebut? Artinya, setiap anggota baru yang bergabung ke dalam jaringan tersebut mengirimkan uang ke minimal salah satu dari pendiri jaringan marketing tersebut. Sehingga untuk setiap anggota baru yang bergabung dalam jaringan marketing ini, secara otomatis para *top-tier* jaringan marketing ini mendapatkan kiriman uang. Mengerikan bukan?

Sekarang mari kita lakukan sedikit perhitungan untuk menggambarkan keuntungan dari para pendiri jaringan marketing tersebut :

Jika kita asumsikan untuk mendaftar, seorang calon anggota harus mengirimkan uang sejumlah Rp100.000,- ke tiga rekening yang berbeda, dan sudah terdapat 100 anggota baru yang bergabung dalam jaringan marketing tersebut, maka keuntungan dari para pendiri jaringan tersebut adalah :

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan} &= 3 * \text{Rp}100.000,- * 100 \\ &= \text{Rp}30.000.000,- \end{aligned}$$

Bagaimana? Cukup besar untuk ukuran kerja yang tidak terlalu berat bukan? Itu adalah perhitungan dengan asumsi seminimal mungkin, yaitu dengan asumsi bahwa setiap pendaftar hanya mengirimkan uang ke satu rekening pendiri saja. Kemudian bagaimana jika yang terjadi adalah sebaliknya, ekstrimnya, satu pendaftar mengirim ke minimal dua rekening pendiri dengan uang pendaftaran sebesar Rp250.000,- dan sudah terdapat 1000 anggota baru yang bergabung dalam jaringan marketing tersebut?

$$\begin{aligned} \text{Keuntungan} &= 3 * \text{Rp}250.000,- * 1000 * 2 \\ &= \text{Rp}1.500.000.000,- \end{aligned}$$

Keuntungan sebesar 1,5 Milyar rupiah, jumlah yang sangat-sangat besar mengingat *effort* yang dikeluarkan hanyalah mengajak orang untuk bergabung dalam jaringan marketing tersebut.

## V. KASUS MARKETING DENGAN SKEMA PIRAMID TIPE 2

Setelah memaparkan tentang konsep dari kasus marketing dengan skema piramid tipe 1, penulis ingin menambahkan contoh kasus marketing dengan skema piramid yang lain, sebut saja tipe 2. Hebatnya, kasus seperti ini merebak ke berbagai pihak dari berbagai kalangan. Penulis menemukan kasus ini saat masih berada di SMA, teman penulis sendiri bergabung ke dalam jaringan organisasi marketing tersebut dan kemudian mempresentasikannya kepada penulis serta teman-teman yang lain di sela-sela pelajaran. Cara kerja kasus marketing tipe ini adalah seperti ini :

- Terdapat berbagai level pada jaringan marketing tersebut
- Untuk naik level pertama kali, anda harus membayar sejumlah uang (nominalnya tidak terlalu besar).
- Untuk naik level kedua, anda harus membayarkan sejumlah uang kembali dengan nominal cukup besar (tetapi anda bisa langsung naik ke level tiga, penulis kurang memahami konsepnya saat itu karena tidak tertarik).
- Untuk naik ke level ketiga, anda harus membeli produk dari organisasi tersebut (nominal harga yang harus dibayar TIDAK SEBANDING dengan nilai jual dari produk yang ditawarkan)
- Untuk naik level-level selanjutnya anda wajib mencari *downline* (anggota yang mendaftar dibawah nama anda)
- Keuntungan yang didapat disesuaikan dengan level anda, dan anda baru mendapat keuntungan setelah anda berada di level tiga keatas, karena anda baru dianggap menjadi investor setelah anda berada di level 3 atau ke atas.
- Keuntungan yang anda dapatkan berasal dari jumlah orang yang berhasil anda ajak untuk menjadi *downline* anda. Tetapi orang tersebut minimal harus menjadi anggota dengan level minimal level 2.
- Untuk level-level yang sangat tinggi anda dijanjikan berbagai macam hadiah yang sangat menarik seperti mobil, rumah, dll.

Teman penulis sendiri yang saat itu masih SMA terjebak dengan keuntungan yang ditawarkan dari jaringan organisasi marketing ini karena kurangnya pengetahuan dibalik konsep marketing dengan skema piramid tersebut, untungnya ia masih berada pada level 1 karena keterbatasan dana yang dimiliki untuk naik ke level selanjutnya.

## VI. PEMAPARAN KONSEP MARKETING DENGAN SKEMA PIRAMID TIPE 2 MENGGUNAKAN TEORI POHON

Sekarang mari kita bahas bagaimana konsep dari kasus marketing dengan skema piramid diatas. Misalkan untuk sampai ke bintang ketiga seseorang harus mengeluarkan

uang total sebesar Rp2.085.000.

Kemudian untuk naik ke bintang 4, kita harus mencari tiga orang untuk menjadi *downline* kita.



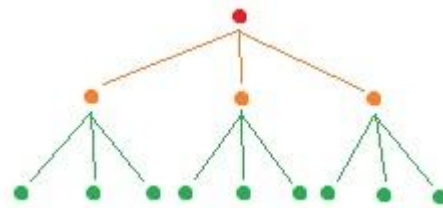
Gambar VI.1 – Ilustari untuk mencapai bintang 4

Asumsikan ketiga *downline* kita adalah anggota dengan level 2, sehingga dana yang telah kita dapat adalah :

$$\begin{aligned} \text{Profit dari level 3} &= 3 * \text{Rp}140.000,- \\ &= \text{Rp}420.000,- \end{aligned}$$

\*\*Rp140.000,- adalah keuntungan dari mengajak orang untuk menjadi *downline* kita saat kita berada di level 3

Kemudian untuk naik ke level 5, ketiga *downline* kita tadi harus menjadi level 3.



Gambar VI.2 – Ilustrasi untuk mencapai bintang 5

Lihat, jika kita tidak terus mencari orang untuk menjadi *downline* kita, setelah kita sampai di level 5, ternyata kita masih defisit Rp1.665.000,-

Mulai level 5 ini, kita mendapatkan tambahan profit sebesar 1% dari omzet grup kita (pendapatan *downline* setiap merekrut orang), begitu pula dengan level 6 dan seterusnya dengan nominal yang tentunya berbeda.

Lalu apa arti dari pohon ini? Bayangkan jika kita tidak berhasil mendapatkan *downline* selain 3 *downline* utama kita di awal tadi (kita hanya mengandalkan profit dari omzet grup), bayangkan berapa kedalaman pohon sampai kita berhasil meraup keuntungan dari sistem marketing ini? Anda akan kaget melihat jumlah daun pada pohon grup anda ini.

## VII. MENGHINDARI PENIPUAN BERBASIS MARKETING DENGAN SKEMA PIRAMID

Setelah mengetahui bagaimana sistem dari marketing dengan skema piramid, lantas apakah usaha yang dapat kita lakukan untuk mencegah diri kita tertipu dalam sistem semacam ini? Berikut adalah saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis :

1. Berhati-hatilah saat anda ingin memutuskan untuk bergabung di dalam suatu sistem, gali semua informasi tentang sistem tersebut dan pikirkan secara matang. *If it looks too good to be true, it probably is.*
2. Representasikan sistem tersebut ke dalam suatu graf atau pohon untuk melihat sistem tersebut

secara lebih jelas. Seringkali, orang terlalu malas untuk memvisualisasikan sistem tersebut dan justru terbuai dengan iming-iming keuntungan yang sebenarnya sangat sulit untuk dicapai. Contohnya pada kasus tipe 1, lihat perbedaan simpul objek anda dan simpul objek dari pendiri jaringan tersebut, lihat bagaimana simpul sang pendiri jaringan terhubung dengan setiap anggota yang masuk ke dalam sistem tersebut sedangkan simpul anda tidak. Kemudian pada kasus tipe 2, coba gambarkan pohon grup anda sampai di kedalaman dimana anda berhasil mendapatkan kembali uang yang telah anda *invest* sebelumnya. Apakah jumlah simpul dan daun pada pohon tersebut realistis dan memang *visible* untuk dicapai?

3. Berdoa lah agar anda beserta keluarga dan kerabat dijauhkan dari hal semacam ini. Karena kebanyakan kasusnya disaat seseorang sudah menyerah untuk mencari *downline*, ia akan mengajak keluarga dan kerabat-kerabat dekatnya untuk bergabung karena akan sedikit sulit bagi mereka untuk menolak ajakan orang tersebut.

Berdasarkan informasi pada situs Wikipedia.com tanggal 11 Desember 2011, skema piramid ini merupakan metode yang ilegal dan dilarang untuk diterapkan di negara Albania, Australia, Brazil, Bulgaria, Cana, China, Colombia, Denmark, Dominican Republic, Estonia, France, Germany, Hungary, Iceland, Iran, Italy, Japan, Malaysia, Mexico, Nepal, Netherlands, New Zealand, Norway, Philippines, Poland, Portugal, Romania, South Africa, Spain, Sri Lanka, Sweden, Switzerland, Taiwan, Thailand, Turkey, United Kingdom, dan United States.

## VIII. CONCLUSION

Kesimpulan dari makalah yang berjudul "*Membongkar Sistem Dibalik Marketing dengan Skema Piramid*" ini adalah :

1. Teori Graf dan Pohon terbukti dapat membantu kita untuk memvisualisasikan sistem secara lebih baik.
2. Setelah dianalisis dan direpresentasikan kedalam bentuk graf dan pohon, dapat dikatakan bahwa marketing dengan skema piramid merupakan suatu bentuk penipuan, bersifat ilegal, dan bertujuan untuk mencari keuntungan dengan mengorbankan banyak orang yang terkait di dalamnya karena sebenarnya sistem tersebut tidak menghasilkan keuntungan apa-apa dan satu-satunya cara bagi para investor di dalamnya untuk mendapatkan uangnya kembali adalah dengan mengambil uang dari hasil investasi para investor-investor baru.

## REFERENCES

- [1] Wikipedia. 2011. [http://en.wikipedia.org/wiki/Pyramid\\_scheme](http://en.wikipedia.org/wiki/Pyramid_scheme)  
Waktu akses: 11 des 2011 Pukul 14:40
- [2] Wikipedia. 2011. <http://id.wikipedia.org/wiki/Pemasaran>  
Waktu akses: 11 des 2011 Pukul 14:40
- [3] Munir, Rinaldi, Slide Perkuliahan IF2091, Graf, 2009.
- [4] Munir, Rinaldi, Slide Perkuliahan IF2091, Pohon, 2009.
- [5] Australian Government Scamwatch. 2011. [www.scamwatch.gov.au/content/index.phtml/tag/PyramidSchemes](http://www.scamwatch.gov.au/content/index.phtml/tag/PyramidSchemes)  
Waktu akses: 11 des 2011 Pukul 14:40
- [6] Bisnisplan. 2011. <http://bisnisplan.webs.com/marketingplan.htm>  
Waktu akses: 11 des 2011 Pukul 14.40

## PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa makalah yang saya tulis ini adalah tulisan saya sendiri, bukan saduran, atau terjemahan dari makalah orang lain, dan bukan plagiasi.

Bandung, 11 Desember 2011



Stefanus Thobi Sinaga / 13510029