

Sof2009

**MODEL DAN PRAKTIK KEPEMIMPINAN *TOP LEADER*
DALAM BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING*
DI PT. K-LINK**



TESIS

**Ahmad Habibi
0606022731**

T

24067

**KONSENTRASI KAJIAN STRATEJIK PENGEMBANGAN KEPEMIMPINAN
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS INDONESIA**

**JAKARTA
2008**

**PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS INDONESIA**



UNIVERSITAS INDONESIA

**MODEL DAN PRAKTIK KEPEMIMPINAN *TOP LEADER*
DALAM BISNIS *MULTI LEVEL MARKETING (MLM)*
DI PT. K-LINK**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Sains

**Ahmad Habibi
0606022731**

**KONSENTRASI KAJIAN STRATEJIK PENGEMBANGAN KEPEMIMPINAN
PROGRAM STUDI KAJIAN KETAHANAN NASIONAL
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS INDONESIA**

**JAKARTA
2008**

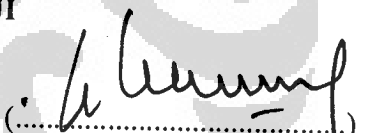
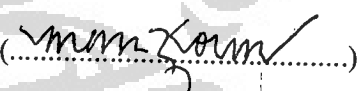
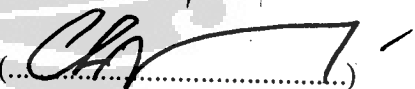
LEMBAR PENGESAHAN

Peneliti : Ahmad Habibi
NPM : 0606022731
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Konsetrasi : Kajian Strategik Pengembangan Kepemimpinan
Judul Tesis : **Model dan Praktik Kepemimpinan *Top Leader* Dalam
Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Di PT. K-I ink**

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Tesis Program Studi Kajian Ketahanan Nasional, Konsentrasi Kajian Strategik Pengembangan Kepemimpinan, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 2 Juli 2008
Waktu : 20.00 – 21.00
Dinyatakan : LULUS

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. Amy Y.S. Rahayu M.Si (.....)
Pembimbing : Prof. Dr. M. Enoch Markum (.....)
Penguji : Dr. Chandra Wijaya, MM., M.Si (.....)

Jakarta, 2 Juli 2008

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Habibi
NPM : 0606022731
Program Studi : Kajian Ketahanan Nasional
Kajian : Kajian Stratejik Pengembangan Kepemimpinan
Judul Tesis : Model dan Praktik Kepemimpinan *Top Leader* Dalam Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. K-Link

Menyatakan bahwa tesis berjudul Model dan Praktik Kepemimpinan *Top Leader* Dalam Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) PT. K-Link adalah karya saya sendiri dan belum pernah diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 2 Juli 2008
Yang menyatakan,

Ahmad Habibi

UCAPAN TERIMAKASIH

Tidak ada yang paling disyukuri saat ini kecuali saat-saat penulisan tesis ini berakhir, yang mudah-mudahan memberikan kemanfaatan yang besar untuk diri pribadi dan orang lain. Semua itu tentu saja atas keberkahan yang dilimpahkan Allah SWT yang tidak dapat ditulis dengan tinta seluas lautan sekalipun. Oleh karena itu, ucapan puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

Penyusunan tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Sain Program Studi Pengkajian Ketahanan Nasional, Kajian Stratejik Pengembangan Kepemimpinan pada Program Pascasarjana Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tesis ini sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan tesis ini. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. M. Enoch Markum selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran dalam mengarahkan penulis saat penyusunan tesis ini.
2. Dr. Chandra Wijaya, MM., M.Si. dan Dr. Amy Y.S. Rahayu, M.Si. selaku dosen penguji dan ketua sidang penguji tesis.
3. Pihak PT. K-Link yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang diperlukan penulis khususnya Bpk. Ir. Irwansyah, Bpk. Hendri Rikianto, Bpk. Rivai Djatmika, Bpk. Ir Andi Machmud dan Bpk. Ahmad Firman Santoso yang telah bersedia dijadikan sebagai Informan untuk penelitian ini.
4. Kementrian Negara Pemuda dan Olah Raga yang telah memberikan beasiswa pendidikan pasca sarjana.
5. Teman-teman angkatan I program kepemimpinan pasca sarjana Universitas Indonesia Mbak Tutut, Mbak Gita, Ucok, Pak Fatah, Pak Baban, Bu Iis, Pak Agus, Yeni, Bang Zul dan rekan-rekan lainnya yang tak dapat penulis sebutkan semua, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas bantuan baik motivasi, semangat maupun doa, dan selalu saling mengingatkan untuk lulus bersama-sama, semoga mendapat ganjaran yang berlipat ganda dari Allah SWT.

Secara khusus, rasa terima kasih mendalam dan permohonan maaf atas segala yang hal yang membuat banyak hal terabaikan selama penyusunan tesis ini ditujukan kepada :

1. Ayahanda H.M. Syaiful Anwar dan Ibunda Dra. Darwani yang telah memberikan bantuan do'a-do'a panjang dan khusyuknya serta dukungan material maupun moril.
2. Sahabat penulis Nina, Puri, Irland, Shifa, Karlina, Revi, Ayu, Eva, Hanna dan sahabat-sahabat lainnya yang tak dapat penulis sebutkan semua, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dalam memberikan bantuan, semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan tesis ini.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah-SWT berkenan membalas segala kebaikan kita semua. Dan semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 2 Juli 2008

Penulis

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS
(Hasil Karya Perorangan)**

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ahmad Habibi
NPM/NIP : 0606022731
Program Studi : Pengkajian Ketahanan Nasional
Kajian : Kajian Stratejik Pengembangan Kepemimpinan
Jenis karya : tesis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Non- Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :
Model dan Praktik Kepemimpinan *Top Leader* Dalam Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Di PT. K-Link
berserta perangkat yang ada (bila diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah ini menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 2 Juli 2008
Yang menyatakan

(Ahmad Habibi)

ABSTRAK

Nama : Ahmad Habibi
Program studi : Kajian Ketahanan Nasional
Kajian : Kajian Stratejik Pengembangan Kepemimpinan
Judul : Model dan Praktik Kepemimpinan *Top Leader* Dalam Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) di PT. K-Link

(vii + 63 halaman, 1 lampiran)

Penelitian ini berfokus pada bagaimana kepemimpinan *top leader* bisnis *multi level marketing* yang berhasil. Kriteria keberhasilan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* yang diteliti berdasarkan peringkat atau level tertinggi yang mereka raih, yaitu *Crown Ambassador*. Tujuan dari penelitian ini untuk memperoleh informasi mendalam dan menganalisis kepemimpinan *top leader* yang berhasil dalam mengembangkan jaringan bisnis *multi level marketing*. Kepemimpinan yang diteliti meliputi praktik kepemimpinan dari teori Kouzes dan Posner (2004) dan model kepemimpinan dari teori kontingensi, dan *leader member exchange*.

Desain penelitian menggunakan penelitian kualitatif menggunakan metode arsip melalui pendekatan dokumen. Pengumpulan data dilakukan dengan *content analysis* dan arsip tentang *success story* yang terdiri dari lima orang yang memiliki peringkat *Crown Ambassador*, sedangkan analisis dilakukan melalui kajian terhadap kaset berisi *success story* para *top leader* yang diteliti.

Dari hasil analisis yang dilakukan oleh peneliti, disimpulkan bahwa : 1) Model Kepemimpinan *top leader* yang dalam bisnis *multi level marketing* adalah : a. Seorang *upline* yang berhasil harus memiliki hubungan dan komunikasi erat antara pemimpin (*upline*) dengan bawahan (*downline*), b. Seorang *upline* yang berhasil harus memiliki sikap saling percaya baik kepada perusahaan, sistem yang ada pada perusahaan, dan yang paling penting percaya terhadap jaringan di bisnisnya yaitu kepada para *downline*-nya, dan c. Menggunakan cara *leadership by example* dalam membantu para *downline* mereka untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan. 2) Berdasarkan praktik kepemimpinan *top leader* yang berhasil dalam bisnis *multi level marketing* terdapat lima praktik kepemimpinan yang digunakan dalam bisnis ini, yaitu : a. mencontohkan caranya, b. menginspirasi visi bersama, c. menantang proses, d. memungkinkan orang lain bertindak, dan e. menyemangati jiwa.

Kata kunci

Kepemimpinan, praktik kepemimpinan, dan *multi level marketing*

ABSTRACT

Name : Ahmad Habibi
Study Program : Study of Resilience National
Title : Model and Practice Leadership of "Top Leader" *Multi Level Marketing* (MLM) in PT. K-Link

(viii + 63 pages, 1 appendices)

The focus of this study is how successful "top leader" leadership of multi level marketing. The criteria of successful top leader in multi level marketing which researched based on highest level they achieved named Crown Ambassador. The objective of this study is to understand better about successful "leader top" leadership to develop networking in multi level marketing. Leadership researched covered leadership practices of Kouzes and Posner theory (2004) and Modelling leadership of Leader Member Exchange Theory and Contingency Theory.

Research design was qualitative with archives method by documents. The data was collected by by content analysis and success story archives are five level Crown Ambassador and the analysis was done by success story cassettes of the top leader research.

The following are the research results : 1) The leadership style of successful "top leader" in Multi Level Marketing are: a. The successful upline must have good relationship with their upline and their downline. b. The successful leader must have loyalty to the company, the system, and the most important is trust to their network. c. Using leadership by example to help their downline to achieve their goals. 2) Based on leadership practices found that : a. modelling the way, b. inspiring a share vision, c. challenging the process, d. enabling others to act, and e. encouraging the heart.

Key words:

Leadership, leadership practices and multi level marketing

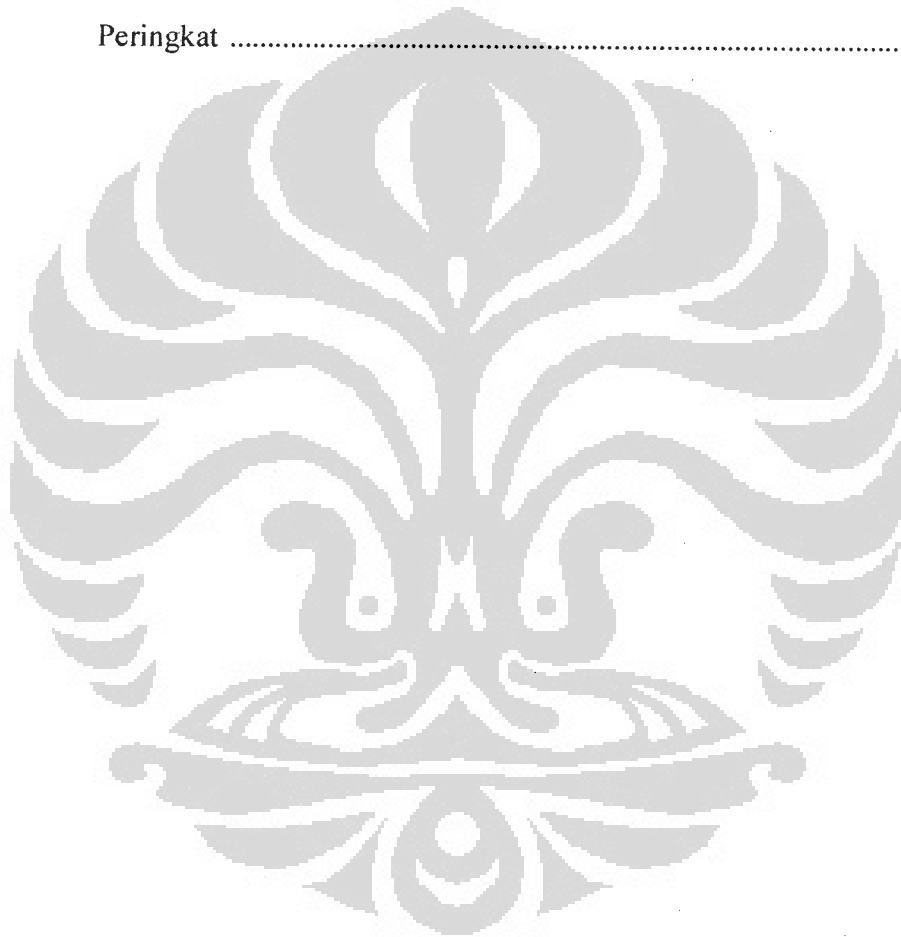
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
UCAPAN TERIMA KASIH	iv
LEMBAR PERSETUJUAN KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Manfaat Peneliitian	8
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	8
II. KERANGKA TEORI	10
2.1. <i>Multi Level Marketing</i>	10
2.1.1. Penegertian <i>Multi Level Marketing</i>	10
2.1.2. Keunggulan <i>Multi Level Marketing</i>	11
2.1.3. Indikator Kesuksesan Dalam Bisnis MLM	13
2.2. Teori Kepemimpinan	15
2.3. Praktik Kepemimpinan	18
2.4. <i>Multi Level Marketing</i> dan Kepemimpinan	21
III. METODE PENELITIAN	22
3.1. Jenis Penelitian yang Digunakan	22
3.2. Definisi Istilah	23
3.3. Sasaran Penelitian	24
3.4. Jenis dan sumber data	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data	25
3.6. Teknik Analisis	26

IV. TINJAUAN UMUM PT. K-LINK INDONESIA	28
4.1. Sejarah PT. K-Link Indonesia	28
4.2. Prinsip bisnis PT. K-Link	30
4.3. <i>Marketing Plan</i> K-Link	32
4.4. Jenjang Karier Dalam K-Link	32
4.5. Peran dan Tanggung Jawab <i>Distributor</i>	34
4.6. Penghargaan K-System	35
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
5.1. Gambaran Umum Kepemimpinan Dalam Bisnis <i>Multi Level Marketing</i> . 38	
5.1.1. Karakteristik Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	39
5.2. Analisis Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	41
5.2.1. Teori Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	41
5.2.2. Praktik Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	48
5.3. Pembahasan Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	54
5.3.1. Teori Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	54
5.3.2. Praktik Kepemimpinan <i>Multi Level Marketing</i>	55
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	59
6.1 Kesimpulan	59
6.2 Saran	60
DAFTAR REFERENSI	62

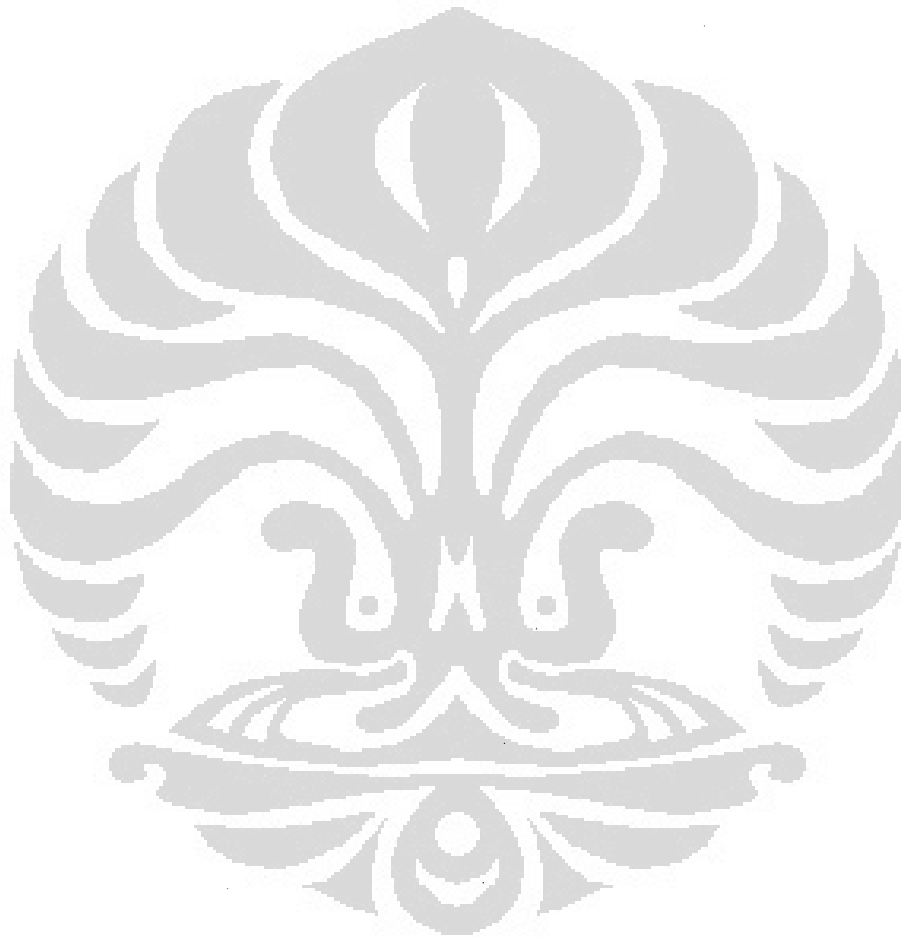
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Lima Praktik dan Sepuluh Komitmen Kepemimpinan	18
Tabel 3.1. Definisi Istilah	21
Tabel 4.1. Jenjang Karier di PT. K-Link	32
Tabel 4.2. Potensi Penghasilan Distributor K-Link Perbulan Berdasarkan Peringkat	33



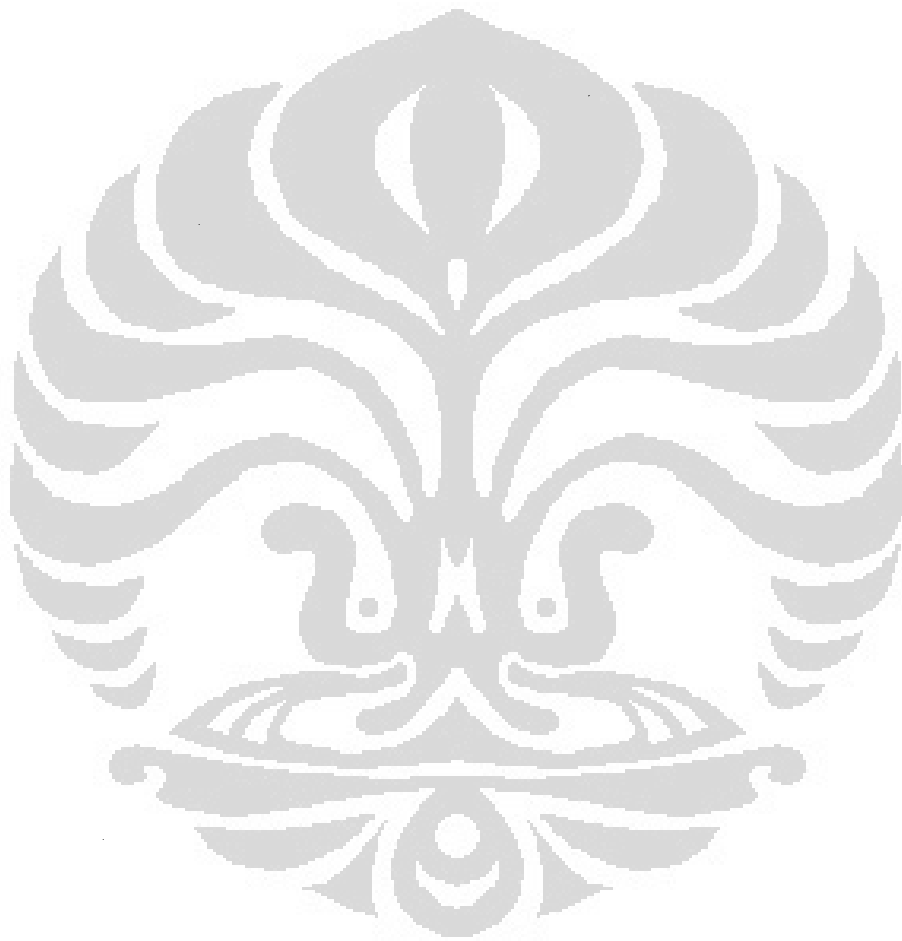
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Pertumbuhan Jumlah Mitra Usaha MLM Tahun 2000-2006.....	2
Gambar 2.1. <i>Leader Member Exchange Theory</i>	17
Gambar 3.1. Kerangka Berfikir	27
Gambar 4.1. Sistem PT. K-Link	30



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Transkrip Data Success Story Informan



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Sejak diperkenalkan di Indonesia pada 1990-an, bisnis *direct selling* di Tanah Air lebih populer dengan sebutan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) terus mengalami pertumbuhan. Dari tahun ke tahun omset yang dibukukan oleh perusahaan yang menganut sistem penjualan langsung ini terus meningkat.

Berdasarkan data yang dikeluarkan Asosiasi Penjual Langsung Indonesia (APLI), dalam lima tahun terakhir pangsa pasar bisnis *direct selling* meningkat secara signifikan. Jika pada tahun 2001 total pasar bisnis ini baru Rp 2,9 triliun, tahun 2005 total pasarnya meningkat dua kali lipat lebih, yaitu sebesar Rp 6,9 triliun. Jumlah tersebut hanya berdasarkan penjualan anggota APLI yang jumlahnya hanya 56 perusahaan. Padahal, jumlah perusahaan *direct selling* di Indonesia mencapai 130-an. Jadi, sebenarnya total pasar bisnis *direct selling* di Indonesia lebih besar lagi.

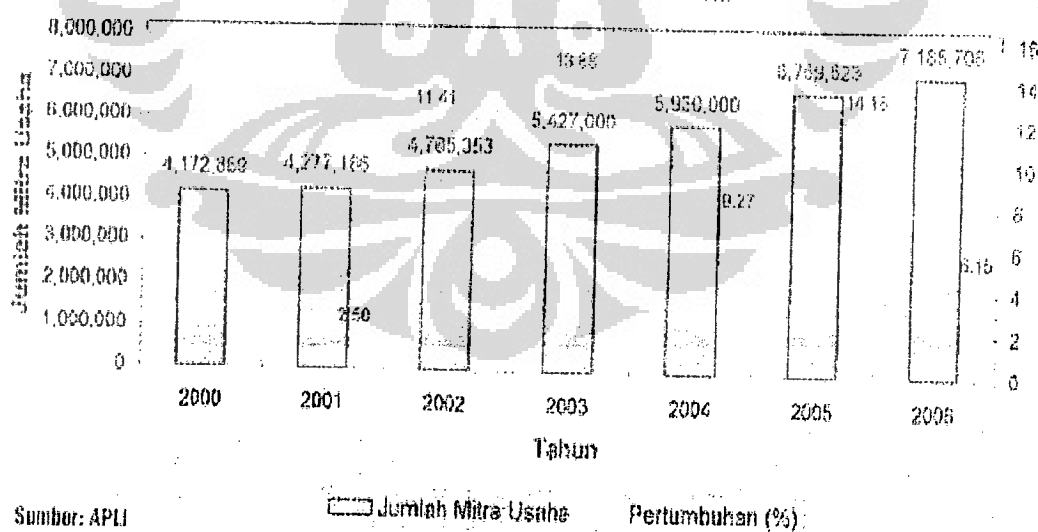
Secara persentase, pertumbuhan bisnis *direct selling* di Indonesia sangat fluktuatif. Dari 2000 ke 2001, pertumbuhannya 15,3%. Akan tetapi, dari 2001 ke 2002, pertumbuhannya sangat fantastis: 52%. Dari 2004 ke 2005, bisnis ini hanya tumbuh 9,9%. Adapun dari 2005 ke 2006, bisnis *direct selling* di Indonesia menurun 4%. Hal ini merupakan dampak kenaikan harga BBM yang sangat besar pada akhir 2005 dan tahun 2007 diperkirakan kembali naik.

Namun, sumber SWA¹ di APLI mengatakan bahwa dari 2005 ke 2006, bisnis *direct selling* tetap tumbuh, walau hanya 5,13% dan *market size* bisnis *multi level marketing* pada 2006 sudah menembus angka Rp 7 triliun, tepatnya Rp 7,2 triliun. Walau jumlah rupiah yang dikumpulkan dari bisnis ini tergolong cukup besar, kontribusinya terhadap total penjualan ritel masih di bawah 5%.

¹ Lihat Majalah Swa tanggal 6-18 desember 2007 hlm. 88

Menurut Helmy Attamimi (Ketua Umum APLI) dalam majalah Swa Sembada terbitan Desember 2007 mengatakan bahwa kontribusi penjualan langsung (*direct selling*) terhadap total bisnis ritel memang tergolong kecil, tapi bisnis ini cukup dinamis. Setiap tahun selalu muncul perusahaan-perusahaan baru, meski ada juga yang mati. Ada pula perusahaan yang membentuk anak usaha atau mengembangkan pasar yang baru. Banyak faktor yang membuat bisnis ini dapat terus tumbuh. Meski menolak menyebut nama perusahaan, Helmy menuturkan, ada perusahaan yang berkembang karena berekspansi ke daerah, ada juga yang berkembang karena menambah jaringan.

Terus bertambahnya perusahaan *direct selling* berdampak pada meningkatnya jumlah mitra usaha (*member*) bisnis ini. Jika pada 2001 mitra usaha di perusahaan anggota APLI berjumlah 4.277.186 orang. Hingga 2005, jumlah mitra usaha bisnis *direct selling* di Indonesia melonjak menjadi 6.769.523 orang. Pada Akhirnya tahun 2006 perkembangan bisnis ini melonjak lebih tinggi lagi menjadi 7.185.706 orang dan diperkirakan pada tahun 2007 bisnis ini akan kembali naik.



Gambar 1.1. Pertumbuhan Jumlah Mitra Usaha MLM Tahun 2000-2006

Dengan cara unik dan inovatif, MLM telah menjadi metode penjualan yang sukses selama 50 tahun. Karena itu, Bisnis *Network Marketing* atau *Multi Level Marketing* (MLM) sudah mendapat pengakuan yang luas sebagai bagian dari dunia bisnis. Di antaranya :

1. Philip Kotler (2006) seorang pakar kelas dunia di bidang praktik strategi pemasaran dalam buku terakhirnya menyebutkan strategi pemasaran dengan menggunakan *network marketing* merupakan strategi bisnis yang luar biasa dan akan pesat perkembangannya.
2. Hasil survey majalah *Warta Ekonomi*², menunjukkan bahwa dari 10 profesi termahal di Indonesia, distributor *network marketing* masuk dan menduduki profesi nomor pertama.
3. Dalam bukunya *The Cashflow Quadrant*, karya Robert T. Kiyosaki (2002:93), *Multi Level Marketing (Network Marketing)* merupakan satu di antara tiga bisnis yang direkomendasikan oleh Robert T. Kiyosaki sebagai bagian dari *Quadrant B (Business Owner)*.
4. Donald Trump (2007:359-360) dalam bukunya *Why We Want You To Be Rich*, menjelaskan bahwa untuk terjun ke dalam bisnis *Network Marketing* kita harus mempunyai tingkat motivasi yang tinggi dan menurutnya mengenai pemasaran jaringan (*Network Marketing*) adalah untuk melakukan penelitian anda sendiri kemudian menerapkan segala yang anda dapatkan ke dalam produk anda sendiri. Antusiasme sejati sulit dikalahkan dan kemenangan akan bersama anda.

Bisnis penjualan langsung (MLM ataupun *direct selling*) mempunyai dua kunci andalan. Yang pertama adalah orang-orang (*distributor*) topnya. Selain diharapkan kontribusi penjualannya, orang-orang top ini juga diharapkan bisa memotivasi anggota lain dalam komunitasnya. Karena itu, mereka juga sering disebut *top leader*.

Yang kedua, tak lain produk andalan perusahaan MLM masing-masing. Yang ditonjolkan biasanya adalah keunikan dan diferensiasi yang kuat dibandingkan dengan produk sejenis lainnya walaupun biasanya harga relatif lebih mahal daripada

² Baca *Warta Ekonomi* tanggal 26 maret 2001.

produk sejenis yang dijual di pasar konvensional. Pengaruh *distributor top* tidak bisa dianggap enteng. Malah, mungkin lebih besar dibanding para pendiri/pemilik perusahaan penjualan langsung itu. Kontribusi mereka amat signifikan terhadap omset perusahaan.

Multi level marketing bertujuan untuk memindahkan produk perusahaan ke *distributor* lalu ke konsumen, sehingga semakin besar jaringan *distributor* yang dibangun maka semakin banyak pula produk yang terjual.

Salah satu perusahaan yang menarik untuk disimak adalah PT. K-link Indonesia. Perusahaan ini memiliki omset pertumbuhan yang meningkat 75 kali sepanjang tahun 2002 s/d 2007 dan K-Link Indonesia merupakan K-Link paling besar di dunia. Jumlah *distributor* K-Link Indonesia mencapai 400.000 orang dan pertambahan jumlah *distributor* 20.000 s/d 25.000 perbulan.³

Perusahaan dengan produk andalan berbasis *chlorophyll* mampu menjual 100.000 botol perbulan dan *omega squa* mampu menjual 50.000 botol perbulan ini memiliki empat nama yang berhasil meraih posisi tertinggi atau *Royal Crown Ambassador*, yaitu: Irwansyah, Santoso Nyoto, Pradipto Kuswanto, dan Erwin. Apabila dilihat dari banyaknya *downline*, jaringan Santoso Nyoto berada di posisi tertinggi; disusul jaringan Erwin dan Irwansyah. Yang menarik, menurut Manajer Pemasaran Senior K-link Indonesia, Djoko Komara, dari seluruh jaringan K-link di seluruh dunia, hanya Indonesia yang mampu mencapai *Royal Crown Ambassador*.

Berdasarkan perhitungan logis, sebagai pengusaha 90% jaringan K-link Indonesia, Santoso merupakan kontribusi terbesar bagi omset K-link Indonesia. Maka dari itu keberhasilan para *distributor top* perusahaan MLM atau *direct selling* ini mencapai puncak tidak lepas dari hasil kerja keras dan perjuangan tanpa henti.

Kesuksesan yang diraih oleh K-Link Indonesia tidak lepas dari satu sistem yang digunakan yaitu K-System. K-System adalah sebuah sistem pendukung yang dikelola bersama antara para pemimpin (*leader*) K-Link dan perusahaan K-Link. Hal ini menghindari terjadinya distorsi sehingga tetap berada pada posisinya untuk mendukung usaha bersama K-Link.

³ Lihat Majalah Swa tanggal 6-18 desember 2007 hlm. 86

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam bisnis *multi level marketing* ini adalah kepemimpinan (*leadership*). Seorang pemimpin dalam suatu jaringan bisnis *multi level marketing* dapat diibaratkan seperti orang tua yang melahirkan, mengasuh, membesarkan dan menjaga anak-anaknya. Seperti seorang ibu, seorang pemimpin atau *leader* harus bertanggung jawab terhadap anggota atau *downline* yang telah direkrutnya seperti mengajari *downline*-nya memahami sistem bisnis perusahaan *multi level marketing* yang mereka pilih, membantu memprospek calon anggota baru, memberikan motivasi, ilmu pengetahuan dan sebagainya.

Bisnis *multi level marketing* pada dasarnya merupakan bisnis “orang” sehingga diperlukan seseorang yang dapat memimpin dan mengelola jaringan orang tersebut agar dapat sukses dalam bisnis ini. Dalam bisnis ini tidak diperlukan suatu syarat tertentu sehingga apapun dan siapapun dapat masuk dan menjalankan bisnis ini. Keanekaragaman latar belakang ini juga semakin menambah tingkat kesulitan seorang *leader* dalam mengambil keputusan dan bertindak.

Koontz dan Weihrich (1988) mengatakan bahwa *leadership* merupakan suatu fungsi parsial dari keterampilan membina orang dan merupakan proses interaktif antara seorang pemimpin dengan pengikutnya dalam membangun komitmen dan dalam mencapai tujuan suatu organisasi. Dalam bisnis *multi level marketing* kesuksesan seseorang ditentukan bagaimana ia membantu para *downline*-nya untuk sukses serta dapat memberikan pengarahan dan dukungan dalam rangka mencapai tujuan. Seorang pemimpin dikatakan efektif jika ia dapat memberikan suatu arah atau jalan (*path*) yang tepat untuk menolong para pengikutnya mencapai kesuksesan dan membuat perjalanan yang lalui menjadi lebih mudah.

Untuk itu penulis ingin membahas judul tentang :

“Model Dan Praktik Kepemimpinan Top Leader Dalam Bisnis Multi Level Marketing (MLM) di PT. K-LINK”

1.2. Rumusan Masalah

Sejak diperkenalkan di Indonesia pada 1990-an, bisnis *direct selling* di Tanah Air lebih populer dengan sebutan bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) terus mengalami

pertumbuhan. Dari tahun ke tahun omset yang dibukukan oleh perusahaan yang menganut sistem penjualan langsung ini terus meningkat hingga tahun 2008 ini.

Ternyata bisnis penjualan langsung (MLM ataupun *direct selling*) mempunyai dua kunci andalan atas keberhasilan yang diraih dari setiap perusahaan MLM. Yang pertama adalah orang-orang (*distributor*) topnya. Selain diharapkan kontribusi penjualannya, orang-orang top ini juga diharapkan bisa memotivasi anggota lain dalam komunitasnya. Karena itu, mereka juga sering disebut *top leader*.

Yang kedua, tak lain produk andalan perusahaan MLM masing-masing. Yang ditonjolkan biasanya adalah keunikan dan diferensiasi yang kuat dibandingkan dengan produk sejenis lainnya walaupun biasanya harga relatif lebih mahal daripada produk sejenis yang dijual di pasar konvensional.

Pengaruh *distributor top* tidak bisa dianggap enteng. Malah, mungkin lebih besar dibanding para pendiri/pemilik perusahaan penjualan langsung itu. Kontribusi mereka amat signifikan terhadap omset perusahaan.

Multi level marketing bertujuan untuk memindahkan produk perusahaan ke *distributor* lalu ke konsumen, sehingga semakin besar jaringan *distributor* yang dibangun maka semakin banyak pula produk yang terjual.

Bisnis *multi level marketing* pada dasarnya merupakan bisnis “orang” sehingga diperlukan seseorang yang dapat memimpin dan mengelola jaringan orang tersebut agar dapat sukses dalam bisnis ini. Bisnis *multi level marketing* dalam upaya meningkatkan hasil penjualan produk tidak lepas dari keberhasilan *distributor-distributor top (upline)* dan *downline*-nya sebagai tim kerja.

Dalam bisnis *multi level marketing* kesuksesan seseorang ditentukan bagaimana ia membantu para *downline*-nya untuk sukses serta dapat memberikan pengarahan dan dukungan dalam rangka mencapai tujuan. Maka seorang pemimpin dibutuhkan untuk mengembangkan jaringan dalam bisnis *multi level marketing* ini.

Salah satu perusahaan yang menarik untuk disimak adalah PT. K-link Indonesia. Perusahaan ini memiliki omset pertumbuhan yang meningkat 75 kali sepanjang tahun 2002 s/d 2007 dan K-Link Indonesia merupakan K-Link paling besar di dunia. Jumlah *distributor* K-Link Indonesia mencapai 400.000 orang dan

pertambahan jumlah *distributor* 20.000 s/d 25.000 perbulan. Perusahaan dengan produk andalan berbasis *chlorophyll* mampu menjual 100.000 botol perbulan dan *omega squa* mampu menjual 50.000 botol perbulan ini memiliki empat nama yang berhasil meraih posisi tertinggi atau *Royal Crown Ambassador*, yaitu: Irwansyah, Santoso Nyoto, Pradipto Kuswantoro, dan Erwin. Kesuksesan yang diraih oleh K-Link Indonesia tidak lepas dari satu sistem yang digunakan yaitu K-System. K-System adalah sebuah sistem pendukung yang dikelola bersama antara para pemimpin (*leader*) K-Link dan perusahaan K-Link.

Masih sedikit literatur dan penelitian yang khusus membahas dan meneliti kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* membuat perlu dilakukan penelitian tentang bagaimana kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* di PT. K-Link. Dengan demikian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi lahirnya *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* yang baru.

1.3. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dalam pertanyaan ini adalah :

1. Bagaimana model kepemimpinan yang digunakan oleh para *top leader* dalam mengembangkan jaringan bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* di PT. "K-Link"?
2. Bagaimana praktik kepemimpinan yang digunakan oleh para *top leader* dalam mengembangkan jaringan bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* di PT. "K-Link"?

1.4. Tujuan Penelitian

Dari pertanyaan penelitian di atas, tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk memperoleh gambaran praktik kepemimpinan yang digunakan para *top leader* dalam mengembangkan jaringan bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* di PT. "K-Link".

2. Untuk menganalisis model kepemimpinan yang digunakan para *top leader* dalam mengembangkan jaringan bisnis *Multi Level Marketing (MLM)* di PT. "K-Link".

1.5. Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini nantinya dapat memberikan dua manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah untuk membangun suatu konstruk baru tentang model dan praktek kepemimpinan yang digunakan dalam bisnis *multi level marketing* dari berbagai konsep yang akan diteliti yaitu bisnis *multi level marketing*, kepemimpinan, dan praktik kepemimpinan. Hal ini dapat memberikan wawasan baru dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam mengembangkan jaringan bisnis *multi level marketing*.

1.5.2. Manfaat Praktis

Penelitian ini juga memiliki manfaat praktis yaitu sebagai bahan masukan bagi anggota-anggota MLM untuk mengidentifikasi model dan praktik kepemimpinan yang ideal dalam bisnis *multi level marketing* pada PT. "K-Link" yang dapat dijadikan sebagai acuan untuk meningkatkan keberhasilan serta mengembangkan jaringan bisnis MLM-nya.

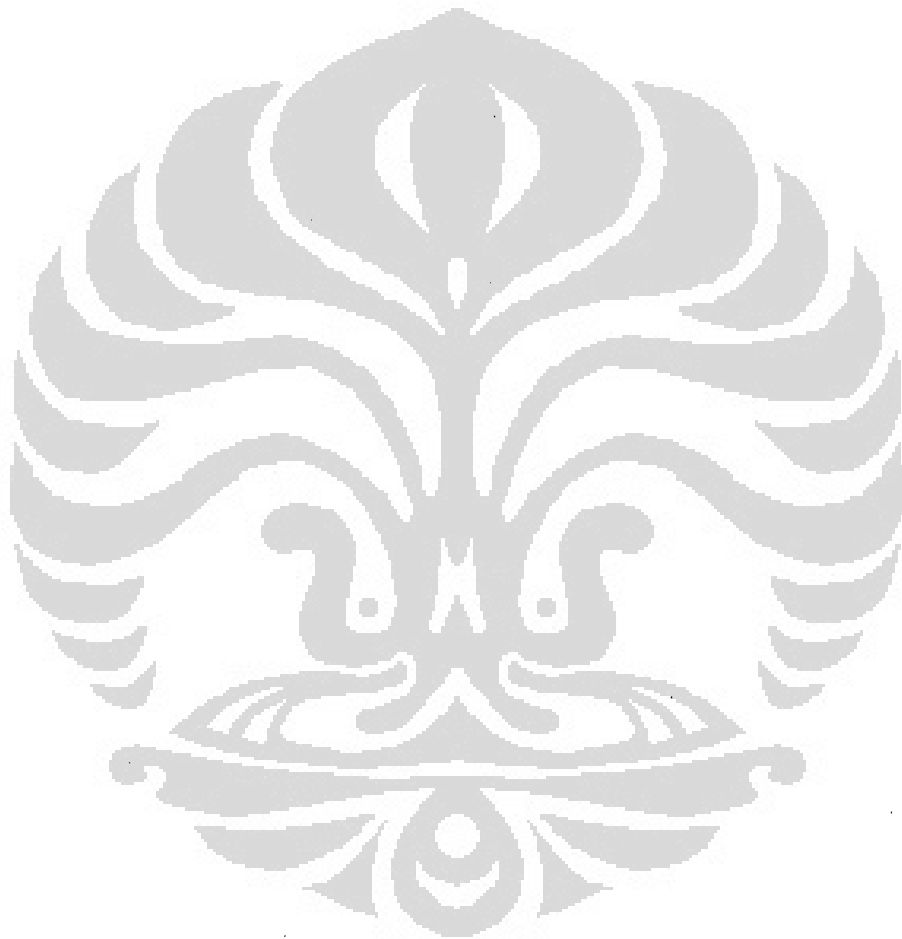
1.6. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh informasi mendalam tentang kepemimpinan *top leader* yang berhasil dalam mengembangkan jaringan bisnis *multi level marketing*.

Desain penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif menggunakan metode arsip melalui pendekatan dokumen. Informan dalam penelitian berjumlah lima orang terdiri dua orang peringkat *Royal Crown Ambassador*, satu orang peringkat *Senior*

Crown Ambassador dan dua orang peringkat sepuluh *Crown Ambassador*. Pengumpulan data dilakukan dengan *content analysis* dan arsip tentang *success story*, sedangkan analisis dilakukan melalui kajian dokumen terhadap kaset berisi *success story* para *top leader* yang diteliti.

Pengumpulan data akan dilakukan oleh peneliti sendiri. Penelitian direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Februari-Mei 2008.



KERANGKA TEORI

2.1. *Multi Level Marketing*

Sebelum penulis menguraikan pengertian Kepemimpinan, Praktek Kepemimpinan, terlebih dahulu penulis menguraikan tentang *Multi Level Marketing* karena merupakan induk atau topik awal dari perumusan masalah yang akan diteliti.

2.1.1. Pengertian *Multi Level Marketing*

Konsep *Multi Level Marketing* pada dasarnya merupakan konsep yang sudah tidak asing lagi kedengarannya di telinga kita. Banyak istilah yang digunakan untuk menyebut konsep *Multi Level Marketing* ini, seperti *network sales*, *direct selling*, penjualan berjenjang, *worth of mouth selling* dan sebagainya.

Walaupun secara konseptual istilah-istilah tersebut sebenarnya agak kurang tepat untuk menyebut konsep *Multi Level Marketing* namun istilah-istilah tersebut sudah terbiasa digunakan untuk menyebut konsep *Multi Level Marketing*.

Konsep *Multi Level Marketing* sebenarnya tidak terlepas dari konsep distribusi karena konsep *Multi Level Marketing* ini merupakan salah satu cara perusahaan untuk menyampaikan produknya kepada pelanggan.

Sementara menurut Carmichael (1991:2) dalam bukunya "*Network & Multi Level Marketing*" menyatakan :

"*Multi Level Marketing* adalah suatu cara yang efektif, memasarkan produk atau jasa yang dipindahkan atau di distribusikan tanpa biaya yang bisnisnya dihubungkan dengan biaya operasi iklan tertentu, promosi dan pemasaran".

Sedangkan pengertian *Multi Level Marketing* menurut pandangan Andrias Harefa (1999:3) dalam bukunya "*Multi Level Marketing, Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Millennium Ketiga*" adalah :

"Memasarkan/menjual/mendisrtibusikan produknya kepada pelanggan eceran dengan memberdayakan *distributor independennya* untuk melaksanakan tugas pemasaran / pendistribusian / penjualan produk melalui pengembangan armada pemasaran /

dirtibutor / penjual langsung secara mandiri (*independen*), tanpa campur tangan langsung perusahaan”.

Philip Kotler (2006:177) sebagai pakar dunia di bidang strategi pemasaran dalam bukunya “*According To Kotler*” menyatakan :

“*Multi Level Marketing* (MLM) atau Sistem *Networking* (Pemasaran jaringan) itu sendiri adalah sistem di mana perusahaan melakukan kontrak dengan perorangan agar menjualkan produk mereka dari rumah-ke-rumah atau kantor-ke-kantor”.

Dari beberapa konsep diatas menunjukkan bahwa konsep *Multi Level Marketing* adalah suatu bisnis yang memasarkan barang dan jasa tanpa melalui biaya operasi iklan, promosi dan sebagainya karena dilakukan melalui perorangan dengan menjualkan produknya dari rumah-ke-rumah atau kantor-ke-kantor.

Menurut Kotler mengapa disebut *multilevel* karena kontraktor (pihak yang menandatangani kontrak dengan perusahaan) dapat mengundang orang lain untuk bekerja dan memperoleh uang berdasarkan performa.

Multi Level Marketing kadang disebut sebagai *Network Marketing* yang berarti sebagai suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja, karena memang bisnis *multi level marketing* terdiri dari anggota-anggota kelompok yang kemudian membentuk suatu jaringan kerja.

Di samping itu kadang kala ada pula yang menyebut sebagai suatu bisnis penjualan langsung atau *Direct Selling*. Pendapat ini juga dibenarkan karena memang pelaksanaan penjualan *Multi Level Marketing* dilakukan secara langsung oleh wiraniaga kepada konsumen, tidak melalui perantara lagi, tidak melalui toko, swalayan, kedai atau warung, tetapi langsung kepada pembeli.

2.1.2. Keunggulan *Multi Level Marketing*

Menurut Santoso (2003:47-49) yang mengutip artikel ‘*Lessons to Learn from Multi Level Marketing*’ oleh Geraldine Nelson, ada beberapa keunggulan dari bisnis *Multi Level Marketing* dibandingkan bisnis lainnya yaitu :

- a. Keunggulan dari sisi modal
Keunggulan yang utama dan pertama dari konsep bisnis MLM adalah orang tidak memerlukan modal besar untuk melibatkan diri di dalam bisnis MLM ini. Untuk bergabung awal dalam bisnis MLM sebagai mitraniaga pemula MLM hanya membutuhkan relatif sedikit uang. MLM lebih menekankan pada hubungan yang dimiliki oleh para mitraniaga mereka sebagai modal utama. Dan tentunya dengan demikian MLM bisa merupakan salah satu alternatif bisnis yang bisa digunakan oleh seorang yang tidak memiliki modal relatif besar.
- b. Keunggulan dari sisi waktu
Keunggulan lain dari bisnis *Multi Level Marketing* ini adalah waktu kerja yang *flexible*. Para *distributor* atau mitraniaga atau anggota bisa melakukan presentasi atau penjualan pada waktu yang bisa mereka tentukan sendiri. Hal ini membuat mereka bisa mengatur waktu dengan lebih baik.
- c. Keunggulan dari sisi pemasaran
Bisnis *Multi Level Marketing* pada hakekatnya memiliki jaringan pemasaran yang sangat baik. Adanya jaringan yang sejenis ini akan menguntungkan di dalam bisnis apapun yang kita miliki.
- d. Keunggulan dari sisi kelompok
Mengingat banyaknya orang yang terlibat dalam MLM, maka pada dasarnya terdapat banyak pula kekuatan. Dari sudut pandang bisnis MLM kita akan banyak berhadapan dengan banyak orang. Dengan menggunakan pengalaman dan pengetahuan dari orang lain, kita akan bisa terhindar dari membuat kesalahan-kesalahan umum di dalam bisnis. Bahkan beberapa perusahaan akan menyediakan media untuk membagi informasi, tips-tips penjualan dan cerita sukses dan sebagainya.
- e. Keunggulan dari sisi bisnis
Multi Level Marketing pada hakekatnya seperti membeli waralaba pribadi. Oleh karena itu ketika sebuah jaringan terbentuk, maka seseorang tinggal menunggu untuk mendapatkan hasil dari usaha yang telah dilakukan. Tetapi tentu saja hal ini bukan merupakan sesuatu yang mudah.

f. Tempat belajar yang baik

MLM merupakan tempat yang baik untuk belajar ketrampilan bisnis dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, seseorang seharusnya menginvestasikan waktunya untuk melihat melampaui sistem kompensasi yang dimiliki serta produk yang dipunyai untuk mengetahui keseriusan dari perusahaan MLM untuk melatih dan mendidik calon *distributor* atau mitraniaga mereka.

2.1.3. Indikator Kesuksesan Dalam Bisnis MLM

Menurut Pindi Kisata (2005:34-41) dalam bukunya "*How to Build MLM Business*" ada lima strategi dasar dalam membangun jaringan yang efektivitasnya tidak diragukan lagi dan diakui oleh para pemimpin besar jaringan untuk mencapai kesuksesan, yaitu :

a. Menggunakan Momentum

Strategi momentum ini adalah suatu kejadian atau hal yang dapat mengakibatkan terjadinya suatu perubahan. Untuk mengubah keadaan seseorang, pemimpin membutuhkan momentum. Dengan momentum, cara pandang, emosi, kepercayaan, motivasi, semangat, dan komitmen dapat berubah. Perpisahan karena kematian kekasih akan mengubah karakter dan semangat hidup seseorang. Lahirnya anak tercinta mungkin akan mampu mengubah rasa malas seorang ayah. Penghinaan pedas mengubah takut menjadi berani, putus asa menjadi pengharapan. Intinya, momentum positif mampu membalikkan keadaan kalah menjelma menjadi keadaan menang.

b. Senantiasa Mengembangkan Diri

Perkembangan diri yang dimaksudkan lebih kepada perkembangan diri anda pribadi, apakah anda menambah pengetahuan; *people skill*; berpikir dan berjiwa lebih besar dari sebelumnya; apakah anda terus bergerak ke arah kemajuan atau malah mundur; lebih optimis dan positif atau pesimis dan negatif. Renungkanlah hal ini, saya percaya anda akan jadi distributor yang lebih baik esok hari. *Network marketing* adalah bisnis manusia. Itulah sebabnya butuh kemampuan untuk terus berkembang seiring dengan perkembangan zaman sehingga anda tidak

ketinggalan zaman. Hanya manusia yang mampu berkembang yang akan lebih bertahan di masa-masa mendatang.

c. Selalu Gunakan Alat Bantu

Alat bantu yaitu sesuatu yang digunakan untuk membantu kita memecahkan kendala dengan lebih mudah. Untuk bisa berhasil di *Network marketing*, alat bantu menjadi prioritas. Para *leader* menggunakan alat bantu untuk mengembangkan bisnis mereka. Menggunakan alat bantu yang tepat akan mempercepat bisnis *Network marketing*. Salah satu alat bantu yang hebat adalah pertemuan bisnis. Sudah menjadi pengetahuan umum bahwa banyak orang bergabung setelah menghadiri pertemuan bisnis. Para *top leader* memutuskan untuk menjadi sukses dalam bisnis MLM setelah mengikuti pertemuan-pertemuan bisnis. Selain pertemuan, buku dan kaset juga menjadi alat vital bagi pertumbuhan bisnis dan kepribadian distributor. Beberapa alat bantu lainnya yang juga sangat bermanfaat antara lain adalah :

1. Manual Presentasi
2. *Support System Guide Book*
3. Buku Konsultasi

d. Mengobarkan Semangat Dalam Diri dan Kelompok

Keutamaan dalam mengobarkan semangat dalam diri dan kelompok adalah motivasi. Motivasi di sini adalah dorongan yang kuat sehingga diri anda dan orang lain mau dan mampu bergerak menuju perubahan. Hal ini bisa berupa penghargaan tulus, hadiah berharga, bonus besar, sentuhan lembut di bahu, persahabatan tulus dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan untuk memotivasi diri dan kelompok. Gunakan alat bantu yang mampu memberikan motivasi ke dalam group. Beberapa *leader* menggunakan impian untuk memotivasi dirinya. Sehingga setiap kali perasaan ingin menyerah muncul, ia kembali mengingat impian itu, bahkan membayangkan impian itu menjadi kenyataan. Yang terjadi setelah proses visualisasi/autosugesti seperti itu ialah semangat yang berkobar-kobar dan muncul keberanian untuk menjalankan bisnis ini.

e. Menggunakan Sistem *Guide And Do Together*.

Guide And Do Together adalah mengarahkan dan bekerja bersama-sama. Dengan menggunakan sistem ini, para *top leader* mendapatkan beberapa keuntungan sebagai berikut :

1. Dihormati dan disukai *downline* karena memberi bantuan langsung
2. Memperbanyak *downline* aktif karena ada perkembangan
3. Melakukan kepemimpinan dan pengajaran lewat contoh langsung
4. Menghilangkan kesan memanfaatkan *downline*

Lima hal di atas dipakai oleh pemimpin jaringan dalam mengembangkan bisnis *Network marketing*. Inilah cara mereka, strategi umum mereka. Uniknya, cara ini tetap efektif meskipun telah dipakai berulang-berulang oleh *distributor* dari berbagai negara dan di perusahaan yang berbeda-beda. Jadi, boleh dikatakan formula tetap untuk berhasil.

2.2. Teori Kepemimpinan

Merupakan suatu kebenaran bahwa kepemimpinan yang baik itu merupakan hal yang penting dalam bisnis, pemerintahan, dan pada organisasi serta kelompok yang tak terhitung yang menciptakan hidup, bekerja dan bermain. Fungsi kepemimpinan dalam bisnis, pemerintahan, dan organisasi atau kelompok, tidak dapat dibantah merupakan suatu fungsi yang sangat penting bagi keberadaan dan kelangsungan kemajuan dalam bisnis, pemerintahan, dan organisasi atau kelompok yang bersangkutan.

Oleh karena itu, memahami berbagai teori kepemimpinan sangat besar artinya untuk mengkaji sejauhmana kepemimpinan dalam bisnis *multi level marketing* dapat dilaksanakan secara efektif serta menunjang kepada produktivitas bisnis secara keseluruhan.

Menurut Stephen P. Robbins (2002:163) yang dimaksud dengan kepemimpinan adalah kemampuan untuk mempengaruhi suatu kelompok untuk pencapaian tujuan.

Rauch & Behling (1984:46) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah proses mempengaruhi aktivitas kelompok yang terorganisir untuk mencapai sasaran.

Sedangkan Jacobs & Jaques (1990:281) mengatakan kepemimpinan merupakan proses memberikan tujuan (arahan yang berarti) ke usaha kolektif, yang menyebabkan adanya usaha yang dikeluarkan untuk mencapai tujuan.

Tannenbaum, Weschler, & Massarik (1961:24) bahwa memang komunikasi juga terdapat dalam kepemimpinan. Bahwa kepemimpinan adalah pengaruh antarpribadi, yang dijalankan dalam suatu situasi tertentu, serta diarahkan melalui proses komunikasi, ke arah pencapaian satu atau beberapa tujuan tertentu.

Selain itu ada juga yang dinamakan dengan pendekatan situasional menurut Northouse (1997) merupakan pendekatan yang berfokus pada kepemimpinan dalam berbagai situasi. Dalam pandangan ini seorang pemimpin dikatakan efektif apabila dapat menyesuaikan gaya kepemimpinan yang diterapkan dengan situasi yang terjadi. Dalam pendekatan ini ada dua dimensi kepemimpinan yang digunakan, yaitu direktif dan suportif dimana keduanya digunakan sesuai dengan situasi yang terjadi.

Selanjutnya pendekatan situasional semakin berkembang luas sehingga muncul konsep yang disebut Teori Kontingensi (*Contingency Theory*). Teori ini dikemukakan oleh Fred Fiedler (1967) yang mengatakan bahwa kinerja kelompok yang efektif tergantung pada pasangan yang cocok antara gaya pemimpin dalam berinteraksi dengan bawahannya dan tingkatan di mana keadaan memberi pengaruh serta kendali terhadap pemimpin.

Fiedler (1967) mengatakan dalam teori ini ada tiga buah variabel situasional, yaitu :

1. Hubungan pemimpin-anggota (*leader member relations*) : tingkat keyakinan, kepercayaan, dan penghargaan bawahan terhadap pemimpin mereka.
2. Struktur tugas (*task structure*) : tingkatan pada tugas-tugas kerja bawahan terstruktur atau tidak terstruktur.
3. Wewenang jabatan (*position power*) : tingkat pengaruh seorang pemimpin terletak pada variasi wewenang, seperti mempekerjakan, memecat, mendisiplinkan, mempromosikan, dan menaikkan gaji.

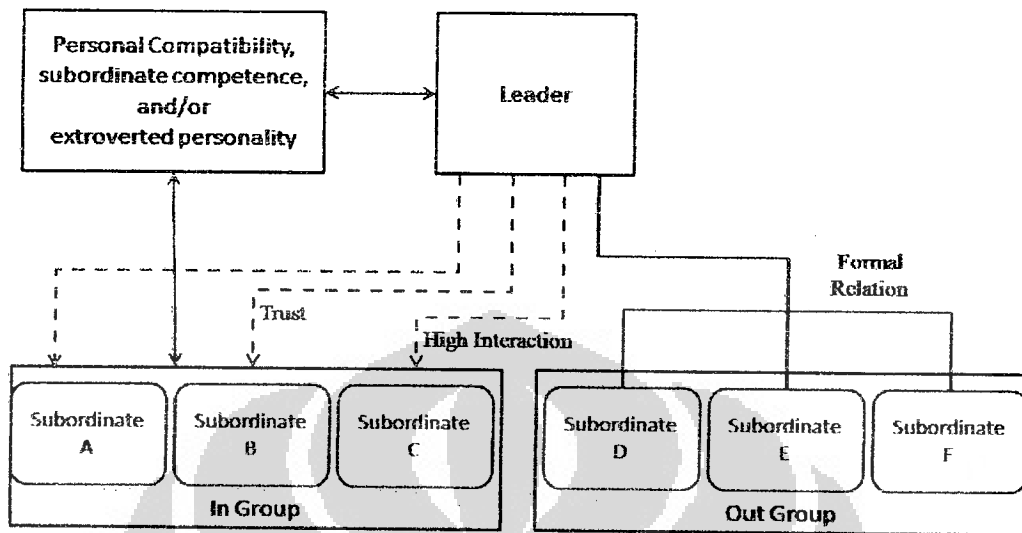
Dari ketiga variabel kontingensi itu, akan dinilai apakah hubungan antara pemimpin dan anggota baik atau tidak, struktur tugas tinggi atau rendah, wewenang

jabatan kuat atau lemah. Fiedler (1967) menyatakan bahwa semakin baik hubungan antara pemimpin dan anggota, semakin tinggi tingkat struktur kerja dan semakin kuat wewenang jabatan, semakin besar pengaruh yang dimiliki oleh seorang pemimpin.

Teori yang lain juga berbicara mengenai kepemimpinan adalah *Leader Member Exchange Theory*. *Leader Member Exchange Theory* (LMX) atau disebut dengan teori pertukaran pemimpin-bawahan adalah teori mengenai hubungan yang erat antara pemimpin dengan bawahan dalam mengembangkan suatu organisasi atau jaringan bisnisnya.

Menurut George Graen (1976) dalam Stephen P. Robbins & Timothy A. Judge (2007:360-361) digambarkan mengenai hubungan erat dalam *In-Group* antara *upline* dengan *downline* adalah :

- Kesesuaian *personal* (*personal compatibility*) yaitu : fase awal bekerja, belum banyak yang dapat diberikan seorang karyawan baru. Pada masa seperti itu pemimpin dan anggota baru masih saling menguji kemampuan, motivasi, dan sikap kerja masing-masing. Anggota baru perlu kesiapan belajar yang tinggi untuk mendapatkan kepercayaan dari pemimpin.
- Kompetensi bawahan (*subordinate competence*) yaitu : setelah tercapai rasa saling percaya, peran-peran baru akan diberikan oleh pemimpin. Apabila hal ini dapat berlangsung terus secara baik, dengan berkembangnya saling percaya, loyalitas, dan saling menghormati, hubungan pemimpin dan bawahan akan mencapai fase matang.
- kepribadian *extrovert* (*extroverted personality*) yaitu : fase matang, terjadi transformasi dalam hubungan pertukaran, yakni yang semula berorientasi pada kepentingan pribadi beralih menuju orientasi pada kepentingan unit/organisasi.



Sumber : Stephen P. Robbins (2007)

Gambar 2.1. *Leader Member Exchange Theory*

2.3. Praktik Kepemimpinan

Pada awalnya banyak penulis yang mengatakan bahwa kepemimpinan tidak dapat diajarkan kepada orang lain dan seseorang tidak dapat dilatih untuk memimpin (Ed Weymes, 2003). Akan tetapi dewasa ini banyak sekali pendapat yang mengatakan sebaliknya. Kouzes dan Posner (2002) dalam Shoemaker (2003) mengatakan :

“Leadership is not the private reserve of a new charismatic men and women. It is a process that ordinary people use when they are bringing forth the best from themselves and others.”

Menurut Kouzes dan Posner (2002) ada delapan karakteristik yang dimiliki oleh seorang pemimpin, yaitu :

1. Kredibilitas adalah dasar dari semua kepemimpinan. Untuk membangun kredibilitas seorang pemimpin harus menjalani proses penemuan jati diri, dapat memahami dan mengontrol nilai-nilai, perilaku dan impian mereka.
2. Kepemimpinan merupakan urusan setiap orang. Seseorang pemimpin harus dapat memberikan inspirasi, menantang, memotivasi dan menghibur semua pengikutnya.
3. Tantangan adalah kesempatan untuk menjadi seorang pemimpin besar.
4. Seorang pemimpin akan memusatkan perhatian pada masa depan.
5. Seorang pemimpin merupakan *team player* dan *team-spirit* yang dibangun berdasarkan kepercayaan.
6. Pemimpin bertanggung jawab terhadap kehidupan orang yang mereka pimpin.
7. Kepedulian merupakan inti dari kepemimpinan.
8. Seorang pemimpin yakin bahwa ia dapat membuat suatu perbedaan.

Praktik kepemimpinan adalah hal-hal yang dilakukan oleh seseorang ketika memimpin orang lain. Sedangkan praktik kepemimpinan teladan adalah apa yang dilakukan oleh orang ketika mereka berada pada kondisi terbaik mereka pada saat memimpin orang lain. Pengalaman-pengalaman inilah yang dipakai untuk menetapkan *standards of excellence* dari kepemimpinan mereka. (Kouzes dan Posner, 2004)

Dalam bukunya “Lima Teladan Kepemimpinan” Kouzes dan Posner (2004:59-60) meneliti tentang proses dinamis dari kepemimpinan dan menemukan bahwa pada saat melakukan hal-hal yang luar biasa dalam mengembangkan organisasi, pemimpin menggunakan lima praktik kepemimpinan dan sepuluh komitmen kepemimpinan (Tabel 2.1.), yaitu:

Tabel 2.1. Lima Praktik dan Sepuluh Komitmen Kepemimpinan

PRAKTIK KEPEMIMPINAN	KOMITMEN
Mencontohkan caranya	1. Temukan suara hati anda dengan memperjelas nilai-nilai

	<p>pribadi anda</p> <p>2. Beri contoh dengan menyelaraskan tindakan dengan nilai-nilai bersama</p>
Menginspirasi visi bersama	<p>3. Lihat masa depan dengan membayangkan peluang-peluang yang menggairahkan dan luhur</p> <p>4. Kumpulkan orang ke dalam visi bersama dengan memperlihatkan aspirasi bersama</p>
Menantang proses	<p>5. Cari peluang melalui pencarian cara-cara inovatif untuk berubah, tumbuh dan menjadi lebih baik</p> <p>6. Lakukan eksperimen dan ambil resiko dengan terus menerus menghasilkan kemenangan-kemenangan kecil dan belajar dari kesalahan</p>
Memungkinkan orang lain bertindak	<p>7. Pupuk kolaborasi dengan mempromosikan tujuan bersama dan membangun kepercayaan</p> <p>8. Perkuat orang lain dengan membagi kekuasaan dan keleluasaan</p>
Menyemangati jiwa	<p>9. Akui kontribusi dengan menunjukkan penghargaan bagi pencapaian individu</p> <p>10. Rayakan nilai-nilai dan kemenangan dengan menyemangati komunitas</p>

Menurut Northouse (1997) kepemimpinan didefinisikan sebagai *“Leadership is a process where by an individual influences a group of individuals to achieve a common goal”*.

Kepemimpinan sebagai proses maksudnya adalah kepemimpinan merupakan interaksi antara pemimpin dan yang dipimpin, bukan merupakan hubungan yang

linier atau satu arah saja. Kepemimpinan melibatkan pengaruh maksudnya adalah bagaimana seorang pemimpin dapat mempengaruhi pengikutnya. Tanpa adanya pengaruh, kepemimpinan berarti tidak pernah ada.

Kepemimpinan terjadi dalam kelompok karena kepemimpinan melibatkan kelompok individu yang memiliki tujuan yang sama. Sedangkan kepemimpinan juga termasuk dalam pencapaian tujuan maksudnya seorang pemimpin harus dapat mengarahkan kelompok individu tersebut untuk menyelesaikan suatu tugas sehingga tujuan akhirnya dari kelompok tersebut tercapai.

2.4. Multi Level Marketing dan Kepemimpinan

House dan Dessler (1974) dalam Stock dan Hoyer (2002) menjelaskan bahwa seorang pemimpin harus dapat melatih, memberi petunjuk, mendukung dan memberikan penghargaan atas kinerja para pengikutnya.

Dalam mengelola suatu jaringan dalam bisnis MLM peran pemimpin tidak dapat diabaikan begitu saja. Menurut Moussa (1996) dalam Isacc *et al.* (2001) seorang pemimpin harus dapat mengetahui kemampuan para pengikutnya sehingga ia dapat mengetahui kemampuan yang mereka miliki dan memberikan pelatihan bagi peningkatan kemampuan para pengikutnya.

Misalnya bagi para anggota yang tidak biasa menjual dan berbicara di depan umum diberikan pelatihan dan motivasi. Selanjutnya agar mereka mau mengikuti apa yang dikatakan seorang *leader* maka harus tercipta kepercayaan bahwa *leader* tersebut mampu menepati semua janjinya dan bersikap sama pada semua pengikutnya. Dalam hal ini *leader* harus dapat menyakinkan pengikutnya bahwa mereka pasti bisa sukses seperti dirinya pada masa yang akan datang.

Selanjutnya menurut Snead dan Harrel (1994) dalam Isacc *et al.* (2001) dikatakan bahwa tingkat ketertarikan terhadap *outcome* berbeda antara setiap orang sehingga seorang *leader* terus membangkitkan kesadaran para pengikutnya untuk tetap berada pada jalur yang tepat dalam rangka mencapai tujuan.

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan diterangkan bagaimana peneliti akan melaksanakan penelitian agar tujuan penelitian dapat tercapai. Bab ini berisi depalan pokok bahasan yang seluruhnya menerangkan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Tujuh pokok bahasan itu adalah jenis penelitian yang digunakan, definisi istilah, sasaran penelitian, jenis data dan sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis yang digunakan.

3.1. Jenis Penelitian Yang Digunakan

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode yang digunakan mengacu kepada teori Palys (1992) dalam Kristi Poerwandari (2007:130) yaitu metode arsip (*unobtrusive*) melalui pendekatan dokumen. Pemilihan metode ini dilakukan karena tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh informasi mengenai model dan praktek kepemimpinan yang digunakan dalam bisnis *Multi Level Marketing*.

Pendekatan melalui dokumen ini dimasukkan sebagai teknik untuk mengumpulkan dan menganalisis isi dari teks. Isi mengacu pada kata-kata, arti atau makna, gambar, simbol, ide-ide atau tema-tema yang dikomunikasikan oleh teks. Digolongkan ke dalam teks adalah segala bentuk tulisan, visual, atau percakapan sebagai media komunikasi dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan alat bantu kaset untuk menelaah kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* mengenai *success story* para *distributor top* atau *top leaders* yang ada di PT. K-Link. Kaset tersebut berisi :

1. *Leadership* = Keteladanan seorang pemimpin, oleh *Royal Crown Ambassador* Bpk. Ir. Irwansyah.
2. *Built to the last*, oleh *Royal Crown Ambassador* Bpk. Hendri Rikianto.
3. *Leadership by example*, oleh *Senior Crown Ambassador* Bpk. Rivai Djatmika.

4. MLM investasi menggiurkan, oleh *Crown Ambassador* Bpk. Ir. Andi Machmud.
5. Fokus pada tujuan, oleh *Crown Ambassador* Bpk. Ahmad Firman Santoso.

Berkaitan dengan fokus penelitian tadi bahwa kerangka berfikir yang dikembangkan oleh peneliti adalah peneliti ingin meneliti, melihat dan mendalami model dan praktik kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *Multi Level Marketing* di PT. K-Link.

3.2. Definisi Istilah

Untuk memperjelas penelitian ini, maka peneliti menggunakan definisi istilah yang terdapat dalam Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Definisi Istilah

Variabel	Definisi Istilah
<i>Multi Level Marketing</i>	Sistem di mana perusahaan melakukan kontrak dengan perorangan agar menjualkan produk mereka dari rumah-ke-rumah atau kantor-ke-kantor. (Kotler, 2006)
Praktik Kepemimpinan	Apa yang dilakukan orang ketika mereka berada pada kondisi terbaik mereka pada saat memimpin orang lain. Pengalaman-pengalaman inilah yang dipakai untuk menetapkan standards of excellence dari kepemimpinan mereka (Kouzes dan Posner, 2004)
Mencontohkan caranya	Praktik kepemimpinan dimana seorang pemimpin harus menemukan jati diri mereka sendiri, dan kemudian harus menyuarakan secara jelas dan tepat nilai-nilai dari diri mereka sendiri., agar dapat mencontohkan perilaku yang mereka harapkan dari orang lain (Kouzes dan Posner, 2004).
Menginspirasi visi bersama	Praktik kepemimpinan dimana seorang pemimpin dapat melihat melampaui batasan waktu, membayangkan peluang menarik yang masih tersimpan ketika mereka dan para pengikutnya berada dalam jarak yang jauh di belakang. Untuk membuat seseorang menerima sebuah visi, pemimpin harus mengenali para pengikutnya dan berbicara dalam bahasa mereka, membangun kepercayaan dan memperhatikan keinginan pengikut (Kouzes dan Posner, 2004).
Menantang Proses	Praktik kepemimpinan dimana seorang pemimpin keluar dari status quo menuju suatu perubahan dengan melakukan inovasi, tumbuh dan melakukan perbaikan dan mengetahui bahwa semua inovasi dan perubahan melibatkan eksperimen, resiko dan kegagalan, namun mereka terus melanjutkannya (Kouzes dan Posner, 2004).

Menungkinkan orang lain bertindak	Praktik kepemimpinan dimana seorang pemimpin memupuk kolaborasi dan membangun kepercayaan sehingga orang akan berani mengambil resiko, membuat perubahan dan terus menjaga organisasi dan pergerakannya tetap hidup. Pemimpin memungkinkan orang lain untuk mengerjakan pekerjaan dengan baik dengan mendelegasikan wewenang dan memperkuat kapasitas pengikut (Kouzes dan Posner, 2004).
Menyemangati jiwa	Bagian dari tugas pemimpin untuk menunjukkan rasa penghargaan atas kontribusi orang lain dan menciptakan budaya perayaan. Pemimpin selalu menghubungkan antara penghargaan dan kinerja (Kouzes dan Posner, 2004).
kepemimpinan Kontingensi	Kinerja kelompok yang efektif tergantung pada pasangan yang cocok antara gaya pemimpin dalam berinteraksi dengan bawahannya dan tingkatan di mana keadaan memberi pengaruh serta kendali terhadap pemimpin. (Fred Fiedler, 1967)
Hubungan pemimpin-anggota	Tingkat keyakinan, kepercayaan, dan penghargaan bawahan terhadap pemimpin mereka. (Fred Fiedler, 1967)
Struktur tugas	tingkatan pada tugas-tugas kerja bawahan terstruktur atau tidak terstruktur. (Fred Fiedler, 1967)
Wewenang jabatan	tingkat pengaruh seorang pemimpin terletak pada variasi wewenang, seperti mempekerjakan, memecat, mendisiplinkan, mempromosikan, dan menaikkan gaji. (Fred Fiedler, 1967)
kepemimpinan <i>leader member exchange</i>	Teori mengenai hubungan yang erat antara pemimpin dengan bawahan dalam mengembangkan suatu organisasi atau jaringan bisnisnya. (Graen, 1976)
Kesesuaian personal	Fase awal bekerja, belum banyak yang dapat diberikan seorang karyawan baru. Pada masa seperti itu pemimpin dan anggota baru masih saling menguji kemampuan, motivasi, dan sikap kerja masing-masing. Anggota baru perlu kesiapan belajar yang tinggi untuk mendapatkan kepercayaan dari pemimpin. (Graen, 1976)
Kompetensi bawahan	Setelah tercapai rasa saling percaya, peran-peran baru akan diberikan oleh pemimpin. Apabila hal ini dapat berlangsung terus secara baik, dengan berkembangnya saling percaya, loyalitas, dan saling menghormati, hubungan pemimpin dan bawahan akan mencapai fase matang. (Graen, 1976)
Kepribadian extrovert	Fase matang, terjadi transformasi dalam hubungan pertukaran, yakni yang semula berorientasi pada kepentingan pribadi beralih menuju orientasi pada kepentingan unit/organisasi. (Graen, 1976)
Model	Karakteristik atau kriteria kepemimpinan multi level marketing dari aspek teori kepemimpinan dan praktik kepemimpinan

3.3. Sasaran Penelitian

Menurut Sutopo (2006:178) sasaran penelitian kualitatif bisa berupa perilaku, individu atau kelompok, warga masyarakat, program, bangunan, tata ruang, buku atau

beragam jenis karya, dan lain-lain. Sasaran penelitian berbeda dengan jenis dan sumber data.

Sasaran peneliti ini yang nantinya akan menjadi salah satu penentu jenis dan sumber data yang dipilih. Berdasarkan fokus permasalahan yang telah diuraikan di atas, sasaran penelitian di sini adalah para distributor top atau *top leader* dalam bisnis *Multi Level Marketing* di PT. K-Link.

3.4. Jenis Dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi beberapa jenis yaitu gambar, rekaman dan dokumen tertulis.

1. Gambar, rekaman

Rekaman di sini berupa rekaman audio visual yang isinya tentang rekaman mengenai *success story* para *distributor-distributor* PT. K-Link. Adapun Gambar di sini berupa gambar yang berkaitan dengan bisnis *Multi Level Marketing* di PT. K-Link (berupa : gambar marketing plan, dsb).

2. Dokumen tertulis.

Dokumen yang digunakan sebagai sumber data oleh peneliti adalah berita-berita baik dari media cetak (majalah, koran) maupun elektronik (televisi, radio, internet) yang membantu peneliti dalam menganalisis permasalahan penelitian.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Berkaitan dengan sumber data yang telah direncanakan oleh peneliti, penelitian ini akan menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu Kajian kepustakaan (*content analysis*), dan perekaman.

Kajian kepustakaan (*content analysis*) dilakukan untuk mengali informasi dari sumber data yang di dapat dalam penelitian ini. Pengumpulan data sekunder yang dilakukan melalui buku *Starter Kit* yang berisi mengenai info bisnis K-Link, kaset dan CD mengenai kepemimpinan yang mendalam dari beberapa *distributor top* yaitu: para pelaku bisnis *multi level marketing* di PT. K-Link yang telah berhasil.

Ukuran keberhasilan dari para pelaku bisnis *multi level marketing* ini berdasarkan peringkat. Yakni para pelaku yang sudah menduduki peringkat (*level*) *Crown Ambassador*, *Senior Crown Ambassador*, *Royal Crown Ambassador* dan memiliki penghasilan diatas Rp. 100.000.000,- per-bulan.

Teknik terakhir yang digunakan peneliti adalah perekaman, dimana peneliti akan merekam kisah *success story* atau seminar yang diberikan oleh *top leader* yang telah berhasil dalam bisnis ini, sehingga informasi yang diperoleh akan terdokumentasi dengan baik dan akan meningkatkan kedalaman hasil penelitian.

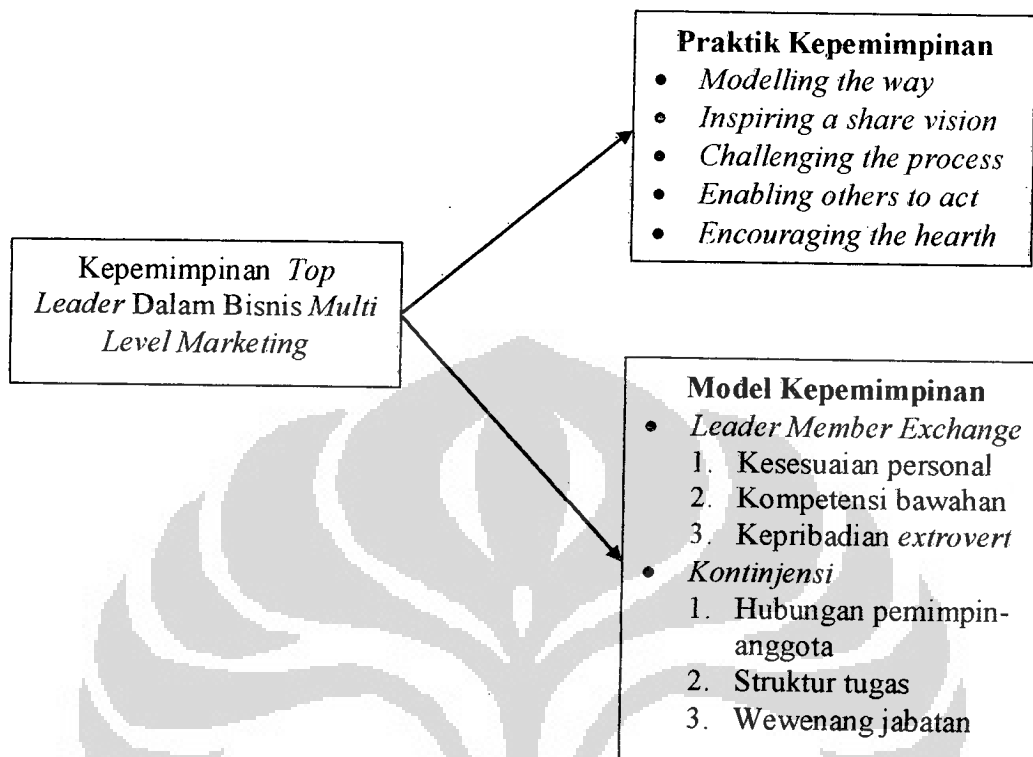
3.6. Teknik Analisis

Teknik analisis yang digunakan oleh peneliti adalah model arsip. Hal ini sesuai dengan jenis yang digunakan yaitu penelitian kualitatif model arsip dengan pendekatan dokumen⁴ yang berisi pernyataan tentang *success story* para *distributor top (top leader)* yang digali dengan melihat praktik kepemimpinan yang digunakan dengan merujuk kepada Kouzes & Posner (2004) dan teori kepemimpinan yang digunakan dengan merujuk kepada teori kontingensi Fiedler (1967) dan teori *leader member exchange* Graen (1976).

Kerangka pikir analisis penelitian yang dilakukan peneliti adalah sebagai berikut⁵:

⁴ Lihat kembali jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti pada bagian awal bab ini.

⁵ Kerangka berfikir ini bukan hipotesis penelitian yang diajukan oleh peneliti, namun hanya kerangka berfikir yang dapat berubah sejalan dengan hasil penelitian yang akan diperoleh.



Gambar 3.1. Kerangka Berfikir

BAB IV

TINJAUAN UMUM PT. K-LINK INDONESIA

4.1. Sejarah PT. K-Link Indonesia

K-Link didirikan di saat-saat bersejarah pada transisi antara era lama dan baru. Selain membawa tradisi pengetahuan tentang kasih sayang dan perikemanusiaan dari abad terakhir yang telah lalu.

K-Link bertujuan untuk memimpin para *distributor* K-Link agar mereka mengembangkan pengetahuan ekonomi dari kedua abad dan bergabung bersama serta menghasilkan jumlah keuntungan yang sangat menakjubkan. Inilah harapan dan prinsip kerja di K-Link. Sebagai sebuah perusahaan yang maju serta berwawasan, K-Link Indonesia berkeyakinan tinggi dalam memasuki abad baru. K-Link senantiasa berusaha untuk mengadopsi skema pemasaran yang dinamis serta sistem perluasan pengajaran yang efektif dan sistematis.

K-Link Indonesia akan selalu melakukan ekspansi untuk mencari peluang-peluang bisnis di seluruh dunia. Rencana yang rapi dan berdaya maju tentunya akan membawa kepada kesuksesan. Peluang Bisnis di K-Link memberikan kita kesehatan, kebebasan finansial dan kebebasan waktu khususnya untuk para *distributor* yang bergabung. Saatnya untuk Mengubah konsumsi produk kesehatan bulanan kita menjadi bisnis yang menguntungkan melalui pengaruh bisnis jaringan.

Peluang bisnis yang ditawarkan K-Link internasional bukan saja akan memberikan kesehatan pada diri pribadi kita selaku mitra K-Link, tapi juga dapat membantu keluarga, rekan dan orang-orang yang kita cintai juga merasakan manfaat dari produk K-Link.

K-Link sudah mendapatkan banyak penghargaan, salah satunya : *The Best Global Network Company 2005*, dan penghargaan - penghargaan lain. K-Link adalah Perusahaan yang legal (menganthongi izin usaha) dan tergabung dalam APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia). Visi Global, saat ini sudah terdaftar lebih dari 50 negara dalam 5 tahun. Kantor cabang sudah ada di 38 negara. Website

resmi *global internasional*, sekaligus bisa *online* untuk melihat peta jaringan dan bonus. Slip Bonus di K-Link yakni resmi, terperinci dan penampilannya eksklusif.

Slip ini adalah hal kecil tetapi K-Link serius dengan hal ini, artinya perusahaan profesional. K-Link sudah berjalan 6 tahun di Indonesia, sudah teruji, sehingga bisa menghindari resiko kegagalan (perusahaan bangkrut), yang sering membuat orang kecewa dan membuat citra negatif terhadap *Network Marketing*.

K-Link adalah perusahaan suplier barang yang membeli hak paten dan hak jual dari produk-produk unggulan terbaik dari setiap negara untuk dipasarkan melalui jaringan distribusi K-Link, untuk itu K-Link memerlukan *distributor* diseluruh dunia sebagai mitra kerjanya.

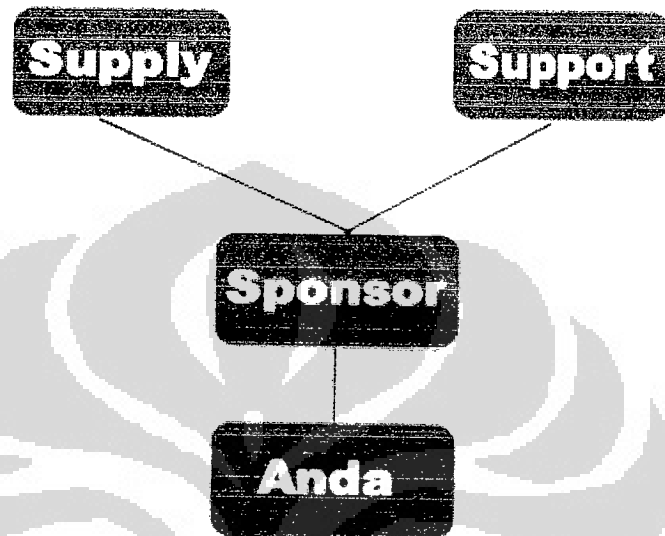
K-Link tidak melihat latar belakang apapun untuk *distributornya*, karena K-Link mempunyai system pendidikan yang dikelola oleh K-System bagi seluruh *distributornya*, sehingga apapun latar belakang kita, K-Link akan membantu dan *mensupport* para *distributornya* untuk sukses melalui Kampus K-System, sehingga sesuai dengan motto K-Link : "*We Turn From Zero to Hero*".

Melalui skema pemasaran yang dinamis serta program latihan yang diterapkan melalui satu sistem, K-System akan membawa setiap para usahawan K-Link menelusuri jalur pendidikan yang profesional dan menjanjikan karier yang cerah untuk mengangkat martabat bangsa Indonesia di mata dunia *multi level marketing*.

Ini semua akan terealisasi melalui 1 visi, 1 misi dan 1 sistem. Satu visi untuk menjadi yang terbaik di dunia, satu misi yaitu melahirkan usahawan MLM yang berdisiplin, berilmu dan berdedikasi serta peduli kepada yang lain dan satu support sistem yang teratur, mudah di duplikasi serta menyatukan setiap usahawan K-Link walau di negara manapun mereka berada, kami percaya K-Link Indonesia akan menjadi sebuah institusi yang akan melahirkan lebih banyak orang yang berhasil dengan kehidupan yang lebih baik sehat dan bahagia.

Dengan menjadi *distributor* K-Link kita tidak hanya mendapatkan Bonus pribadi, tapi juga memperoleh peluang bisnis global internasional, karena K-link sudah berada di 62 Negara, maka kita bisa melakukan penjualan dan pembelian produk K-Link dimanapun di dunia, juga kita akan mendapatkan bonus global dari

penjualan seluruh dunia. Untuk bergabung bersama K-Link, kita memerlukan *sponsor*, yaitu orang yang mengajak kita bergabung bersama K-Link dalam hal ini *sponsor* kita sendiri.



(sumber : www.k-link.co.id)

Gambar 4.1. Sistem PT. K-Link

4.2. Prinsip Bisnis PT. K-Link

Menurut informasi dari website K-Link (www.k-link.co.id) konsep dalam bisnis K-Link sendiri memiliki konsep “berbagi peluang” dengan tujuan untuk: kesehatan jasmani dan rohani, kestabilan dalam segi *financial*, dan kebebasan dalam segi waktu. Dalam melakukan hal tersebut mempunyai lima prinsip utama yang harus ada yakni: harus saling hormat-menghormati, saling memberi dukungan, berdikari, saling menyayangi, dan berinovasi.

Tanggung jawab yang harus dimiliki seorang *distributor* dalam melakukan bisnis K-Link adalah menggunakan rangkaian produk K-Link, saling berhubungan dengan rekan bisnis, menjual dan mensponsori, menghadiri setiap kegiatan, menghormati semua pelanggan, menambah pengetahuan, dan selalu berkomunikasi dengan para *downline*.

Selain itu, ada pula Sembilan sifat kepribadian yang harus dimiliki oleh seorang *distributor* dalam melakukan bisnis K-Link adalah sikap positif, yakin pada diri sendiri, tujuan yang jelas, membina sikap kesuksesan, tidak mudah menyerah, sanggup belajar, menyayangi, berani menghadapi tantangan, dan mengurus diri sendiri.

Beberapa prinsip bisnis K-link dalam mengembangkan jaringannya adalah sebagai berikut :

1. Prinsip hubungan antar *sponsor*, yang di *sponsori* dan seterusnya. Yakni *sponsor* kepada yang di *sponsori* melakukan hal mendidik, melatih, memotivasi, pengajaran dan saling memberikan bantuan. Sedangkan yang di *sponsori* terhadap yang *mensponsori* juga melakukan hal 100% duplikasi, menghormati dan menghargai *sponsor*. Yang di *sponsori* seterusnya : menjalin hubungan yang erat, peduli serta memberikan motivasi.
2. Prinsip di kalangan pensponsoran yang lain, yakni: jangan berdiskusi tentang pelajaran, melainkan hanya saling menukar pengalaman dan jangan berbicara tentang peringkat, melainkan hanya tentang penjualan, serta jangan berbicara tentang isu-isu negatif, tetapi berikanlah ransangan kepada sesama *distributor*. Apabila menemukan isu yang negatif, segera melaporkannya kepada *sponsor*.
3. Beberapa prinsip yang mendasar dalam mengembangkan jaringan bisnis yaitu: melakukan percakapan dengan *sponsor (upline)* sekiranya ada ide baru, jangan menyampaikan isu yang negatif kepada *downline*, jangan mengganggu hubungan baik antara *sponsor (upline)* dengan yang disponsori (*downline*), dan jangan melibatkan diri dengan hubungan yang tidak sehat. Adapun tiga hal sensitif yang perlu dihindari dalam melakukan bisnis MLM di K-Link yakni : agama, politik, dan menjelek-jelekan orang lain.

Adapun tiga hal sensitif yang perlu dihindari dalam melakukan bisnis MLM di K-Link yakni : agama, politik, dan menjelek-jelekan orang lain.

4.3. Marketing Plan K-Link

K-Link dalam memberikan bonus kepada *distributor*-nya membagi dalam dua Plan yaitu Plan A, dan Plan B, dimana bagi yang memperoleh Plan B otomatis juga memperoleh Bonus di Plan A.

Selain Bonus Plan A dan Plan B, K-Link juga memberikan harga diskon khusus bagi *distributor*-nya yaitu berupa keuntungan langsung kurang lebih 20%, contohnya untuk produk *Liquid Chlorophyll*, harga Konsumen Rp. 140.000, sedangkan harga *distributor* Rp. 117.000, jadi anda mendapatkan keuntungan langsung sebesar Rp. 23.000.

4.4. Jenjang Karir Dalam K-Link

Di K-Link kita dapat merintis karir, karena tinggi rendahnya karir kita di K-Link berpengaruh pada besar kecilnya bonus yang akan diterima. Untuk mempercepat kenaikan karir dan bonus, kita cukup membuka 3 *Frontline* (3 Kaki), dan pada ke 3 *Frontline* / kaki kita juga dianjurkan untuk melakukan yang sama, ke 3 *frontline* ini yang akan dihitung omzet perbulannya untuk mendapatkan bonus kita 3 *frontline* ini merupakan *Group* kita yang harus kita *support* supaya sukses, karena dengan mereka sukses, kita juga otomatis akan sukses.

Sistem kenaikan peringkat dalam K-Link memiliki keunggulan antara lain: tidak ada batas waktu, satu naik peringkat semua naik peringkat, tidak akan pernah turun peringkat, keuntungan dibagi secara *proporsional*, dan kenaikan peringkat berdasarkan akumulasi penjualan.

Peringkat	Jenjang karir	Syarat
3%	Member	Akumulasi Belanja Pribadi dan Grup 100BV
6%	Senior Member	Akumulasi belanja Pribadi dan Group 400BV
9%	Supervisor	Akumulasi Belanja Pribadi dan Grup 2000BV
12%	Assisten manager	Akumulasi Belanja Pribadi dan Grup 8000BV
15%	Manager	Akumulasi Belanja Pribadi dan Grup 15000BV

17%	Sapphire Manager	Memiliki 1 Manager di salah satu frontlinenya
19%	Ruby Manager	Memiliki 2 Manager di 2 kaki frontlinenya yang berbeda
21%	Emerald Manager	Memiliki 3 Manager di 3 kaki frontlinenya yang berbeda
23%	Diamond Manager	Memiliki 4 Emerald Manager di frontlinenya yang berbeda
25%	Crown Manager	Memiliki 8 Emerald Manager di frontlinenya yang berbeda
28%	Crown Ambassador	Memiliki 12 Emerald Manager di frontlinenya yang berbeda
28%	Senior C. Ambassador	Memiliki 14 Emerald Manager di frontlinenya yang berbeda
28%	Royal C. Ambassador	Memiliki 17 Emerald Manager di frontlinenya yang berbeda

Tabel 4.1. Jenjang Karier di PT. K-Link

Tabel 4.2. Potensi Penghasilan *Distributor* K-Link Perbulan Berdasarkan Peringkat

No	Jenjang Peringkat (Karir)	Potensi Bonus / Bulan
1	Manager	Rp. 3.000.000 - Rp. 5.000.000
2	Sapphire Manager	Rp. 5.000.000 - Rp. 8.000.000
3	Ruby Manager	Rp. 8.000.000 - Rp. 15.000.000
4	Emerald Manager	Rp. 10.000.000 - Rp. 20.000.000
5	Diamond Manager	Rp. 20.000.000 - Rp. 30.000.000
6	Crown Manager	Rp. 30.000.000 - Rp. 70.000.000
7	Crown Ambassador	Rp. 70.000.000 - Rp. 150.000.000
8	Senior Crown Ambassador	Rp. 100.000.000 - Rp. 180.000.000
9	Royal Crown Ambassador	Rp. 150.000.000 - Rp. 1.000.000.000

Untuk lebih mengerti tentang demo produk, jenjang karir dan perhitungan bonus kita dapat mengikuti training yang diadakan oleh K-System atau *leader-leader* yang ada di kota kita, yaitu Training BOP (*Business Opportunity Presentation*), Training BT1 (*Business Training 1*) dan training lain yang di adakan oleh K-System / Stokist Setempat.

Untuk mencapai peringkat tinggi di K-Link tidak memerlukan waktu yang lama, yang penting komitmen kita dalam menjalankan usaha K-Link ini, karena seluruh Modal, Produk, Administrasi, pelatihan bahkan resiko sudah ditanggung oleh K-Link.

4.5. Peranan Dan Tanggung Jawab Distributor

Peranan dan tanggung jawab disini lebih kepada peringkat atau level *diamond manager*, *crown manager*, dan *Ambassador*. Adapun peranan, pembentukan dan tanggung jawab mereka sebagai berikut :

- Peringkat *Ambassador*
 - Peranan : Bertindak sebagai peringkat tertinggi bagi para usahawan.
 - Pembentukan : Para *Royal Crown Ambassador*, *Senior Crown Ambassador* dan *Crown Ambassador* yang dilantik oleh pihak manajemen tertinggi K-Link.
 - Tanggung Jawab : Melaksanakan modul-modul latihan pendidikan K-Link. Menyelaraskan perencanaan, pengaturan dan tindakan semua kegiatan.
- Peringkat *Crown Manager*
 - Peranan : Bertindak sebagai pemimpin dari para usahawan.
 - Pembentukan : Para *Crown Manager* yang layak dilantik oleh pihak Manajemen tertinggi K-Link
 - Tanggung jawab : Melaksanakan modul-modul latihan pendidikan K-Link.
- Peringkat *Diamond Manager*
 - Peranan : Bertindak sebagai wakil khusus bagi para usahawan.
 - Pembentukan : Para *Diamond Manager* yang layak dilantik oleh pihak

Manajemen tertinggi K-Link.

Tanggung jawab : Membantu para usahawan yang berperingkat lebih rendah untuk menguasai modul-modul pendidikan K-System.

4.6. Penghargaan K-System

Penghargaan dan pin yang diberikan oleh K-Link ini adalah penghargaan dan pin yang menunjukkan hasil kerja, namun bagaimana cara kerjanya tidak terlihat. Banyak orang yang bekerja dengan cara yang benar namun belum terlihat hasilnya, maka dari itu perlu diberi penghargaan untuk memotivasi mereka agar terus menggunakan cara tersebut karena banyak sekali yang melakukan jalan pintas bersifat jangka pendek untuk mendapatkan hasil yang instan namun tidak berkelanjutan.

K-System juga menyediakan *tools* untuk para *upline* aktif yang minimal setingkat lebih tinggi dapat memberikan penghargaan kepada *downline*-nya yang aktif pada acara *Orientation* dan *Commitmen Training*. Maka K-System selalu membuat suasana dan budaya untuk memperlakukan dengan sangat istimewa orang-orang yang menyangang penghargaan dari K-System.

Adapun penghargaan yang diberikan oleh K-System adalah sebagai berikut :

1. Partner Sejati Perak dan Emas.
2. *Leader Club Silver, Gold, Platinum* dan *Executive Leaders Club*.

Kualifikasi Partner Sejati Perak, yaitu :

1. Presentasi minimal 12x perbulan.
2. Minimal 400 BV dan 1 *point Dynamic Fund Plan B* setiap bulan.
3. Menjalankan ΔS dan langganan kaset.
4. *Good Promotor* (promoter yang baik)
5. *Good Team Player* (pemain kelompok yang baik)
 - ✓ *Accountable* (dapat diandalkan)
 - ✓ *Responsible* (bertanggung jawab)
 - ✓ *Cooperative* (dapat bekerjasama dengan baik)
 - ✓ *Unity* (kesatuan dan kebersamaan)
 - ✓ *Team work* (pemain kelompok)

Kualifikasi Partner Sejati Emas, yaitu :

1. Presentasi minimal 30x perbulan.
2. Minimal 400 BV dan 1 *point Dynamic Fund Plan B* setiap bulan.
3. Menjalankan Δ S dan langganan kaset.
4. *Good Promotor* (promoter yang baik)
5. *Good Team Player* (pemain kelompok yang baik)
 - ✓ *Accountable* (dapat diandalkan)
 - ✓ *Responsible* (bertanggung jawab)
 - ✓ *Cooperative* (dapat bekerjasama dengan baik)
 - ✓ *Unity* (kesatuan dan kebersamaan)
 - ✓ *Team work* (pemain kelompok)

Kualifikasi *Silver Leaders Club*, yaitu :

1. Penghasilan 10 juta/bulan.
2. Seorang Partner Sejati.
3. Minimal mempunyai 5 *frontlines*.
4. Pembimbing yang handal (mempunyai 3 *Legs Partner Sejati*)
5. Fokus dan komitmen.
 - ✓ Tidak terdaftar dan menjalankan MLM lain.
 - ✓ Keanggotaan di K-Link atas nama sendiri.
 - ✓ Telah mengikuti modul pelatihan K-System.

Kualifikasi *Gold Leaders Club*, yaitu :

1. Seorang Partner Sejati.
2. Minimal mempunyai 5 *frontlines*.
3. Pembimbing yang handal (mempunyai 4 *Legs Partner Sejati* dan 1 *Legs Leaders Club*)
4. Fokus dan komitmen.
 - ✓ Tidak terdaftar dan menjalankan MLM lain.
 - ✓ Keanggotaan di K-Link atas nama sendiri.
 - ✓ Telah mengikuti modul pelatihan K-System.

Kualifikasi *Platinum Leaders Club*, yaitu :

1. Seorang Partner Sejati.
2. Minimal mempunyai 8 *frontlines*.
3. Pembimbing yang handal (mempunyai 5 *Legs* Partner Sejati dan 2 *Legs* Leaders Club)
4. Fokus dan komitmen.
 - ✓ Tidak terdaftar dan menjalankan MLM lain.
 - ✓ Keanggotaan di K-Link atas nama sendiri.
 - ✓ Telah mengikuti modul pelatihan K-System.

Kualifikasi *Executive Leaders Club*, yaitu :

1. Seorang Partner Sejati.
2. Minimal mempunyai 8 *frontlines*.
3. Pembimbing yang handal (mempunyai 5 *Legs* Partner Sejati dan 3 *Legs* Leaders Club)
4. Fokus dan komitmen.
 - ✓ Tidak terdaftar dan menjalankan MLM lain.
 - ✓ Keanggotaan di K-Link atas nama sendiri.
 - ✓ Telah mengikuti modul pelatihan K-System.

Kualifikasi di atas dilakukan terus sebagai suatu kebiasaan bekerja. Penghargaan diberikan setelah *distributor* memenuhi seluruh kualifikasi tiap bulan dalam 3 bulan berturut-turut. Penghargaan ini diberikan oleh perusahaan dengan rekomendasi dari *upline*-nya.

BAB V

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1. Gambaran Umum Kepemimpinan Dalam Bisnis *Multi Level Marketing*

Salah satu faktor yang memegang peranan penting dalam bisnis *multi level marketing* ini adalah kepemimpinan (*leadership*). Seorang pemimpin dalam suatu jaringan bisnis *multi level marketing* dapat diibaratkan seperti orang tua yang melahirkan, mengasuh, membesarkan dan menjaga anak-anaknya. Seperti seorang ibu, seorang pemimpin atau *leader* harus bertanggungjawab terhadap anggota atau *downline* yang telah direkrutnya, seperti mengajari *downline*-nya memahami sistem bisnis perusahaan *multi level marketing* yang mereka pilih, membantu memprospek calon anggota baru, memberikan motivasi, menambah pengetahuan dan sebagainya.

Bisnis *multi level marketing* pada dasarnya merupakan bisnis “orang” sehingga diperlukan seseorang yang dapat memimpin dan mengelola jaringan orang tersebut agar dapat sukses dalam bisnis ini. Dalam bisnis ini tidak diperlukan suatu syarat tertentu sehingga siapa pun dapat masuk dan menjalankan bisnis ini. Keanekaragaman latar belakang ini juga semakin menambah tingkat kesulitan seorang *leader* dalam mengambil keputusan dan bertindak.

Kouzes dan Pousner (2004) mengatakan bahwa kepemimpinan adalah sebuah hubungan, yakni kepemimpinan merupakan hubungan antara mereka yang terpanggil untuk memimpin dan mereka yang memilih untuk menjadi pengikut. Dalam bisnis *multi level marketing* kesuksesan terjadi karena adanya hubungan yang dekat antara pemimpin dengan bawahan seperti yang disampaikan oleh Kouzes dan Pousner (2004).

Pendapat di atas dikuatkan lagi oleh Koontz dan Weihrich (1988) yang mengatakan bahwa *leadership* merupakan suatu fungsi parsial dari keterampilan membina orang dan merupakan proses interaktif antara seorang pemimpin dengan pengikutnya dalam membangun komitmen dan dalam mencapai tujuan suatu organisasi.

Dalam bisnis *multi level marketing* kesuksesan seseorang ditentukan bagaimana ia membantu para *downline*-nya untuk sukses serta dapat memberikan pengarahan dan dukungan dalam rangka mencapai tujuan. Seorang pemimpin dikatakan efektif jika ia dapat memberikan suatu arah atau jalan (*path*) yang tepat untuk menolong para pengikutnya mencapai kesuksesan dan membuat perjalanan yang lalu menjadi lebih mudah.

5.1.1. Karakteristik Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Kepemimpinan memang tidak dapat diajarkan kepada orang lain dan seseorang tidak dapat dilatih untuk memimpin (Ed Weymes, 2003). Akan tetapi dewasa ini banyak sekali pendapat yang mengatakan sebaliknya. Kouzes dan Posner (2002) dalam Shoemaker (2003) mengatakan :

“Leadership is not the private reserve of a new charismatic men and women. It is a process that ordinary people use when they are bringing forth the best from themselves and others.”

Menurut Kouzes dan Posner (2002) ada delapan karakteristik yang dimiliki oleh seorang pemimpin khususnya dalam bisnis *multi level marketing* karakteristik ini memang dimiliki oleh seorang pemimpin (*leader*) berdasarkan analisis yang diteliti sebelumnya oleh peneliti, yaitu :

1. Kredibilitas adalah dasar dari semua kepemimpinan (fondasi kepemimpinan).
Untuk membangun kredibilitas seorang pemimpin harus menjalani proses penemuan jati diri, dapat memahami dan mengontrol nilai-nilai, perilaku dan impian mereka.
2. Kepemimpinan merupakan urusan setiap orang.
Seorang pemimpin harus dapat memberikan inspirasi, menantang, memotivasi dan menghibur semua pengikutnya.
3. Tantangan adalah kesempatan untuk menjadi seorang pemimpin besar.
Para pemimpin yang memiliki keberanian dan keyakinan untuk mencoba untuk mendorong dirinya sendiri melakukan hal-hal di luar batas kemampuannya untuk

mencapai tujuan yang diinginkan, yakni kesempatan untuk menjadi seorang pemimpin besar.

4. Seorang pemimpin akan memusatkan perhatian pada masa depan.

Yakni bahwa seorang pemimpin perspektif mengenai pentingnya memberikan arti ke dalam hidup yang dijalani saat ini dengan memfokuskan diri pada cara untuk membuat hidup lebih baik dalam jangka panjang, sebagai bumbu untuk melakukan hasil yang luar biasa.

5. Seorang pemimpin merupakan *team player* dan *team-spirit* yang dibangun berdasarkan kepercayaan.

Untuk menciptakan suatu kepercayaan atau rasa percaya, maka seorang pemimpin perlu menentukan apa yang dibutuhkan kelompok serta membangun tim sesuai dengan tujuan dan penghargaan.

6. Pemimpin bertanggung jawab terhadap kehidupan orang yang mereka pimpin.

Tanggung jawab seorang pemimpin memang dibutuhkan untuk mereka yang di pimpin, karena dengan adanya anggota tim yang kuat dan memiliki kemampuan maka masukan yang diberikan akan membuat suatu perubahan dalam group. Maka dukunglah mereka, dan mereka akan mendukung anda (pemimpin).

7. Kepedulian merupakan inti dari kepemimpinan.

Menjadi seorang pemimpin yang baik bukanlah sesuatu yang sering terjadi begitu saja. Dibutuhkan pemikiran, kepedulian, pengertian dan komitmen serta energi yang besar untuk itu. Ketika semua hal tersebut ada, maka hal-hal itu akan mengungkapkan yang terbaik dalam dirinya.

8. Seorang pemimpin yakin bahwa ia dapat membuat suatu perbedaan.

Para pemimpin adalah mereka yang berhadapan dengan perubahan atau membuat suatu perbedaan, bukan yang berada di belakang mencoba untuk menangkapnya. Pemimpin adalah inovator, inovator adalah pemimpin. Fokus perhatian seorang pemimpin seharusnya bukan pada kegiatan operasional yang rutin tetapi lebih kepada apa yang belum diuji dan dicoba. Disanalah masa depan berada.

5.2. Analisis Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Dari hasil gambaran umum di atas, dapat diketahui bahwa penelitian ini lebih menekankan kepada kepemimpinan yang digunakan oleh para pemimpin top (*top leader*) yang ada dalam bisnis *multi level marketing* dengan melihat dari teori kepemimpinan yang digunakan dan praktek kepemimpinan yang digunakan seperti apa.

5.2.1. Teori Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Teori kepemimpinan yang digunakan dalam bisnis ini lebih kepada hubungan antara pemimpin dengan bawahan seperti :

1. Teori *Leader Member Exchange*

Teori ini dikemukakan oleh George Graen (Robbins & Timothy, 2007:360-361) yakni terdapat tiga faktor atau tiga tahapan untuk mencapai terjadinya pertukaran antara pemimpin dengan bawahan, yaitu :

1. Kesesuaian *Personal (Personal compatibility)*

Fase awal bekerja, belum banyak yang dapat diberikan seorang karyawan baru. Pada masa seperti itu pemimpin dan anggota baru masih saling menguji kemampuan, motivasi, dan sikap kerja masing-masing. Anggota baru perlu kesiapan belajar yang tinggi untuk mendapatkan kepercayaan dari pemimpin. Adapun pendapat dari beberapa informan yang berhubungan dengan faktor di atas :

“Anda harus bisa menjadi seorang pengikut yang setia yakni good leader is good follower. Tidak masalah karena orang yang join di K-Link ini bukan hanya orang berintelektual tapi rata-rata orang yang bermasalah dalam bisnis ini karena 90% orang yang sukses menjadi crown ambassador adalah orang yang bermasalah dalam bisnis ini.” (RCA Ir. Irwansyah)

Pernyataan di atas sama seperti pendapat Moussa (1996) dalam Isacc *et al.* (2001) bahwa seorang pemimpin harus dapat mengetahui kemampuan para pengikutnya sehingga ia dapat mengetahui kemampuan yang mereka miliki dan memberikan pelatihan bagi peningkatan kemampuan para pengikutnya.

2. Kompetensi Bawahan (*Subordinate competence*)

Fase selanjutnya, setelah tercapai rasa saling percaya, peran-peran baru akan diberikan oleh pemimpin. Apabila hal ini dapat berlangsung terus secara baik, dengan berkembangnya saling percaya, loyalitas, dan saling menghormati, hubungan pemimpin dan bawahan akan mencapai fase matang.

Adapun pendapat dari beberapa informan yang berhubungan dengan faktor di atas :

“Dengan ketulusan membuat downline simpatik dan dekat dengan anda. Yakni membangun hubungan atau komunikasi terus kita bangun, jangan pernah berharap sukses dengan waktu yang singkat karena di bisnis ini membutuhkan proses untuk maju. Yakni mulai dari 0%.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Memperkuat kepemimpinan. Dengan cara apa ??? yakni belajar dengan cara membaca buku yang membahas tentang kepemimpinan dan lebih penting dari sisi knowledge anda yaitu anda harus membangun hubungan emotional dengan jaringan anda. Karena hubungan yang erat dengan jaringan anda. Sehingga mereka akan ikut dan akan percaya dengan apa yang anda katakan....” (RCA Ir. Irwansyah)

“Kemampuan sebagai penggerak sumber daya atau sebagai organizer. Sebagai seorang pemimpin anda harus bisa membuat dari organizer yang kecil ini menjadi organizer yang besar. Mulai dari komunikasi dan konsultasi yakni arahkan mereka untuk konsultasi dengan anda, arahkan mereka untuk membuat program, buat home sharing, buat BOP, dsb. secara otomatis jaringan kecil akan tumbuh menjadi besar. Membuat jaringan besar itu tidak sulit misal mencari 1000 orang untuk jaringan dalam waktu 10 bulan tidaklah sulit jika anda berkomitmen saja misalnya mencari 1 orang dalam 1 hari pasti pada bulan ke 10 pasti lebih dari 1000. Tapi yang pasti sudah teruji.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Percaya dengan line of sponsorship : upline kita sendiri. Upline kita adalah orang yang paling siap melatih kita karena mereka berpengalaman dan telah berhasil membuktikan lewat usaha ini. Serahkan diri anda pada konsultan yang tepat yang akan membimbing dengan hati dan integritas, serta komitmennya tidak diragukan lagi.” (RCA Hendri Rikianto)

“Dorongan dan spirit serta kepercayaan yang diberikan tidak pernah henti-hentinya yang datang dari para upline saya yaitu : Santoso Nyoto Kusumo (Royal Crown Ambassador), Lie Jemmy (Crown Ambassador), A. Moh. Zafril, Ir. Irwansyah (Royal Crown Ambassador), Hendri Rikianto (Royal Crown Ambassador) dan para leaders lainnya.” (CA Ir. Andi Machmud)

“Kunci kesuksesan saya : yakin pada diri sendiri, yakin kepada upline, karena upline tidak akan menjerumuskan kita. Percaya kepada sistemnya, kalau di K-Link namanya K-System, saya ini murni produk K-System. Selain itu yakin kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena semua pertolongan datangnya dari dia.” (CA. Ahmad Firman Santoso)

Pendapat dari informan di atas sama dengan yang dikemukakan oleh Northouse (1997) bahwa Kepemimpinan sebagai proses maksudnya adalah kepemimpinan merupakan interaksi antara pemimpin dan yang dipimpin, bukan merupakan hubungan yang linier atau satu arah saja. Kepemimpinan melibatkan pengaruh maksudnya adalah bagaimana seorang pemimpin dapat mempengaruhi pengikutnya. Tanpa adanya pengaruh, kepemimpinan berarti tidak pernah ada.

Kepemimpinan terjadi dalam kelompok karena kepemimpinan melibatkan kelompok individu yang memiliki tujuan yang sama. Sedangkan kepemimpinan juga termasuk dalam pencapaian tujuan maksudnya seorang pemimpin harus dapat mengarahkan kelompok individu tersebut untuk menyelesaikan suatu tugas sehingga tujuan akhirnya dari kelompok tersebut tercapai.

3. Kepribadian *Extrovert (Extroverted personality)*

Fase matang, terjadi transformasi dalam hubungan pertukaran, yakni yang semula berorientasi pada kepentingan pribadi beralih menuju orientasi pada kepentingan unit/organisasi.

Adapun pendapat dari beberapa informan yang berhubungan dengan faktor di atas :

“Kesesuaian secara pribadi dengan downline itu penting, artinya kita tidak akan langgeng menjalankan bisnis MLM kalau orientasinya hanya mensejahterakan diri sendiri. Akan tetapi haruslah berorientasi kepada group atau jaringan dalam bisnis anda” (SCA Rivai Djatmika)

Pendapat dari informan di atas sama dengan yang dikemukakan oleh Pindi Kisata (2005) bahwa strategi dalam mengembangkan jaringan bisnis yang sukses salah satunya adalah mengobarkan semangat dalam diri dan kelompok. Keutamaan dalam mengobarkan semangat dalam diri dan kelompok adalah motivasi. Motivasi di sini adalah dorongan yang kuat sehingga diri anda dan orang lain mau dan mampu bergerak menuju perubahan. Hal ini bisa berupa penghargaan tulus, hadiah berharga, bonus besar, sentuhan lembut di bahu, persahabatan tulus dan masih banyak lagi yang dapat dilakukan untuk memotivasi diri dan kelompok. Gunakan alat bantu yang mampu memberikan motivasi ke dalam group. Beberapa *leader* menggunakan impian untuk memotivasi dirinya. Sehingga setiap kali perasaan ingin menyerah muncul, ia kembali mengingat impian itu, bahkan membayangkan impian itu menjadi kenyataan. Yang terjadi setelah proses visualisasi/*autosugesti* seperti itu ialah semangat yang berkobar-kobar dan muncul keberanian untuk menjalankan bisnis ini.

2. Teori *Kontijensi*

Teori ini disebut kontingensi karena di dalam teori ini efektivitas seorang pemimpin tergantung pada seberapa baik gaya kepemimpinannya sesuai dengan

situasi yang terjadi. Di dalam teori ini ada tiga buah variabel situasional, yaitu : *leader member relations*, *task structure* dan *position power*.

1. Hubungan pemimpin-anggota (*leader member relations*) :

Hubungan di sini lebih kepada tingkat keyakinan, kepercayaan dan penghargaan bawahan terhadap pemimpin mereka.

Adapun pendapat dari beberapa informan yang berhubungan dengan faktor di atas :

“Dengan ketulusan membuat downline simpatik dan dekat dengan anda. Yakni membangun hubungan atau komunikasi terus kita bangun, jangan pernah berharap sukses dengan waktu yang singkat karena di bisnis ini membutuhkan proses untuk maju. Yakni mulai dari 0%.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Kemampuan sebagai penggerak sumber daya atau sebagai organizer. Sebagai seorang pemimpin anda harus bisa membuat dari organizer yang kecil ini menjadi organizer yang besar. Mulai dari komunikasi dan konsultasi yakni arahkan mereka untuk konsultasi dengan anda, arahkan mereka untuk membuat program, buat home sharing, buat BOP, dsb. secara otomatis jaringan kecil akan tumbuh menjadi besar. Membuat jaringan besar itu tidak sulit misal mencari 1000 orang untuk jaringan dalam waktu 10 bulan tidaklah sulit jika anda berkomitmen saja misalnya mencari 1 orang dalam 1 hari pasti pada bulan ke 10 pasti lebih dari 1000. Tapi yang pasti sudah teruji.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Kita harus menjadi upline yang dicintai : biarkanlah downline merasakan bahwa benar-benar kita mencintai mereka, biarkan mereka merasakan bahwa kita memiliki kemampuan lebih baik, mendampingi mereka dalam keadaan sulit.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Memperkuat kepemimpinan. Dengan cara apa ??? yakni belajar dengan cara membaca buku yang membahas tentang kepemimpinan dan lebih penting dari sisi knowledge anda yaitu anda harus membangun hubungan emotional

dengan jaringan anda. Karena hubungan yang erat dengan jaringan anda. Sehingga mereka akan ikut dan akan percaya dengan apa yang anda katakan....” (RCA Ir. Irwansyah)

“Kunci kesuksesan saya : yakin pada diri sendiri, yakin kepada upline, karena upline tidak akan menjerumuskan kita. Percaya kepada sistemnya, kalau di K-Link namanya K-System, saya ini murni produk K-System. Selain itu yakin kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena semua pertolongan datangnya dari dia.” (CA. Ahmad Firman Santoso)

“Percaya dengan line of sponsorship : upline kita sendiri. Upline kita adalah orang yang paling siap melatih kita karena mereka berpengalaman dan telah berhasil membuktikan lewat usaha ini. Serahkan diri anda pada konsultan yang tepat yang akan membimbing dengan hati dan integritas, serta komitmennya tidak diragukan lagi.” (RCA Hendri Rikianto)

Memang pendapat dari beberapa informan di atas hubungan antara pemimpin dengan bawahan sangat penting karena dengan komunikasi merupakan salah satu kunci kesuksesan dalam mengembangkan bisnis ini.

Seperti pendapat dari Northouse (1997) bahwa kepemimpinan sebagai proses maksudnya adalah kepemimpinan merupakan interaksi antara pemimpin dan yang dipimpin, bukan merupakan hubungan yang linier atau satu arah saja. Kepemimpinan melibatkan pengaruh maksudnya adalah bagaimana seorang pemimpin dapat mempengaruhi pengikutnya.

2. Struktur tugas (*task structure*) :

Struktur tugas di sini lebih kepada tingkatan pada tugas-tugas kerja bawahan terstruktur atau tidak terstruktur.

“Coorporate culture atau corporate spirit K-Link : Initiative (membuat rencana), Inovative (sikap untuk perubahan, memajukan team, dan memecahkan record), Informative (mencari informasi untuk berkembang).” (RCA Hendri Rikianto)

Pendapat Pak Hendri di atas menjelaskan bahwa untuk maju kita harus membuat 3i di atas untuk bisa berkembang dalam bisnis ini.

3. Wewenang jabatan (*position power*) :

Tingkat pengaruh seorang pemimpin terletak pada variasi wewenang seperti mempekerjakan, memecat, mendisiplinkan, mempromosikan, dan menaikkan gaji.

Akan tetapi di bisnis ini ke wewenang seorang pemimpin dalam bisnis MLM ini adalah :

Cinta kasih, Jelas bahwa dalam bisnis ini memang harus memiliki cinta kasih. Loving and carry... karena bisnis ini harus dibangun dengan hati yakni tidak cukup dengan knowledge, atau pintar tapi bisnis ini bila tidak dijalankan dengan hati cepat atau lambat jaringan bisnis anda akan hancur. Karena apa kita harus mengembangkan dengan hati karena bisnis ini adalah bisnis manusia, mereka tidak seberapa hebat anda dalam melakukan bisnis ini akan tetapi seberapa care anda dalam memperhatikan jaringan bisnis anda. (RCA Ir. Irwansyah)

Memberi contoh (leadership by example), Artinya sebagai seorang pemimpin jangan harap mereka melakukan sesuatu yang anda inginkan tapi kita tidak melakukan itu salah. Contoh yang sederhana adalah kita ingin jaringan kita melakukan presentasi katakanlah silver 12x presentasi dan gold 30x dan jangan anda berfikir mereka presentasi 12x sebulan sedangkan kita tidak pernah melakukan. Artinya apa??? bahwa kita dulu yang melakukan presentasi sehingga mereka melihat apa yang kita lakukan baru mereka percaya, baru mereka respek terhadap anda ini penting. (RCA Ir. Irwansyah)

Dengan begitu seorang pemimpin di bisnis ini tidak melakukan pemecatan akan tetapi memberikan contoh bagaimana caranya untuk sukses menjadi seorang pemimpin. Maka di faktor ini berbeda sekali dengan kewenangan yang dilakukan oleh pemimpin. Selain itu kewenangan seorang pemimpin

juga harus melakukan evaluasi dalam mencapai tujuan seperti yang dikemukakan oleh *Royal Crown Ambassador* Ir. Irwansyah sebagai berikut ini:

“Pandai melakukan evaluasi. Sebagai seorang pemimpin anda harus bicara data jangan Cuma parameter-parameter yang sifatnya subyektif. Artinya apa??? hanya kalkulasi dalam bentuk pembicaraan saja atau berdasarkan feeling atau perasaan tapi tidak berdasarkan data. Sebagai seorang pemimpin kita harus bisa mengevaluasi berdasarkan data yang ada contoh misalnya anda biasanya pernah melakukan cek tidak dengan pertumbuhan new aplikasi....pertumbuhan omset juga penting kalo bisa anda cek kedua pertumbuhan tersebut setiap bulannya dan anda bisa melihat persentase bertumbuh gak secara sehat. Jika anda mempunyai data ini anda pasti tahu apa yang anda lakukan jika pertumbuhan jaringan anda tidak sehat. Ini penting, jangan sampai anda hanya menerima laporan yang bagus-bagus saja. Karena sering sekali leader ini kayak tukang mancing, yang bisanya sering bohong jika dapat ikan besar ternyata hanya ikan kecil yang didapat. Maka dari itu kita harus tahu persis dengan hal ini maka jika kita mendapatkan masalah seperti ini maka anda akan tahu jalan keluar untuk jaringan bisnis anda.” (RCA Ir. Irwansyah)

5.2.2. Praktik Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Praktik kepemimpinan yang akan digunakan untuk melihat kepemimpinan *multi level marketing* yaitu menggunakan teori Kouzes & Posner (2004) bahwa ada lima praktik kepemimpinan yang digunakan untuk melihat kepemimpinan yang digunakan khusus dalam MLM yaitu :

1. Mencontohkan caranya (*modeling the way*)

Praktik kepemimpinan ini dilakukan ketika seseorang pemimpin memiliki integritas antara apa yang dikatakan dengan apa yang yang diperbuat. Mereka juga menyuarakan secara jelas nilai-nilai dari diri mereka sendiri. Apabila pengikutnya

mengetahui bahwa pemimpin mereka memiliki keberanian tentang pendirian mereka, mereka akan lebih bersedia untuk berkomitmen.

Berdasarkan teori ini bahwa hasil analisis yang dilihat yakni para informan menggunakan prinsip *leadership by example* untuk mencontohnya apa yang menjadi faktor kesuksesan mereka dalam mencapai *Crown Ambassador*.

“Memberi contoh (leadership by example). Artinya sebagai seorang pemimpin jangan harap mereka melakukan sesuatu yang anda inginkan tapi kita tidak melakukan itu salah. Contoh yang sederhana adalah kita ingin jaringan kita melakukan presentasi katakanlah silver 12x presentasi dan gold 30x dan jangan anda berfikir mereka presentasi 12x sebulan sedangkan kita tidak pernah melakukan. Artinya apa??? bahwa kita dulu yang melakukan presentasi sehingga mereka melihat apa yang kita lakukan baru mereka percaya, baru mereka respek terhadap anda ini penting.” (RCA Ir. Irwansyah)

Melalui sikap dan perbuatan seorang pemimpin yang baik, saya menjadi panutan bagi anggota jaringan saya. Saya percaya leadership by example jauh lebih efektif. Kita bukan bos di bisnis ini, tapi kalau kita mampu memberi contoh sedang berjuang dengan impian kita, mereka akan berjuang juga untuk impian mereka. Karena seorang pemimpin diikuti karena mampu memberi contoh.” (SCA Rivai Djatmika)

2. Menginspirasi visi bersama (*inspiring a share vision*)

Seorang pemimpin harus memiliki visi yang besar dan jauh ke depan. Jadi Seorang pemimpin melihat (*envision*) masa depan dengan membayangkan kemungkinan yang menggairahkan dan yang menaikkan derajat. Mereka memimpikan apa yang terjadi, dan mereka sungguh percaya bahwa mereka dapat membuat perbedaan yang positif. Hal ini juga dibuktikan oleh para informan dalam pernyataan mereka untuk maju dan berkembang.

“awalnya saya tidak merasa MLM hanyalah bisnis kecil, tidak bisa dijadikan bisnis jangka panjang. Akhirnya saya mulai terbuka, ketika bisnis ini saya jalankan selama setahun, penghasilannya cukup lumayan dan bisa jalan-jalan ke

luar negeri. Ternyata bisnis ini bukan bisnis kecil, tetapi bisnis besar, sehingga saya fokus menjalankan untuk jangka panjang.” (CA Ir. Andi Machmud)

“Tidak mengutamakan kepentingan sesaat. Artinya apa??? sebagai seorang pemimpin kita harus berfikir jangka panjang bisnis K-Link bukan pyramid, bisnis K-Link bukan money game dan jangan pernah berfikir untuk kepentingan sesaat. Contoh betul-betul kita harus kuat untuk memenuhi jangka panjang.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Sense yang dimiliki oleh K-Link : Sense of vision yakni sebagai leader harus mempunyai visi yang jelas, K-Link adalah bisnis yang sederhana untuk mencapai kesuksesan.” (RCA Hendri Rikianto)

3. Menantang proses (*challenging the process*)

Menantang proses adalah praktik kepemimpinan di mana seorang pemimpin mau keluar dari *status quo* untuk menuju suatu perubahan. Mereka melakukan inovasi dengan eksperimen-eksperimen. Kadang kala mereka juga menjumpai kegagalan tetapi mereka tetap teguh dengan visi dan inovasi yang digagasnya.

Hal ini juga terjadi oleh para informan sebelum mereka menemukan cara sukses untuk bisa menjadi orang yang berhasil dalam bisnis MLM ini.

“Sejak awal main MLM, saya sudah sadar bahwa untuk membangun sebuah investasi butuh pengorbanan. Makanya sewaktu saya mengalami hambatan menjalankan bisnis ini, buat saya itu bukan kegagalan. Tapi adalah proses belajar. Konsekuensi dalam membangun sebuah usaha, jatuh bangun itu sebetulnya hal biasa. Intinya yang penting ketika jatuh, kita mau belajar untuk bangkit kembali dan mau belajar dari kegagalan.

Kegagalan hari ini di bisnis MLM adalah pelajaran berharga untuk masa mendatang dan banyak orang yang menganggap kegagalan sebagai perjuangan berat. Tapi buat saya itu adalah pengorbanan yang harus kita bayar. Itu adalah konsekuensi membangun investasi jangka panjang yang menggiurkan. Sekalipun

saya telah mencium bisnis di K-Link sebagai bisnis besar, tetapi pada mulanya saya tidak mudah menyakinkan keluarga dan orang-orang terdekat saya.

Tapi setelah mereka merasakan manfaat dan melihat hasilnya, mereka mendukung sepenuhnya. Sikap penolakan juga pernah ditunjukkan oleh teman-teman yang saya temui. Setiap saya menawarkan bisnis K-Link, rata-rata mereka merespon dengan menolak untuk bergabung. Ada juga yang bergabung hanya karena merasa tidak enak hati.

Tetapi menghadapi berbagai penolakan itu, saya tetap jalan terus, karena saya yakin ini adalah bisnis bagus. Akhirnya saya mengambil tindakan untuk melangkah terus bersama K-Link karena saya yakin saya tidak sendirian. Ada support system yang mendukung saya dengan memberikan pendidikan paripurna menjalankan bisnis K-Link.” (CA Ir. Andi Machmud)

“Akhirnya saya mulai membangun bisnis MLM ini. Masalah klasikpun mulai berdatangan yang selalu menghampiri bisnis MLM ini. Seperti penolakan dari orang yang ingin diprospek. Tetapi saya mampu menanggapi setiap penolakan sebagai sebuah pertanda baik bagi kecemerlangan bisnis saya kelak. Semakin saya sering ditolak, maka kesempatan sukses saya makin terbentang luas. Memang pada awalnya saya presentasi ke lima orang, ditolak semua.

Presentasi berikut, saya ditolak enam orang, tapi yang gabung tujuh orang. Semakin ditolak maka semakin bagus. Tiap hari saya tulis berapa kali saya ditolak dan saya senang. Saya bahkan punya target, minimal seribu kali ditolak. Optimisme-lah yang mengiring perjalanan saya membangun bisnis MLM ini telah membuahkan hasil manis. Gelar Crown Ambassador yang di nanti-nanti akhirnya telah saya raih dan sepuluh ribu jaringan saya telah tersebar di seluruh penjuru Indonesia.” (CA Ahmad Firman Santoso)

“Bisnis MLM memang masih belum mendapat tempat di hati masyarakat. Hal ini tentu berpengaruh bagi pelaku bisnis MLM dalam mendekati prospek. Saking seringnya, penolakan bagi pelaku bisnis MLM adalah hal biasa. Bagi saya tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis MLM datang dari diri kita sendiri.

Saat menghadapi penolakan dan tanggapan miring dari orang lain kalau kita nggak punya impian besar maka kita akan terpengaruh dengan anggapan itu, tapi kalau impian kita kuat maka kita akan terus berjalan. Seperti hukum alam yang patut diingat adalah semakin besar impian, semakin besar tantangan yang akan dihadapi, dan itu murni sebuah konsekuensi logis.” (SCA Rivai Djatmika)

4. Memungkinkan orang lain bertindak (*enabling other to act*)

Praktik kepemimpinan ini merupakan praktik kepemimpinan di mana seorang pemimpin dapat membangun kepercayaan dari pengikut sehingga orang akan berani mengambil risiko, membuat perubahan dan terus menjaga organisasi tetap hidup. Pemimpin juga memberi ruang dan kesempatan kepada bawahan untuk terus berkembang serta mereka juga mau membagi kekuasaannya dengan mendelegasikan sebagian wewenangnya kepada pengikutnya.

Pemimpin memperkuat orang lain dengan berbagi kekuasaan dan menyediakan pilihan, membuat setiap orang merasa kompeten dan percaya diri.

Hal ini juga dilakukan oleh para informan agar bisa mengembangkan jaringannya yaitu dengan sistem duplikasi yang ada di K-Link.

“Duplikasi dan regenerasi. Apapun yang anda ketahui dalam bisnis ini duplikasikan ke jaringan, begitu juga downline anda harus menduplikasikan ke downline dibawahnya, karena kemampuan yang standar harus dimiliki dalam organisasi anda. Terkadang seorang pemimpin tidak mau adanya regenerasi karena kekuatan ada pada diri mereka dan ini salah. Artinya apa??? suka atau tidak anda harus melakukan regenerasi bila perlu anda membuat satu omset dalam jaringan anda untuk menduplikasikan regenerasi anda ke dalam jaringan anda. Sering kali para pemimpin-pemimpin top di daerah sukar sekali untuk keluar karena mereka sangat takut jika meninggalkan daerah tersebut. Problemnnya nanti jaringan mereka tidak berkembang alias hancur.

Seorang pemimpin yang sukses dia mampu meregenerasi secara baik dan secara efektif. Seorang pemimpin yang efektif mereka mampu menciptakan seorang pemimpin yang lebih baik dari mereka. Pernah berfikir downline anda jauh lebih

hebat daripada anda justru itulah yang paling hebat untuk mengembangkan jaringan bisnis anda disitulah kesuksesan anda yaitu regenerasi.” (RCA Ir. Irwansyah)

“Percaya dengan line of sponsorship : upline kita sendiri. Upline kita adalah orang yang paling siap melatih kita karena mereka berpengalaman dan telah berhasil membuktikan lewat usaha ini. Serahkan diri anda pada konsultan yang tepat yang akan membimbing dengan hati dan integritas, serta komitmennya tidak diragukan lagi.” (RCA Hendri Rikianto)

“Membangun hubungan emosi dan menjaga komunikasi dengan downline menjadi factor pendukung serta memberikan contoh kepada mereka dan membantunya.” Dengan kebebasan waktu yang saya dapati... lebih berharga lagi karena saya mampu membantu banyak orang untuk meraih kesejahteraan hidup. Semua berpangkal pada ketulusan hati, yakni seberapa mampu kita membantu orang lain tanpa pamrih walaupun akhirnya mereka dapat lebih dari apa yang kita dapat.” (SCA Rivai Djatmika)

5. Menyemangati jiwa (*encouraging the heart*)

Praktik kepemimpinan adalah di mana seorang pemimpin dapat menunjukkan penghargaan atas kontribusi orang lain. Pemimpin selalu menghubungkan antara penghargaan dan kinerja.

Hal ini juga dilakukan oleh para informan kita, mereka (*upline*) akan merekomendasikan kepada perusahaan bagi *downline* mereka yang berprestasi.

Pendapat dari beberapa informan antara lain :

“Saya juga sering merekomendasikan downline saya yang sudah memiliki prestasi yang baik, karena di K-Link hal ini dilakukan untuk membakar semangat mereka dan saya juga bangga ketika melihat downline saya mampu membeli rumah atau mobil yang lebih mahal dari yang saya punya, atau ketika recognition day mereka mampu tampil di atas panggung dan mendapatkan penghargaan serta menyebut nama saya sebagai orang penting dalam

keberhasilannya membangun bisnis MLM, itu bahagia yang tidak terbayar oleh apapun.” (SCA Rivai Djatmika)

“Berangkat dari pengalaman untuk mengikuti jejak para upline, saya berharap bisnis K-Link bisa membantu masyarakat mencapai kehidupan yang gemilang. Khususnya para downline saya sekarang, saya ingin mengajak mereka untuk berjuang membebaskan keluarga mereka dari kemiskinan dan mencapai kehidupan yang lebih baik dan saya juga merekomendasikan downline saya yang memiliki prestasi yang baik dalam mengembangkan jaringan dan mendapatkan penghargaan seperti acara recognition day. Hal ini saya lakukan guna untuk memberikan semangat dan motivasi kepada mereka agar mereka bisa menjadi seperti saya untuk tampil di panggung kemenangan.” (CA Ir. Andi Machmud)

5.3. Pembahasan Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Hasil analisis mengenai kepemimpinan dalam bisnis *multi level marketing* adalah bahwa masing-masing informan memiliki caranya masing-masing dalam menggunakan teori kepemimpinan yang digunakan dari awal menjalankan bisnis hingga mereka sukses seperti sekarang ini menjadi peringkat tertinggi di bisnis *multi level marketing* di K-Link.

5.3.1. Teori Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Hasil analisis yang dilakukan menunjukkan bahwa adanya perpaduan teori model *kontinjensi*, dengan model *leader member exchange*, yang sama-sama memiliki hubungan.

Hasil analisis mengenai teori *leader member exchange* dari ketiga variabel yang dimiliki yaitu kesesuaian *personal*, kompetensi bawahan, dan kepribadian *extrovert* memiliki kualitas *leader member exchange* (LMX) yang tinggi. Yakni terjadinya tingkat hubungan yang tinggi antara pemimpin dengan bawahan baik dalam segi diskusi masalah yang mereka hadapi, hubungan lebih bersifat informal dan pemimpin selalu membantu bawahan jika menghadapi kesulitan serta selalu percaya kepada pemimpin mereka.

Sedangkan mengenai teori kontingensi dari ketiga variabelnya yaitu : hubungan pemimpin-anggota, struktur tugas, dan wewenang jabatan juga tinggi. Yakni bahwa semakin baik hubungan antara pemimpin dan anggota, semakin tinggi tingkat struktur kerja dan semakin kuat wewenang jabatan, maka semakin besar pengaruh yang dimiliki oleh seorang pemimpin.

Yakni bisa disimpulkan bahwa kedua teori tersebut memiliki hubungan bagaimana seorang pemimpin bisa sukses jika menggabungkan kedua model tersebut dalam mengembangkan jaringan dan memang peran pemimpin sangat penting dalam bisnis *multi level marketing* khususnya dalam mengembangkan jaringan bisnis dalam group mereka.

Peneliti Menyimpulkan bahwa :

1. Seorang pemimpin harus memiliki hubungan dan komunikasi erat antara pemimpin (*upline*) dengan bawahan (*downline*).
2. Seorang pemimpin harus memiliki sikap saling percaya baik kepada perusahaan, sistem yang ada pada perusahaan dan yang paling penting percaya terhadap jaringan/group di bisnisnya yaitu : kepada para *downline*-nya.
3. Menggunakan cara *leadership by example* dalam membantu para *downline* mereka untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.

5.3.2. Praktik Kepemimpinan *Multi Level Marketing*

Praktik kepemimpinan *multi level marketing* yang ditemukan dalam penelitian ini sesuai dengan teori Kouzes dan Posner (2004). Sebagai pemimpin yang bergerak dalam bisnis *multi level marketing* yang bertujuan untuk dapat melatih, memberi petunjuk, mendukung dan memberikan penghargaan atas kinerja para pengikutnya. Maka kontribusi pemimpin di sini sangat penting untuk mengembangkan jaringan mereka agar menjadi seorang pemimpin yang disegani dan menjadi teladan.

Sesuai dengan teori Kouzes dan Posner (2004) bahwa ada lima praktik kepemimpinan yang perlu digunakan dalam mengembangkan bisnis MLM ini. Yaitu praktek kepemimpinan untuk menjadi seorang pemimpin yang teladan atau biasa disebut *leadership by example* yakni mencontohkan caranya. Yakni bahwa seorang

pemimpin teladan menemukan suara mereka dengan memahami secara jelas nilai-nilai pribadi mereka dan kemudian mengekspresikan nilai tersebut dengan cara mereka sendiri.

Kemudian seorang pemimpin memberikan teladan dengan melakukan tindakan yang sesuai dengan nilai yang mereka pegang teguh. Dan hal itu dijalankan oleh seorang pemimpin dalam bisnis MLM ini dengan memberikan suatu contoh yang baik, maka secara otomatis *downline* kita juga akan mengikuti kita untuk melakukan hal-hal tersebut yang biasa dikenal dengan nama duplikasi dalam bisnis MLM ini.

Kemudian praktik kepemimpinan yang muncul dalam penelitian ini adalah menginspirasi visi bersama. Yakni seorang pemimpin adalah orang yang memiliki visi yang besar. Seseorang yang dapat melihat sesuatu hal melampaui batasan masa kini dan membayangkan kondisi-kondisi ideal untuk beberapa tahun mendatang. Akan tetapi visi yang besar dari seorang pemimpin akan terwujud jika mereka memiliki kemampuan untuk mentransformasikannya dalam organisasi. Dan itu terwujud ketika pemimpin mengkomunikasikan visi mereka sehingga bawahan (*downline*) mau untuk ikut merealisasikan visi tersebut menjadi suatu hasil yang nyata.

Selanjutnya praktik kepemimpinan berikutnya yang muncul dalam penelitian ini adalah menantang proses (*challenging the process*). Seorang pemimpin dalam bisnis MLM ini adalah pemimpin yang mampu mencari peluang dengan cara-cara yang inovatif untuk mengubah dirinya agar tumbuh menjadi pemimpin yang baik dan berkembang lebih besar. Dalam bisnis MLM ini kita bisa melakukan perubahan yaitu dengan cara :

1. Anda harus bisa menjadi seorang pengikut yang setia yakni *good leader is good follower*. Tidak masalah karena orang yang bergabung di K-Link ini bukan hanya orang berintelektual tapi rata-rata orang yang bermasalah dalam bisnis ini karena 90% orang yang sukses menjadi *crown ambassador* adalah orang yang bermasalah dalam bisnis ini.
2. Dengan ketulusan membuat *downline* simpatik dan dekat dengan anda.

Yakni membangun hubungan atau komunikasi terus kita bangun, jangan pernah berharap sukses dengan waktu yang singkat karena di bisnis ini membutuhkan proses untuk maju. Yakni mulai dari 0%.

3. Melakukan *basic action* yaitu di dalam K-Link melakukan segitiga S yaitu: Sikap, *Service* dan *Sponsoring*.

4. Bertindak secara proporsional dan tidak muluk-muluk.

Yakni dalam bisnis ini kita melakukan dengan kejujuran dan tidak pernah muluk-muluk.

5. Terus-terus belajar dan jangan pernah merasa diri kita sudah matang.

Yakni jarang pernah anda merasa pintar walaupun para peringkat yang tertinggi sekalipun kita tetap harus berjiwa besar dan rendah hati. Dengan rendah hati kita akan terus belajar terus belajar dan meningkatkan kemampuan diri kita.

Artinya bahwa pemimpin mampu membesarkan bawahannya sehingga bawahan memiliki ketangguhan yang sama untuk merealisasikan visi ingin dicapai.

Praktik kepemimpinan selanjutnya adalah memungkinkan orang lain bertindak (*enabling other to act*). Bahwa seorang pemimpin dalam bisnis MLM ini dapat membangun kepercayaan dari pengikutnya sehingga orang akan berani mengambil resiko, membuat perubahan dan terus menjaga organisasi tetap hidup. Pemimpin juga memberi ruang dan kesempatan kepada bawahan untuk terus berkembang serta mereka juga mau membagi kekuasaannya dengan mendelegasikan sebagian wewenangnya kepada pengikutnya.

Dan hal ini dilakukan oleh seorang pemimpin dalam mengembangkan bisnis MLM ini dengan cara menduplikasikan atau regenerasi dalam *group*. Yakni bahwa seorang pemimpin dalam bisnis ini harus menduplikasikan ke jaringan, begitu juga *downline*-nya harus menduplikasikan ke *downline* dibawahnya, karena kemampuan yang standar harus dimiliki dalam organisasinya.

Terkadang seorang pemimpin tidak mau adanya regenerasi karena kekuatan ada pada diri mereka dan ini salah. Artinya suka atau tidak menjadi seorang pemimpin harus melakukan regenerasi bila perlu pemimpin membuat satu omset dalam jaringannya untuk menduplikasikan regenerasinya ke dalam jaringannya.

Sering kali para pemimpin-pemimpin *top* di daerah sukar sekali untuk keluar karena mereka sangat takut jika meninggalkan daerah tersebut. Problemenya nanti jaringan mereka tidak berkembang atau bisa jadi hancur. Seorang pemimpin yang sukses dia mampu meregenerasikan secara baik dan secara efektif. Seorang pemimpin yang efektif mereka mampu menciptakan seorang pemimpin yang lebih baik dari mereka. Pernah berfikir jika *downline* kita jauh lebih hebat daripada kita justru itulah yang paling hebat untuk mengembangkan jaringan bisnis kita disitulah kunci kesuksesannya yaitu regenerasi.

Praktik kepemimpinan yang terakhir adalah menyemangati jiwa (*encouraging the heart*). Pemimpin memberikan perhatian dan berusaha mengenali setiap individu, membangun jaringan bisnisnya serta merayakan kesuksesan tim. Perayaan yang dilakukan disini adalah berupa penghargaan yang diberikan oleh perusahaan atas rekomendasi dari para pemimpinnya (*upline*) yang memiliki prestasi yang gemilang.

Dalam bisnis MLM ini memang penghargaan adalah sesuatu yang ditunggu-tunggu oleh para distributor K-Link baik itu pemimpin (*upline*) ataupun bawahannya (*downline*). Untuk merealisasikan hal tersebut dibutuhkan kerjasama baik dari segi kemampuan dan kinerja kerjanya untuk mengembangkan jaringan bisnisnya. Maka pemimpin harus bisa mencintai *downline* mereka. Adapun untuk menjadi seorang pemimpin yang dicintai adalah sebagai berikut :

1. Biarkanlah *downline* merasakan bahwa benar-benar kita mencintai mereka.
2. Biarkan mereka merasakan bahwa kita memiliki kemampuan lebih baik.
3. Mendampingi mereka dalam keadaan sulit

Dengan lima praktik kepemimpinan di atas menyimpulkan bahwa seorang pemimpin yang ingin sukses dalam mengembangkan jaringan bisnis MLM ini haruslah memiliki lima praktik kepemimpinan di atas untuk menjadi pemimpin teladan.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1. Kesimpulan

1. Untuk menjadi pemimpin yang berhasil dan sukses dalam bisnis *multi level marketing*. Pemimpin harus memiliki perpaduan model kepemimpinan *kontinjensi*, dan *leader member exchange* (LMX).
2. Dari ketiga variabel yang dimiliki dalam teori *leader member exchange* yaitu kesesuaian *personal*, kompetensi bawahan, dan kepribadian *extrovert* memiliki kualitas *leader member exchange* (LMX) yang tinggi untuk melihat kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing*. Yakni terjadinya tingkat hubungan yang tinggi antara pemimpin (*upline*) dengan bawahan (*downline*) baik dalam diskusi masalah yang mereka hadapi, hubungan lebih bersifat informal dan pemimpin (*upline*) yang berhasil selalu membantu bawahan (*downline*) jika menghadapi kesulitan serta selalu percaya kepada pemimpin (*upline*) mereka.
3. Dari ketiga variabelnya dalam teori kontinjensi yaitu : hubungan pemimpin-anggota, struktur tugas, dan wewenang jabatan juga tinggi untuk melihat kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing*. Yakni bahwa terjadinya hubungan yang baik antara pemimpin (*upline*) dan anggota (*downline*), tingkat struktur kerja jaringannya tinggi dan wewenang jabatan seorang *upline* dalam mengembangkan jaringan sangat kuat, maka seorang pemimpin (*upline*) memiliki pengaruh yang besar dalam mengembangkan jaringan bisnis *multi level marketing*.
4. Yakni bisa disimpulkan bahwa kedua teori tersebut memiliki hubungan bagaimana seorang pemimpin bisa sukses jika menggabungkan kedua model tersebut dalam mengembangkan jaringan dan memang peran pemimpin sangat penting dalam bisnis *multi level marketing* khususnya dalam mengembangkan jaringan bisnis dalam group mereka.

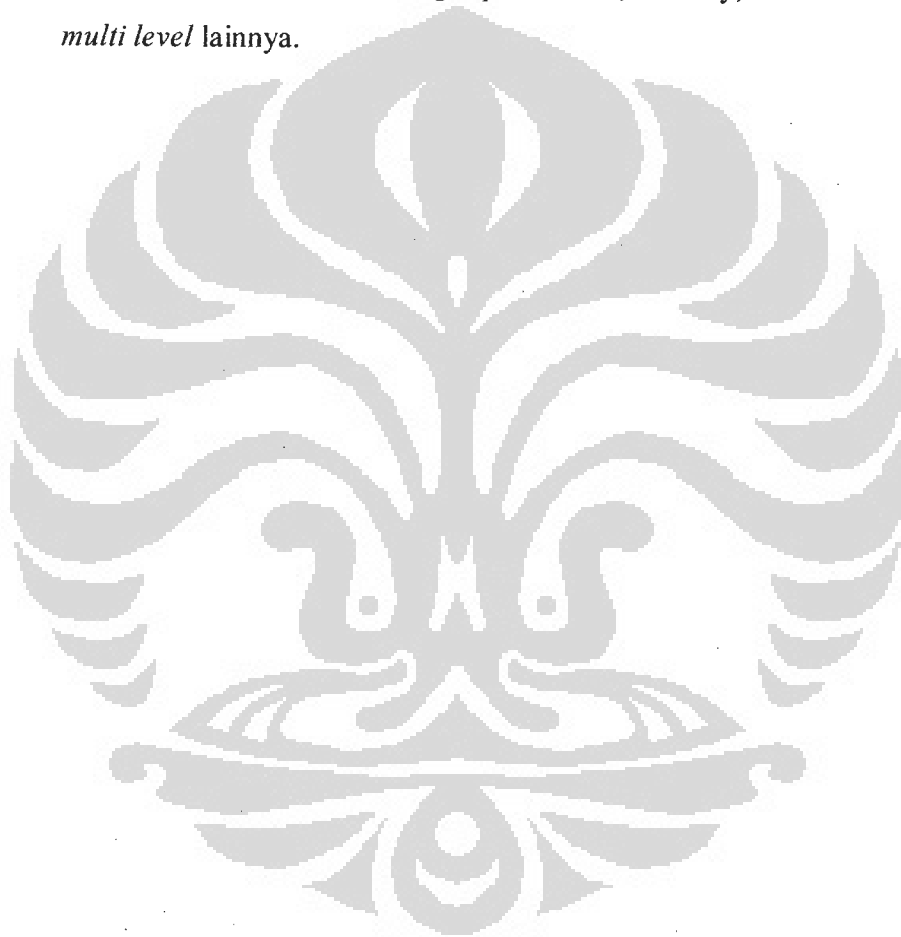
5. Model kepemimpinan *top leader* yang berhasil dalam bisnis *multi level marketing* adalah:
 - 1) Seorang pemimpin (*upline*) yang berhasil harus memiliki hubungan dan komunikasi erat antara pemimpin (*upline*) dengan bawahan (*downline*).
 - 2) Seorang pemimpin (*upline*) yang berhasil harus memiliki sikap saling percaya baik kepada perusahaan, sistem yang ada pada perusahaan dan yang paling penting percaya terhadap jaringan/group di bisnisnya yaitu : kepada para *downline*-nya.
 - 3) Menggunakan cara *leadership by example* dalam membantu para *downline* mereka untuk mencapai tujuan yang mereka inginkan.
6. Berdasarkan praktik kepemimpinan *top leader* yang ada dalam bisnis *multi level marketing*, terdapat lima praktik kepemimpinan yang berhasil digunakan dalam mengembangkan bisnis *multi level marketing* ini, yaitu:
 - a. Mencontohkan caranya (*modeling the way*)
 - b. Menginspirasi visi bersama (*inspiring a share vision*)
 - c. Menantang proses (*challenging the process*)
 - d. Memungkinkan orang lain bertindak (*enabling the process*)
 - e. Menyemangati jiwa (*encouraging the hearth*)

6.2. Saran

1. Penelitian ini memfokuskan pada kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* pada PT. K-Link. Untuk semakin memperkuat hasil penelitian ini, perlu dilakukan penelitian lain dengan menggunakan kerangka teori kepemimpinan yang berbeda dengan kerangka teori kepemimpinan yang digunakan dalam penelitian ini.
2. Penelitian ini memfokuskan pada kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* pada PT. K-Link. Untuk semakin memperkuat hasil penelitian ini, disarankan melakukan penelitian dengan menggunakan metode kuantitatif, misalnya bagaimana persepsi para *downline* tentang konsep

kepemimpinan yang digunakan oleh *upline* mereka yang telah sukses di bisnis K-Link.

3. Penelitian ini memfokuskan hanya pada kepemimpinan *top leader* dalam bisnis *multi level marketing* pada PT. K-Link. Disarankan agar penelitian tidak hanya dilakukan di satu perusahaan, juga mengkaji melainkan beberapa pemimpin *top* dalam bisnis *multi level marketing* di perusahaan lain yang telah berhasil dan berkembang seperti : CNI, Amway, Tianshi dan perusahaan *multi level* lainnya.



DAFTAR REFERENSI

- Charmicael, Allen. (1991). *Network & Multilevel Marketing*. Jakarta: Pustaka Delapratasa.
- Fiedler, F. E. (1967). *A Theory of Leadership Effectiveness*. New York: McGraw-Hill.
- Harefa, Andrias. (1999). *Multi Level Marketing: Alternatif Karier dan Usaha Menyongsong Milenium Ketiga*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Issac, Robert G.; Zerbs, Wilfred J.; Pitt, Douglas C., (2001), "Leadership and Motivation : The Effective Application of Expectancy Theory", *Journal of Managerial Issues*, pp.212.
- Jacobs, T. O. & Jaques, E. (1990). Military executive leadership. In K. E. Clark and M. B. Clark (Eds.), *Measures of Leadership*. West Orange, NJ: Leadership Library of America, pp. 281.
- Kisata, Pindi. (2005). *How to Build MLM Business*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Kiyosaki, Robert. T. (2002). *The Cashflow Quadrant*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Koontz, H. & Weihrich, H. (1988). *Management*, 9th ed. New York: McGraw-Hill.
- Majalah Mingguan Warta Ekonomi (2002, Maret 23). 10 Profesi Termahal di Indonesia.
- Kotler, Philip. (2006). *According To Kottler*. Jakarta: PT. Buana Ilmu Populer.
- Trump. Donald J & Robert T. Kiyosaki. (2007) *Why We Want You To Be Rich*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kouzes, James. M., & Posner, Barry Z. (2002). "*Leadership the challenge*". Jakarta : Erlangga.
- Kouzes, James. M., & Posner, Barry Z. (2004). "*5 Teladan kepemimpinan*". Jakarta : PT. Bhuna Ilmu Populer.
- Manopol, Yuyun. (2007, December 6). Orang-orang Top dan Produk Andalan di Bisnis Penjualan Lansung. *Swa Sembada*, 84-88.
- Northouse, P. G. (1997). *Leadership: Theory and practice*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Poerwandari, Kristi E. (2007). *Pendekatan Kualitatif Untuk Penelitian Perilaku Manusia Edisi Ketiga*. Depok : LPSP3 Fakultas Psikologi Universitas Indonesia.
- Rauch, C. F. & Behling, O. (1984). Functionalism: Basic for an alternate approach to the study of leadership. In J. G. Hunt, D. M. Hosking, C. A. Schriesheim, and R. Stewart (Eds.), *Leaders and managers: International perspectives on managerial behavior and leadership*. Elmsford, NY: Pergamon Press, pp. 46.
- Robbins, Stephen. P. (2002). *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi Edisi Kelima*. (Halida & Dewi Sartika, Trans.). Jakarta: Erlangga.
- Robbins, Stephen. P. & Timothy A. Judge. (2007). *Organizational Behavior 12th ed.* New Jersey: Pearson Prentice Hall. Hlm. 360-361
- Santoso, Beni. (2003). *All About Marketing*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sejarah K-Link Indonesia. Februari, 1, 2008. <http://www.k-link.co.id/index.php>
- Shoemaker, Mary E., (2003), "Leadership Behaviours in Sales Manager : a level analysis", *Journal of Marketing Theory and Practice*, pg. 17.
- Stock, Ruth Maria; Hoyer, Wyne D., (2002), "Leadership style as the driver of salespeople' customer orientation", *Journal of Market-Focused Management*, Vol.5 No.4 pp.335-376.
- Sutopo, H.B (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret., hlm 135-156.
- Tannenbaum, R., Weschler, I. R., & Massarik, F. (1961). *Leadership and Organization*. New York: McGraw-Hill.
- Tampubolon, Robert. (2007). *Sinergi 9 Kekuatan MLM Support System dan Koperasi*. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Weymes, Ed, (2003), "Relationship not Leadership sustain successful Organization", *Journal of Academy of Business*, pg. 319.

Bpk. Ir. Irwansyah (*Royal Crown Ambassador*)

LEADERSHIP = KETELADANAN SEORANG PEMIMPIN

Bagaimana kita bisa menjadi seorang *leaders* yang disegani, disegani dalam hal ini bukan ditakuti, salah kalau seandainya dalam jaringan anda atau *downline* anda takut dengan anda karena itu kita tidak kehendaki. Semakin takut mereka, semakin jauh mereka dari anda. Artinya apa ?? *Leadership* anda tidak akan berjalan dengan jaringan anda.

Jadi disegani dalam hal ini adalah bagaimana *downline* anda bisa respek dengan anda. Mereka bisa menerima dengan sepenuh hati keberadaan anda sebagai seorang figure pemimpin, ya dalam organisasi anda. Ada beberapa hal yang harus kita lakukan dan kita miliki sebagai seorang *leader*.

Karena saya percaya dengan program-program *Road To Emerald* (RTE) bisa menciptakan pemimpin-pemimpin yang berkualitas. Ternyata memang sudah terbukti bahwa yang mengikuti program *Road To Emerald* (RTE) mereka berhasil dan terbukti mereka menduduki peringkat *diamond manager*, *crown manager*, *crown ambassador*, *senior crown ambassador*, maupun *royal crown ambassador* serta mereka selalu komitmen untuk mengikuti pertemuan dan modul-modul yang ada dalam bisnis ini.

Untuk menjadi pemimpin yang disegani :

1. Memiliki sikap dan pola pikir (*mind set* yang positif)

Kita harus bertanggung jawab dan memiliki impian yang besar. Karena anda seorang pemimpin anda yang akan mengendalikan jaringan bisnis anda adalah nahkoda dalam organisasi yang anda pimpin. Dan kita sendiri sebagai seorang leader harus memiliki tanggung jawab terhadap impian kita karena kita harus mempunyai impian besar jangan sebagai seorang leader kita mempunyai impian yang kecil. Serta berikan mereka sesuatu yang berharga untuk membawa mereka menuju kesuksesan, seperti penghargaan. Sering sekali saya mengkritik *downline* jangan hanya mempunyai impian ingin punya motor kenapa anda tidak berfikir mempunyai mobil mewah misalnya. Artinya apa ??? jangan batasi impian anda karena sesuatu yang tidak mungkin bisa terjadi

dalam bisnis ini apapun impian anda dan jangan pernah takut untuk membuat impian karena anda seorang pemimpin.

2. Duplikasi dan regenerasi

Apapun yang anda ketahui dalam bisnis ini duplikasikan ke jaringan, begitu juga *downline* anda harus menduplikasikan ke *downline* dibawahnya, karena kemampuan yang standar harus dimiliki dalam organisasi anda. Terkadang seorang pemimpin tidak mau adanya regenerasi karena kekuatan ada pada diri mereka dan ini salah. Artinya apa??? suka atau tidak anda harus melakukan regenerasi bila perlu anda membuat satu omset dalam jaringan anda untuk menduplikasikan regenerasi anda ke dalam jaringan anda. Sering kali para pemimpin-pemimpin top di daerah sukar sekali untuk keluar karena mereka sangat takut jika meninggalkan daerah tersebut. Problemnnya nanti jaringan mereka tidak berkembang alias hancur. Seorang pemimpin yang sukses dia mampu meregenerasi secara baik dan secara efektif. Seorang pemimpin yang efektif mereka mampu menciptakan seorang pemimpin yang lebih baik dari mereka. Pernah berfikir *downline* anda jauh lebih hebat daripada anda justru itulah yang paling hebat untuk mengembangkan jaringan bisnis anda disitulah kesuksesan anda yaitu regenerasi.

3. Cinta kasih

Jelas bahwa dalam bisnis ini memang harus memiliki cinta kasih. *Loving and carry...* karena bisnis ini harus dibangun dengan hati yakni tidak cukup dengan *knowledge*, atau pintar tapi bisnis ini bila tidak dijalankan dengan hati cepat atau lambat jaringan bisnis anda akan hancur. Karena apa kita harus mengembangkan dengan hati karena bisnis ini adalah bisnis manusia, mereka tidak seberapa hebat anda dalam melakukan bisnis ini akan tetapi seberapa *care* anda dalam memperhatikan jaringan bisnis anda.

4. Memberi contoh (*leadership by example*)

Artinya sebagai seorang pemimpin jangan harap mereka melakukan sesuatu yang anda inginkan tapi kita tidak melakukan itu salah. Contoh yang sederhana adalah kita ingin jaringan kita melakukan presentasi katakanlah *silver* 12x presentasi dan *gold* 30x dan jangan anda berfikir mereka presentasi 12x sebulan sedangkan kita tidak pernah melakukan. Artinya apa??? bahwa

kita dulu yang melakukan presentasi sehingga mereka melihat apa yang kita lakukan baru mereka percaya, baru mereka respek terhadap anda ini penting.

5. Berfikir positif

6. Memperkuat kepemimpinan

Dengan cara apa ??? yakni belajar dengan cara membaca buku yang membahas tentang kepemimpinan dan lebih penting dari sisi *knowledge* anda yaitu anda harus membangun hubungan emotional dengan jaringan anda. Karena hubungan yang erat dengan jaringan anda. Sehingga mereka akan ikut dan akan percaya dengan apa yang anda katakan....

7. Pandai melakukan evaluasi

Sebagai seorang pemimpin anda harus bicara data jangan Cuma parameter-parameter yang sifatnya subyektif. Artinya apa??? hanya kalkulasi dalam bentuk pembicaraan saja atau berdasarkan feeling atau perasaan tapi tidak berdasarkan data. Sebagai seorang pemimpin kita harus bisa mengevaluasi berdasarkan data yang ada contoh misalnya anda biasanya pernah melakukan cek tidak dengan pertumbuhan new aplikasi....pertumbuhan omset juga penting kalo bisa anda cek kedua pertumbuhan tersebut setiap bulannya dan anda bisa melihat persentase bertumbuh gak secara sehat. Jika anda mempunyai data ini anda pasti tahu apa yang anda lakukan jika pertumbuhan jaringan anda tidak sehat. Ini penting, jangan sampai anda hanya menerima laporan yang bagus-bagus saja. Karena sering sekali leader ini kayak tukang mancing, yang bisanya sering bohong jika dapat ikan besar ternyata hanya ikan kecil yang didapat. Maka dari itu kita harus tahu persis dengan hal ini maka jika kita mendapatkan masalah seperti ini maka anda akan tahu jalan keluar untuk jaringan bisnis anda.

8. Tidak mengutamakan kepentingan sesaat.

Artinya apa??? sebagai seorang pemimpin kita harus berfikir jangka panjang bisnis K-Link bukan *pyramid*, bisnis K-Link bukan *money game* dan jangan pernah berfikir untuk kepentingan sesaat. Contoh betul-betul kita harus kuat untuk memenuhi jangka panjang.

Syarat-syarat yang harus dimiliki oleh seorang *upline* yang baik :

1. Mempunyai image atau postur sebagai orang yang sukses

Anda harus dikenal oleh *downline* anda bahwa image anda sebagai seorang yang jujur, anda seorang yang berkomitmen, anda seorang yang memiliki keyakinan yang kuat, anda seorang pekerja yang keras, ini image. Jangan sampai *downline* anda melihat image anda sebagai *upline* negatif. Postur disini penampilan anda misalnya anda seorang *diamond manager* yang berpenghasilan 20 juta tapi tidak menyakinkan penampilannya. Penampilan itu penting bahkan jika anda seorang *crown ambassador* anda punya sebuah mobil itu penting. Karena penampilan bisa menyakinkan *downline* anda.

2. Memiliki kemampuan sebagai orang yang sukses.

Selama anda membangun bisnis ini anda berkomitmen dengan sistem yang diterapkan oleh K-System secara otomatis anda akan memiliki kemampuan orang yang sukses selayaknya dalam bisnis ini. Anda bisa lihat dan buktikan seorang *leaders* di K-Link sekalipun peringkatnya baru manager saja kira-kira anda lihat penampilannya sudah berubah belum dan lihat juga dari sisi kemampuannya apakah sudah berubah. Pasti akan berubah lebih baik dari sebelumnya, sebelum dia mengenal K-Link agak kurang *confidence* tapi setelah mengenal K-Link dia lebih *confidence* dan tampil percaya diri dan sikapnya jauh lebih positif. Dengan K-System yang ada di K-Link saya yakin pasti anda akan jauh lebih baik jika anda mengikuti modul-modul yang disarankan oleh K-System, anda pasti akan berhasil.

3. Keteguhan dan keyakinan terhadap kesuksesan

4. Komitmen dan menjaga keyakinan

5. Kemampuan sebagai penggerak sumber daya atau sebagai *organizer*

Sebagai seorang pemimpin anda harus bisa membuat dari *organizer* yang kecil ini menjadi *organizer* yang besar. Mulai dari komunikasi dan konsultasi yakni arahkan mereka untuk konsultasi dengan anda, arahkan mereka untuk membuat program, buat *home sharing*, buat BOP, dsb. secara otomatis jaringan kecil akan tumbuh menjadi besar. Membuat jaringan besar itu tidak sulit misal mencari 1000 orang untuk jaringan dalam waktu 10 bulan tidaklah sulit jika anda berkomitmen saja misalnya mencari 1 orang dalam 1 hari pasti pada bulan ke 10 pasti lebih dari 1000. Tapi yang pasti sudah teruji.

Kita harus menjadi *upline* yang dicintai :

1. Biarkanlah *downline* merasakan bahwa benar-benar kita mencintai mereka
2. Biarkan mereka merasakan bahwa kita memiliki kemampuan lebih baik
3. Mendampingi mereka dalam keadaan sulit

Bagaimana kita menjadi seorang pemimpin yang disegani, yang diberikan respek oleh para *downline* tapi sisi lain kemampuan kita minim. Contoh misal : kita bukan pendidikan tinggi tapi kita pendidikan rendah. Atau penampilan tidak menyakinkan misalnya. Latar belakang sosial rendah misalnya, atau latar belakang ekonomi minim sekali alias miskin.

Dalam bisnis ini kita bisa melakukan perubahan yaitu dengan cara :

1. Anda harus bisa menjadi seorang pengikut yang setia yakni *good leader is good follower*. Tidak masalah karena orang yang join di K-Link ini bukan hanya orang berintelektual tapi rata-rata orang yang bermasalah dalam bisnis ini karena 90% orang yang sukses menjadi *crown ambassador* adalah orang yang bermasalah dalam bisnis ini.
2. Dengan ketulusan membuat *downline* simpatik dan dekat dengan anda. Yakni membangun hubungan atau komunikasi terus kita bangun, jangan pernah berharap sukses dengan waktu yang singkat karena di bisnis ini membutuhkan proses untuk maju. Yakni mulai dari 0%.
3. Melakukan *basic action* yaitu di dalam K-Link melakukan segitiga S yaitu: Sikap, *Service* dan *Sponsoring*.
4. Bertindak secara proporsional dan tidak muluk-muluk. Yakni dalam bisnis ini kita melakukan dengan kejujuran dan tidak pernah muluk-muluk.
5. Terus-terus belajar dan jangan pernah merasa diri kita sudah matang. Yakni jarang pernah anda merasa pintar walaupun para peringkat yang tertinggi sekalipun kita tetap harus berjiwa besar dan rendah hati. Dengan rendah hati kita akan terus belajar terus belajar dan meningkatkan kemampuan diri kita.

Bpk. Henri Rikianto (*Royal Crown Ambassador*)

BUILT TO THE LAST

Saya masih ingat ketika 5 tahun yang menjadi pegawai bank di suatu perusahaan. Bahwa pada waktu betapa susahnyanya saya, utang dimana-mana karena membayar tagihan kartu kredit yang terus membengkak dan setiap pagi saya harus berangkat bekerja dari jam 6 hingga 6 sore terus begitu setiap harinya dan kehidupan itu membuat saya hampa dan bosan menjalaninya. Akhirnya berkat penawaran dari seorang teman saya yaitu sekarang menjadi *upline* saya: Bpk. Sumaryanto (*Crown Ambassador*) tentang bisnis K-Link saya bisa merasakan kenikmatan yang betul-betul bebas untuk mewujudkan impian saya selama ini yang saya impikan dari dulu-dulu, mungkin tanpa beliau saya tidak akan bisa merasakan kenikmatan dan hasil seperti sekarang ini.

Menurut Robert Kiyosaki dan Donald Trump mengatakan bahwa anda tidak bisa mengharapkan dari pemerintah, untuk mengharapkan kehidupan anda untuk berubah dan kita bisa mengharapkan pemerintah untuk itu. Akan tetapi kita harus berjuang untuk keluarga dalam usaha ini untuk memperjuangkan perekonomian keluarga anda, saudara anda.

Yang pertama untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan khususnya untuk memperjuangkan kehidupan anda yaitu :

Build to last

Artinya bahwa bisnis K-Link ini adalah sebagai pilihan terakhir dalam hidup kita (*evergreen business*).

Apa yang anda butuhkan tentang idealnya sebuah usaha masa depan di K-Link :

1. Modalnya kecil

Yakni dengan anda join di K-Link sebesar 190 ribu, anda akan mendapatkan produk sekaligus modul-modul untuk menjalankan bisnis ini. Berbeda dengan bisnis lain seperti : kontraktor, usaha perkebunan pasti tidak cukup dengan modal 190 ribu.

2. Resiko kecil

Resiko memang tidak besar karena hanya membutuhkan keberanian dan keyakinan untuk maju dan siap untuk ditolak.

3. Tempat fleksibel
4. Waktu fleksibel
5. Tidak membutuhkan keahlian khusus, namun ada sistem

Jadi di K-Link apapun latar belakang kita tidak jadi masalah asalkan kita bisa mengikuti sistem yang ada di K-Link, saya yakin anda pasti bisa untuk menjadi *Crown Ambassador*.

6. Potensi penghasilan tidak terbatas (besar)

Inilah yang di inginkan oleh kita semua yaitu dengan usaha yang keras anda pasti akan mendapatkan hasil yang maksimal dan penghasilan yang tidak terbatas tentunya dan dalam bisnis ini tidak perlu modal besar akan berpenghasilan besar, di K-Link tidak begitu.

Kita harus bisa menanamkan prinsip kepercayaan untuk mengembangkan bisnis ini :

1. Percaya dengan perusahaan

Anda didalam bisnis ini bukan karyawan tetapi anda adalah partner K-Link , anda adalah Partner seluruh distributor K-Link. Jadi disini anda bukan karyawan tetapi pemilik dari perusahaan PT. K-Link.

Sekilas tentang K-Link itu sendiri, bisnis ini didirikan oleh Mr. Daren Goh di Kuala Lumpur, Malaysia pada tahun 2000. Bisnis ini adalah bisnis *network marketing* paling cepat di dunia yang telah beroperasi lebih dari 60 negara di dunia.

K-Link memiliki ratusan produk yang unik, berkhasiat dan inovatif perusahaan yang tidak mempunyai hutang.

PT. K-Link Indonesia telah menghasilkan lebih dari 20.000 *distributor* yang telah memiliki penghasilan minimal Rp. 1 juta/bulan dalam 5 tahun terakhir ini.

Cooperate culture atau *corporate spirit* K-Link : (3i)

Initiative (membuat rencana)

Inovative (sikap untuk perubahan, memajukan team, dan memecahkan record)

Informative (mencari informasi untuk berkembang)

5 *sense* yang dimiliki oleh K-Link

a. *Sense of vision*

Sebagai leader harus mempunyai visi yang jelas, K-Link adalah bisnis yang sederhana untuk mencapai kesuksesan.

b. *Sense of mission*

Misinya harus jelas, dan 100% miliarder dengan cara *global player* (*leader*)

c. *Sense of recognition*

d. *Sense of appreciation*

e. *Sense of belonging*

Rasa saling memiliki konsep *unity is power* yaitu : 1 *vision*, 1 *mission*, dan 1 *system*)

2. Percaya dengan *support system* : K-System

- Sebuah organisasi dunia satu-satunya yang memberikan : *support system* yang berasosiasikan dengan K-Link International.
- Sebuah sistem yang memungkinkan anda berada pada kuadrant B kanan.
- Sistem pendukung global dalam bisnis K-Link anda, menyelenggarakan pertemuan dan seminar di seluruh penjuru Indonesia dan *internasional*.
- Mengeluarkan materi training dan material pendukung bisnis (alat-alat kaset, buku, alat presentasi, dsb)
- Memberikan pelatihan strategis bisnis mutakhir, goal individu dan kerjasama team (*unity*)
- Memberikan pelatihan pengembangan diri dan kepemimpinan

3. Percaya dengan *line of sponsorship* : *upline* kita sendiri

Upline kita adalah orang yang paling siap melatih kita karena mereka berpengalaman dan telah berhasil membuktikan lewat usaha ini. Serahkan

diri anda pada konsultan yang tepat yang akan membimbing dengan hati dan integritas, serta komitmennya tidak diragukan lagi.

4. Percaya, anda juga bisa sukses

Berikan kesempatan untuk diri kita agar tumbuh dan berubah di tahun 2008 ini bersama K-Link dan K-System. Berani membuat keputusan serta menetapkan sasaran yang jelas, dan jadilah mercu suar, bukan menjadi penunjuk arah angin.

Dengan begitu jika bisa menerapkan prinsip tadi, saya yakin anda bisa menuju peringkat *Crown Ambassador* bersama saya.



Bpk. Rivai Djatmika (*Senior Crown Ambassador*)

LEADERSHIP BY EXAMPLE

Jalan wisata belanja di Yogyakarta, Malioboro, telah menjadi saksi bisu perjuangan untuk bertahan hidup. Setelah saya gagal masuk universitas negeri pada tahun 1992, saya memutuskan untuk berjualan kerajinan tangan di Malioboro. Perhitungan saya, tadinya dengan berjualan ini saya bisa menabung untuk biaya kuliah, namun sayangnya hanya sebatas asa.

Untuk pertama kalinya pada tahun 1993, saya berkenalan dengan bisnis multi level, mungkin pada saat itu secara *financial* saya belum mencapai kesuksesan, namun saya mengaku mendapat pelajaran dan pengalaman berharga yang saya nilai setara dengan pendidikan di universitas. Ilmu yang saya dapatkan dari pendidikan ala MLM justru menginspirasi saya untuk menjalani bisnis konvensional yang derajatnya lebih baik ketimbang berdagang kaki lima. Mulai dari buka konter HP, bergerak di bidang jasa keuangan, sampai terakhir di tahun 2001 saya menjalankan usaha sebagai *supplier* genteng metal.

Saya mengakui dengan usaha tersebut menghasilkan *income* yang lumayan, namun saya harus mengakui keterbatasan ilmu bisnis yang saya miliki bukan membawa kesuksesan yang baik malah membuatnya menjadi hancur.

Tahun 2003 semua bisnis saya hancur total, asset berupa rumah, kendaraan dan beragam investasi amblas untuk melunasi hutang-hutang saya. Akhirnya saya harus berputar otak untuk membiayai kehidupan keluarga saya. Setelah dipikirkan akhirnya saya mencoba usaha kuliner yakni berjualan ikan bakar. Namun lagi-lagi usaha saya hancur, dan sampai bulan desember saya nggak bisa bayar kotrakan, apalagi anak saya sudah harus segera masuk TK, dan saya berfikir kalau saya hanya mengandalkan dengan berjualan ikan bakar, maka saya tidak akan bisa menyekolahkan anak saya.

Dalam keadaan terdesak akhirnya saya berfikir dan tidak punya pilihan untuk mencari bisnis yang minim modal namun hasilnya maksimal. Akhirnya saya menemukan K-Link pada januari 2004 dan saya memutuskan untuk *full time* menjalani bisnis MLM di K-Link.

Ingin Sekolahkan Anak

Bisnis MLM memang menjadi solusi saya atas masalah *financial* yang membelit saya. Hanya dalam waktu empat bulan, saya telah mencapai peringkat *Emerald* dengan *income* Rp. 13 juta sebulan. Maka semakin mantaplah keyakinan saya karena impian saya saat itu saya ingin sekolahkan anak, saya harus melunasi hutang-hutang saya yang sedemikian besar.

Didukung penuh oleh *upline* dan *support system* tunggal K-Link yaitu K-System. Saya berhasil mengembangkan bisnis bahkan sampai ke luar kota. Perjuanganpun terus berlanjut, setelah saya bergabung 1,5 tahun bergabung akhirnya pada bulan mei 2004 saya meraih peringkat yang diidam-idamkan seluruh mitra K-Link yakni *Crown Ambassador* dan sekarang saya memiliki gelar *Senior Crown Ambassador* dan tinggal selangkah lagi saya mencapai puncak.

Sekarang memang saya sedang menikmati masa jaya saya, akhirnya jalan mencapai kesuksesan berjalan mulus, kerikil tajam dan jalan berkelok-kelok pun telah saya lalui. Memang awalnya sebelum sampai sekarang ini saya harus mengorbankan keluarga saya untuk pergi keluar kota dalam mengembangkan jaringan. Tapi sekarang semua telah terbayar lunas, karena sekarang saya memiliki kurang lebih sebanyak 65 ribu *downline* saya tersebar di seluruh Indonesia.

Terdesak

Saya akui memang untuk memulai bisnis MLM ini awalnya dengan penuh keterpaksaan, apalagi saat itu saya benar-benar pailit. Beruntunglah saya bertemu dengan *upline* yang terus memberi semangat saya untuk maju. Awalnya waktu mau menjalankan bisnis ini, saya bilang ke *upline*, saya tidak punya modal, namun kata *upline* saya bisnis ini modalnya bukan uang tapi kemauan dan impian. Akhirnya dengan modal terbatas saya menyusun strategi. Yakni saya mulai dengan menjual satu produk, dan keuntungan yang diperoleh kemudian saya sisihkan untuk selanjutnya dibelikan dua produk, lalu dari dua menjadi tiga dan begitu seterusnya. Sampai akhirnya saya berfikir kalau hanya menjual produk saja ini Cuma merupakan bagian terkecil dalam bisnis MLM, bagian terbesarnya

adalah membangun jaringan yang solid, akhirnya saya memutuskan untuk menjalaninya.

Bisnis MLM memang masih belum mendapat tempat di hati masyarakat. Hal ini tentu berpengaruh bagi pelaku bisnis MLM dalam mendekati prospek. Saking seringnya, penolakan bagi pelaku bisnis MLM adalah hal biasa. Bagi saya tantangan terbesar dalam menjalankan bisnis MLM datang dari diri kita sendiri. Saat menghadapi penolakan dan tanggapan miring dari orang lain kalau kita nggak punya impian besar maka kita akan terpengaruh dengan anggapan itu, tapi kalau impian kita kuat maka kita akan terus berjalan. Seperti hukum alam yang patut diingat adalah semakin besar impian, semakin besar tantangan yang akan dihadapi, dan itu murni sebuah konsekuensi logis.

Komitmen Menjalani Proses

Berhasil tidaknya seseorang dalam dunia MLM tergantung pada seberapa besar komitmen yang dimilikinya. Hal ini bisa dilihat dari kesiapan individu melewati proses panjang dan keras dalam membangun bisnis MLM. Memang harus dicatat bahwa kegagalan bukan hanya terjadi dalam dunia MLM saya, contoh : ibaratnya dari 10 tukang bakso paling sukses hanya dua atau tiga orang saja.

Nah, bisnis MLM berarti bisnis untuk membantu banyak orang maka kesesuaian secara pribadi dengan downline itu penting, artinya kita tidak akan langgeng menjalankan bisnis MLM kalau orientasinya hanya mensejahterakan diri sendiri. Akan tetapi haruslah berorientasi kepada group atau jaringan dalam bisnis anda. Hal saya buktikan dengan mencetak 40 orang *downline* saya yang memiliki penghasilan 10-100 juta sebulan dan saya berhasrat menutup tahun ini dengan mencetak 100 *downline* untuk meraih *income* di atas 10 juta per bulan.

Saya tidak pernah menerapkan strategi macam-macam dalam membangun jaringan tetapi melalui sikap dan perbuatan seorang pemimpin yang baik, saya menjadi panutan bagi anggota jaringan saya. Saya percaya *leadership by example* jauh lebih efektif. Kita bukan bos di bisnis ini, tapi kalau kita mampu memberi contoh sedang berjuang dengan impian kita, mereka akan berjuang juga untuk impian mereka. Karena seorang pemimpin diikuti karena mampu memberi

contoh. Selain itu juga kita harus membangun hubungan emosi dan menjaga komunikasi dengan *downline* menjadi faktor pendukung serta memberikan contoh kepada mereka dan membantunya.

Raih Kebebasan Waktu

Dengan Kebebasan *financial* yang telah saya gapai sekarang, sebuah rumah senilai 2 miliar berdiri kokoh di Yogya, mobil pribadi pun telah tersedia untuk mengakomodir semua aktivitas istri dan buah hati tercinta. Saya bersyukur benar setelah apa yang saya dapatkan sekarang, karena meraih penghasilan seperti ini tidak pernah tersirat dalam benak saya. Namun lebih dari sekedar kaya harta lebih berharga lagi karena saya mampu membantu banyak orang untuk meraih kesejahteraan hidup. Semua berpangkal pada ketulusan hati, yakni seberapa mampu kita membantu orang lain tanpa pamrih walaupun akhirnya mereka dapat lebih dari apa yang kita dapat.

Saya juga sering merekomendasikan *downline* saya yang sudah memiliki prestasi yang baik, karena di K-Link hal ini dilakukan untuk membakar semangat mereka dan saya juga bangga ketika melihat *downline* saya mampu membeli rumah atau mobil yang lebih mahal dari yang saya punya, atau ketika *recognition day* mereka mampu tampil di atas panggung dan mendapatkan penghargaan serta menyebut nama saya sebagai orang penting dalam keberhasilannya membangun bisnis MLM, itu bahagia yang tidak terbayar oleh apapun. Yang lebih utama dari semua itu, saya sekarang memiliki waktu yang banyak buat keluarga, karena itulah istimewanya dalam bisnis MLM, kebebasan *financial*, dan kebebasan waktu yang begitu bernilai harganya secara bersamaan bisa direguk.

Bpk. Ir. Andi Machmud (*Crown Ambassador*)

MLM INVESTASI MENGGIURKAN

Jauh sebelum saya menekuni bisnis MLM, saya bekerja *full time* di jalur konvensional. Saya sibuk sekali menjadi seorang kontraktor, karena pada waktu itu saya memang serius sekali di usaha konvensional. Sampai-sampai keluarga pun ditinggal. Memang perbedaan usaha konvensional dengan bisnis MLM terlihat dari sisi *financial*-nya, yakni kalo bisnis MLM modal kecil dan konvensional sebaliknya dan kalo bicara soal bisnis jangka panjang, *networker* bisa mencapai *passive income* paling lama lima tahun. Sementara di bisnis konvensional, sulit mencapai titik impas dalam tempo singkat.

Bisnis MLM adalah investasi yang dibangun untuk jangka panjang. Bila sudah mencapai *passive income*, seorang *networker* bukan hanya mencapai kebebasan *financial*, tetapi juga kebebasan waktu. Artinya : bila usaha ini semakin besar, hasilnya semakin banyak pula, dan waktu yang kita miliki juga makin banyak, yang bisa kita manfaatkan untuk kegiatan yang kita sukai.

Mengenai peringkat yang saya capai di K-Link mempunyai sarat makna. setidaknya, *Crown Ambassador* adalah salah satu peringkat bergengsi yang patut didapatkan oleh orang-orang yang mau berinvestasi dan berkorban.

Sejak awal main MLM, saya sudah sadar bahwa untuk membangun sebuah investasi butuh pengorbanan. Makanya sewaktu saya mengalami hambatan menjalankan bisnis ini, buat saya itu bukan kegagalan. Tapi adalah proses belajar. Konsekuensi dalam membangun sebuah usaha, jatuh bangun itu sebetulnya hal biasa. Intinya yang penting ketika jatuh, kita mau belajar untuk bangkit kembali dan mau belajar dari kegagalan.

Kegagalan hari ini di bisnis MLM adalah pelajaran berharga untuk masa mendatang dan banyak orang yang menganggap kegagalan sebagai perjuangan berat. Tapi buat saya itu adalah pengorbanan yang harus kita bayar. Itu adalah konsekuensi membangun investasi jangka panjang yang menggiurkan.

Jika anda ingin menjadi seorang *leader*, anda harus berani berkorban dari segi waktu, tenaga, dan *financial*. Pengalaman inilah yang menghantarkan saya

mencapai *Crown Ambassador*. Namanya juga membangun investasi untuk bisnis sendiri, kita harus rela berkorban.

Selain berani berkorban, ada satu factor yang tidak dapat saya lupakan terkait dengan perjalanan karir saya di MLM ini. Yakni menyangkut *support system* K-Link, bahwa *support system* K-Link adalah sarana yang membuat proses saya cepat sukses di K-Link. Tanpa *support system*, saya tidak tahu apakah saya bisa mencapai *Crown Ambassador*.

Melalui K-System atau *support system* K-Link. Semua *member* bisa mencapai peringkat *Crown Ambassador*, dengan catatan dia bersedia mengikuti aturan-aturan yang dianjurkan *support system*. Saya tahu, banyak orang-orang K-Link memiliki latar belakang yang berbeda. Sekalipun *background* berbeda, mereka dapat sukses dengan bantuan K-System.

K-System, merupakan mesin pencetak *leader* yang bekerja secara sistematis. K-System memiliki sejumlah modul untuk mencapai tangga kesuksesan. Siapa pun, kalau mengikuti *support system* ini pasti akan sukses di K-Link.

Bisnis Kecil

Awal saya menekuni bisnis ini memang unik, sebelum menyelesaikan program S1 di Universitas Hasanudin jurusan Teknik Sipil ini. Saya bekerja sebagai kontraktor. Profesi saya tekuni sejak tahun 1986 hingga tahun 2004.

Pada tahun 2003, saya menderita kanker usus, asam urat, dan kolesterol. Untuk mengatasi penyakit ini, saya mengonsumsi produk K-Link. Alhamdulillah, atas izin-Nya, saya sembuh. Melalui peristiwa inilah saya hanya tertarik pada produknya, bukan bisnisnya.

Awalnya saya tidak merasa MLM hanyalah bisnis kecil, tidak bisa dijadikan bisnis jangka panjang. Akhirnya saya mulai terbuka, ketika bisnis ini saya jalankan selama setahun, penghasilannya cukup lumayan dan bisa jalan-jalan ke luar negeri. Ternyata bisnis ini bukan bisnis kecil, tetapi bisnis besar, sehingga saya fokus menjalankan untuk jangka panjang.

Saya makin menjalankan bisnis ini karena dipengaruhi beberapa faktor. Pertama, produknya yang bagus, cepat terasa, alami, halal dan harganya

terjangkau oleh semua lapisan masyarakat. Kedua, K-Link memiliki *marketing plan* unik (*double plan*) yang memberikan bonus global. Ketiga, jajaran manajemen K-Link berpengalaman dan memiliki visi global serta transparan. Dan keempat, K-Link memiliki sistem pendidikan terpadu, sehingga siapa pun yang menjalankannya, tanpa mengenal latar belakangnya, bisa sukses.

Sekalipun saya telah mencium bisnis di K-Link sebagai bisnis besar, tetapi pada mulanya saya tidak mudah menyakinkan keluarga dan orang-orang terdekat saya. Tapi setelah mereka merasakan manfaat dan melihat hasilnya, mereka mendukung sepenuhnya.

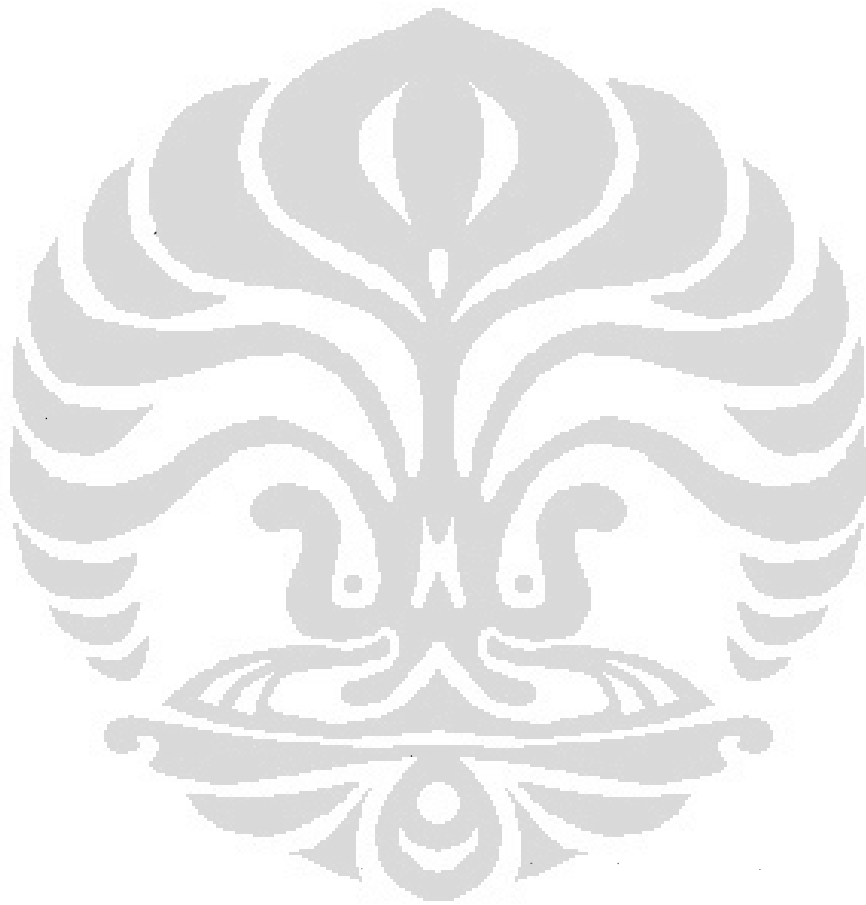
Sikap penolakan juga pernah ditunjukkan oleh teman-teman yang saya temui. Setiap saya menawarkan bisnis K-Link, rata-rata mereka merespon dengan menolak untuk bergabung. Ada juga yang bergabung hanya karena merasa tidak enak hati. Tetapi menghadapi berbagai penolakan itu, saya tetap jalan terus, karena saya yakin ini adalah bisnis bagus.

Akhirnya saya mengambil tindakan untuk melangkah terus bersama K-Link karena saya yakin saya tidak sendirian. Ada *support system* yang mendukung saya dengan memberikan pendidikan paripurna menjalankan bisnis K-Link. Dorongan dan spirit serta kepercayaan yang diberikan tidak pernah henti-hentinya yang datang dari para upline saya yaitu : Santoso Nyoto Kusumo (*Royal Crown Ambassador*), Lie Jemmy (*Crown Ambassador*), A. Moh. Zafril, Ir. Irwansyah (*Royal Crown Ambassador*), Hendri Rikianto (*Royal Crown Ambassador*) dan para *leaders* lainnya. Prinsip saya, kalau mereka bisa sukses, maka saya pun pasti bisa sukses.

Membantu Masyarakat

Berangkat dari pengalaman untuk mengikuti jejak para *upline*, saya berharap bisnis K-Link bisa membantu masyarakat mencapai kehidupan yang gemilang. Khususnya para *downline* saya sekarang, saya ingin mengajak mereka untuk berjuang membebaskan keluarga mereka dari kemiskinan dan mencapai kehidupan yang lebih baik dan saya juga merekomendasikan *downline* saya yang memiliki prestasi yang baik dalam mengembangkan jaringan dan mendapatkan penghargaan seperti acara *recognition day*. Hal ini saya lakukan guna untuk

memberikan semangat dan motivasi kepada mereka agar mereka bisa menjadi seperti saya untuk tampil di panggung kemenangan.



Bpk. Ahmad Firman Santoso (*Crown Ambassador*)

FOKUS PADA TUJUAN

Hidup memang keras. Kalau mau *survive*, harus berjuang. Apalagi kalau lahir dari keluarga yang secara *financial* kurang beruntung. Pekerjaan sebagai tukang pijat pernah saya jalani demi menyambung hidup. Waktu 24 jam sehari tak mau saya sia-siakan. Pagi hari saya berperan penjual Koran, siang sampai malam peran saya berganti menjadi tukang pijat. Dari kampung ke kampung, sampai hotel ke hotel di kota Yogyakarta. Saya jalankan keahlian saya selama bertahun-tahun.

Tertipu Tanda Terima

Bapak Rivai Djatmika ialah yang mengenalkan saya dengan bisnis MLM sekaligus mengenalkan K-Link di tahun 2003. Ternyata bujukan beliau ampuh sekali, hingga saya tertarik walau pertama hanya sebatas memasarkan produk tanpa menjalankan bisnisnya.

Sembari memijat pelanggan, saya juga sering menawarkan produk K-Link. Sampai suatu hari saya diminta untuk menandatangani sebuah kertas yang dikira saya sebagai tanda terima pembelian produk K-Link oleh *upline* saya (Bpk. Rivai). Di kemudian hari baru saya menyadari bahwa yang saya tandatangani adalah formulir *member* K-Link.

Dari situlah saya merasa ditipu dan semenjak itu saya meninggalkan bisnis MLM ini, bahkan pantang bagi saya mendengar kata-kata K-Link karena pada saat saya tanda tangan, saya tidak tahu kalau itu formulir, saya pikir hanya tanda terima saja. Satu bulan kemudian beliau (Rivai) datang dan mengucapkan selamat kepada saya karena telah resmi menjadi anggota K-Link. Karena saya sudah merasa tertipu sebelumnya, saat itu saya marah kepada beliau, dan sejak itu saya putus hubungan dan stop untuk tidak lagi menjual produk K-Link.

Arti Pertemuan MLM

Di dalam kemarahan saya waktu itu, diam-diam saya tetap mengamati perkembangan bisnis beliau (Rivai). Saya melihat, ternyata makin hari tarap kehidupan beliau makin baik.

Melihat keberhasilan beliau, bukan malah membuat saya terpicu untuk kembali menjalankan bisnis ini. Justru malah melambungkan sikap antipasti saya kepadanya. Saya memandang beliau (Rivai) sebagai orang sukses yang sombong.

Sampai suatu hari di sebuah pengajian saya disadarkan oleh Pak Ustad yang mengatakan kepada saya : “Tuhan itu benci pada orang kaya yang sombong” seketika itu saya langsung teringat beliau (Rivai), serta merta saya bilang ke Pak Ustad, saya punya teman seperti itu. Tapi kemudian Pak Ustad mengingatkan bahwa Tuhan itu lebih benci sekali kepada orang miskin yang sombong. Nah, kalimat itu yang menyadarkan saya ternyata saya termasuk orang miskin yang sombong.

Sejak itu saya memutuskan untuk kembali ke dunia *multi-level* dan menyerahkan diri saya sepenuhnya ke tangan beliau (Rivai) untuk diajarkan bagaimana membangun bisnis MLM yang tepat. Sayangnya, saya masih setengah hati membangun dinasti bisnis MLM ini. Awalnya saya paling malas datang ke pertemuan yang diadakan K-Link. Ada saja alasan saya untuk menolak beliau (Rivai) untuk datang ke pertemuan.

Namun dengan cerdik, beliau selalu saja berhasil membuat saya datang ke setiap pertemuan, sampai suatu saat saya diajak menghadiri acara *Best Of The Best* K-Link yang berlangsung di kota bogor. Kontan saya menolak ajakan tersebut. Selain karena saya tidak ada biaya, saya juga tidak tega meninggalkan istri saya yang sedang hamil saat itu.

Akhirnya saya bilang kepada beliau, bahwa saya hanya punya uang Rp.150 ribu saat itu dan beliau mengambil uang saya untuk biaya ke bogor, jadi saya terpaksa ikut ke bogor.

Karena berangkat dengan setengah hati, saya memang sedikit kesal dengan cara beliau yang terkesan memaksa. Sepanjang perjalanan dengan kereta api menuju Jakarta, saya tidak mau melihat wajah beliau (Rivai). Sampai-sampai tercetus ide di benak saya untuk turun diam-diam sesampainya di Cirebon.

Karena saya pikir untuk sampai di Cirebon sekitar pukul 2.00 pagi, dan perhitungan saya beliau pasti tidur. Maka pada saat itu saya berencana untuk meninggalkan beliau (Rivai). Eh ternyata malah saya yang ketiduran, dan bangun-bangun saya sudah sampai Jakarta. Mau gak mau deh saya ikut pertemuan itu.

Apesnya lagi, selama *Best Of The Best* K-Link, saya selalu dapat marahan dari sang mentor yang membimbing saya. Tak habis akal, saya juga menyalurkan kekesalan saya kepada beliau karena kata beliau pertemuan ini sangat bagus.

Setelah dua hari mengikuti acara tersebut, saya disadarkan akan potensi yang terpendam dalam diri saya. Baik sikap dan karakter positif mulai saya bangun. Pertemuan itu yang menjadi momen berharga yang mengubah hidup saya dan dari pertemuan itu saya mulai bangkit dan percaya diri bahwa saya hebat, cuma saya tidak mampu memaksimalkan potensi saya sendiri. Maka dari situlah saya mulai presentasi, saya mulai mengubah penampilan dan terus saya beli dasi di malioboro Rp.10 ribu dapat tiga.

Makin Ditolak Makin Bagus

Akhirnya saya mulai membangun bisnis MLM ini. Masalah klasikpun mulai berdatangan yang selalu menghampiri bisnis MLM ini. Seperti penolakan dari orang yang ingin diprospek. Tetapi saya mampu menanggapi setiap penolakan sebagai sebuah pertanda baik bagi kecemerlangan bisnis saya kelak.

Semakin saya sering ditolak, maka kesempatan sukses saya makin terbentang luas. Memang pada awalnya saya presentasi ke lima orang, ditolak semua. Presentasi berikut, saya ditolak enam orang, tapi yang gabung tujuh orang. Semakin ditolak maka semakin bagus. Tiap hari saya tulis berapa kali saya ditolak dan saya senang. Saya bahkan punya target, minimal seribu kali ditolak.

Penghasilan Menteri

Optimisme-lah yang mengiring perjalanan saya membangun bisnis MLM ini telah membuahkan hasil manis. Gelar *Crown Ambassador* yang di nanti-nanti akhirnya telah saya raih dan sepuluh ribu jaringan saya telah tersebar di seluruh penjuru Indonesia.

Dengan penghasilan sebulan yang melebihi penghasilan menteri, saya sekarang mampu membangun rumah bagi orang tua saya. Saya juga bisa membeli rumah sendiri dan membeli mobil pribadi untuk mengembangkan bisnis ini.

Memang kesabaran dan fokus menjadi dasar saya dalam menjalankan bisnis MLM ini dan saya berprinsip harus bisa menyelesaikan segala sesuatu yang sudah saya mulai. Yakni kunci kesuksesan saya : yakin pada diri sendiri, yakin kepada upline, karena upline tidak akan menjerumuskan kita. Percaya kepada sistemnya, kalau di K-Link namanya K-System, saya ini murni produk K-System. Selain itu yakin kepada Tuhan Yang Maha Esa, Karena semua pertolongan datangnya dari dia.

Begitulah hasil manis yang bisa dikecap oleh saya sebagai seorang mantan tukang pijat dan lebih dari itu saya sekarang lebih bahagia, karena bisnis MLM ini telah membuat saya bisa lebih dikenal dan dihargai oleh banyak orang di berbagai daerah.

