BAB III

PELAKSANAAN KOMUNIKASI PEMASARAN ISLAM DAN PEREKRUTAN ANGGOTA BARU DI PERUSAHAAN *MULTI LEVEL MARKETING* K-LINK SURABAYA

A. Gambaran Umum *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya

1. Sejarah Berdirinya K-Link Surabaya

K-Link Surabaya ada sejak tahun 2006, stockis K-Link yang pertama kali didirikan di Surabaya berada di Jl. Raya Kali Rungkut I-III Blok Q.23 Ruko Rungkut Megah Raya oleh bapak Handoko Nyoto Kusumo, kemudian karena terdapat masalah internal maka stokist yang di Rungkut ditutup dan pindah ke Jl. Bengawan No.32 Surabaya sebalah Taman Bungkul dan dimanageri oleh bapak Satrijo. K-Link di Surabaya sudah cukup berkembang, anggotanya > 4000 member per akhir November 2015.[1]

Melalui produk yang berkualitas dan inovatif, skema pemasaran yang dinamis serta program latihan yang diterapkan melalui satu system, K-System membawa setiap usahawan K-Link menelusuri jalur pendidikan yang profesional yang 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 pentas dunia, satu misi yaitu melahirkan usahawan *multi level marketing* yang berdisiplin, berilmu,

[1]Satrijo (Manager stockist), *K-Link Surabaya ada sejak tahun 2006,*Di Stockist K-Link Surabaya. 10-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

berdedikasi serta peduli kepada yang lain dan satu support sistem yang teratur, mudah diduplikasi serta menyatukan setiap usahawan K-Link walau di negara manapun mereka berada. K-Link akan menjadi sebuah institusi yang akan melahirkan lebih banyak orang yang berhasil dengan kehidupan yang lebih sehat dan bahagia.[2]

Misi K-Link Indonesia adalah untuk mewujudkan jaringan usaha ditingkat Internasional dalam memenuhi komitmen serta bertanggungjawab terhadap para pengguna, usahawan, karyawan, pemegang saham dan rekan usaha dalam menjalankan kewajiban dan tanggung jawab kepada masyarakat dan negara.[3]

Produk-produk K-Link didemokan langsung di kantor-kantor stockis K-Link dalam acara BOP*(Business Orientation Presentation)* yang rutin diadakan setiap minggu oleh K-Link melaui stockis-nya. Di kantor stockist center Surabaya diadakan setiap Selasa malam pukul 19.00, dan juga pada acara rutin yang diadakan tiap bulan.[4]

2. Prinsip dan Falsafah K-Link

Prinsip dan Falsafah K-Link adalah mewariskan rasa kasih sayang dan kemanusiaan dari abad yang telah lalu. Kemanusiaaan dan teknologi maju dari dua abad tersebut akan bersatu dan menghasilkan manfaat-manfaat yang luar biasa, dimana K-Link memimpin para usahawan agar dapat membangun perekonomian pada abad ke-21 ini. Iniakan membantu

[2]Starter Kit K-Link *Tentang Perusahaan*, 5.
[3]Ibid.
[4]Achmad Soyuz Yamis *(Emerald Manager)*, *Produk-produk K-Link didemokan langsung*, stockist K-Link Surabaya, 14-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

membangun usaha antara bangsa yang kokoh serta membangun perniagaan di seluruh dunia.[5]

Pertimbangan K-Link dalam membina bisnis global adalah jelas yaitu member arahan dan dukungan penuh kepada para usahawan untuk mengembangkan K-Link International ke pasar International. Selain memberikan kesadaran tentang arti kesehatan dan kecantikan , K-Link juga berharap dapat memainkan peranan penting dalam bisnis penjualan secara global untuk memenuhi wawasan menjadi perusahaan penjual langsung yang bertaraf international. Maka perlu menanamkan semangat bermurah hati, keberanian, ketekunan dan perencanaan yang baik.[6]

Sebagai perusahaan penjual langsung yang bersemangat kuat, unggul dan berstrategi, K-Link International juga dilengkapi dengan wawasan yang luas dan manajemen yang berkonsepkan profesionalisme. Manajemen dan para usahawan bergandeng tangan dalam mencapai budaya 3 yaitu Inisiatif, Informatif, dan Inovatif. Bersama itu, K-Link jugamemenuhi 5 prinsip yaitu, misi, wawasan, penghargaan, pengakuan dan keanggotaan untuk membina keluarga dari seluruh pelosok dunia.[7]

Salah satu sumber utama wawasan menjadi kenyataan ialah rangkaian produk-produk yang unggul, harga produk yang terjangkau dan produk-produk kesehatan dan kecantikan ke seluruh dunia. K-Link

[5]Starter Kit K-Link tentang Perusahaan, 3.
[6]Ibid.
[7]Ibid..., 4.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

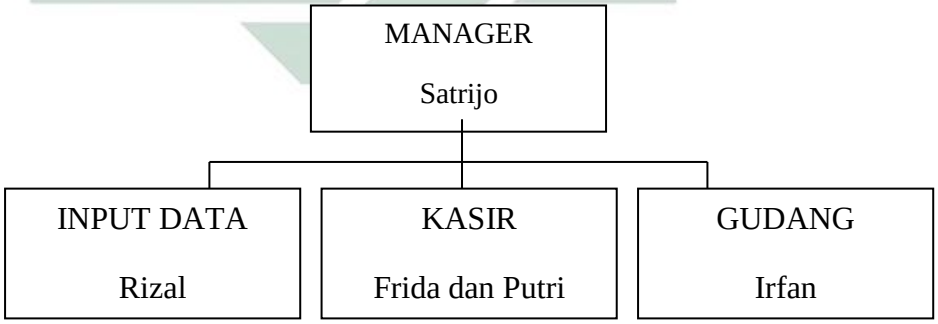
berharap lebih banyak orang bergabung bersama K-Link International untuk saling membantu dalam mengekalkan gaya hidup yang sehat.[8]

Falsafah K-Link International akan diselaraskan berdasarkan budaya, bangsa, adat, agama, usia, dan latar belakang pendidikan. K-Link membangun budaya saling mengasihi diantara para usahawan dan pihak managemen dengan menanamkan sifat keikhlasan, keyakinan, dan kemauan. K-Link International memberikan kaedah "Win-Win" yang akan menjadikan para usahawan menjadi pemimpin yang terpandang di pentas international. K-Link International telah membuktikan bahwa K-Link International telah banyak meningkatkan taraf hidup banyak orang.[9]

3. Struktur Organisasi Stockist K-Link Surabaya

Struktur organisasi Stockis di Jl. Bengawan no.32 Surabaya dapat dilihat pada gambar berikut:[10]

Gambar 3.1
Struktur Organisasi Stockist K-Link Surabaya



[8]Ibid.
[9]Ibid.
[10]Rizal Mustofa Aris (Pegawai Stockist)), *Struktur organisasi pada stockis*, stockist K-Link Surabaya, 16-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Uraian tugas dari setiap bagian dalam struktur organisasi diatas sebagai berikut:

a. Manager Stockis

1) Sebagai koordinator semua kegiatan yang telah dilaksanakan
2) Mengevaluasi semua kegiatan yang telah dilaksanakan
3) Menerapkan dan mengesahkan kebijakan yang menyangkut eksistensi stockist surabaya.
4) Melaksanakan pemeriksaan yang meliputi seluruh aspek kegiatan manajemen keuangan dan oprasional agar pengelolahan dapat dilaksanakan secara efektif dan efisien.

b. Input Data

1) Memasukkan poin member dari jumlah pembelian

c. Bagian Kasir

1) Bagian kasir yang bertatap muka langsung dengan distributor.
2) Menghitung uang hasil penjualan dan bertanggung jawab atas uang yang masuk.
3) Melaporkan hasil penjualan harian
4) Bagian kasir akan melaporkan pada bagian gudang apabila stok barang pada rak depan kurang atau habis.

d. Bagian Gudang

1) Bertanggung jawab atas pengadaan barang apabila stok barang dibagian kasir dan gudang habis.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Bertanggung jawab atas barang yang di gudang dan pengiriman barang kebagian kasir.
3) Melakukan *stock of name* tiap hari atas barang yang masuk maupun keluar.
4) Pemeliharaan atas barang.

B. Komunikasi Pemasaran Islam Di Perusahaan *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya

Komunikasi pemasaran Islam yang diterapkan oleh K-Link dalam di antaranya:

1. Jujur ketika mengkomunikasikan produknya.

   Di *stockist* K-Link Surabaya terdapat acara BOP *Business Orientation Presentation)* yang diadakan setiap hari Selasa[11], Disana para calon anggota member akan ditunjukan gambaran umum bisnis K-Link, bagaimana cara kerja K-Link, bagaimana khasiat dari produk-produk K-Link. Pengisi acara memaparkannya dengan bukti-bukti yang ada dengan gaya pemasaran yang di duplikasi dari *upline-upline* di atasnya.

2. Bertanggungjawab terhadap *downline*nya

   Dalam *multi level marketing* K-Link, istilah merekrut orang biasanya di sebut mensponsori, seorang *upline* ketika dia berhasil mengajak orang

[11]Ahmad Muzamil (Manager). *Di stockist K-Link Surabaya terdapat acara BOP*. Stockist K-Link Surabaya. 16-Desember-2015

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ikut serta dalam anggota jaringannya, lantas tidak langsung dilepasakan begitu saja, akan tetapi dia memiliki tanggung jawab untuk membimbing *downline*nya agar bisa berkembang. [12]

3. Cerdas dalam menentukan strategi pemasarannya

   Para pelaku bisnis *multi level marketing* K-link selalu berusaha berinovasi dalam menentukan strategi pemasarannya. Salah satu contoh bagaimana para pelaku bisnis *multi level marketing* K-Link mempunyai inovasi–inovasi baru dalam mengkomunikasikan produknya tanpa harus berbohong adalah dengan mendemokan khasiat-khasiat dari produknya yang sudah terbukti seperti pada produk K-Liquid Chlorophyll. Pada acara BOP produk K-Liquid Chlorophill didemokan dengan perbedaan sebelum dan sesudah meminum K-Liquid Chlorophill dengan percobaan 4 orang laki-laki mengangkat orang yang beratnya 90 kg. Dan terbukti setelah meminum produk K-Liquid Chlorophyll beban 90 kg jadi lebih terasa ringan diangkatnya.

4. Komunikatif dalam menyampaikan segala sesuatu yang berhubungan dengan K-Link

   Dalam menyampaikan segala sesuatu yang berhubungan dengan K-Link mereka sangat berhati-hati, kadang-kadang untuk mereka yang tidak mampu berkomunikasi dengan baik, mereka meminta tolong kepada

[12]Djoko H Komara, *Buku Kerja Foundation Pack* (jakarta: PT. K-System Indonesia, 2015), 96.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

upline di atasnya untuk menjelaskan segala sesuatu yang berhubungan dengan *multi level marketing* K-Link kepada calon prospeknya.[13]

Berkomunikasi dengan orang lain haruslah dengan sesuatu yang mudah difahami dan mudah diterima oleh akal, bukan berbicara dengan sesuatu yang sulit dimengerti. Dan di K-Link dibuktikan dengan adanya kutipan percakapan antara Ali (Member) dan Novi calon yang akan di prospek pada tanggal 04 November 2015, Di Stockist K-Link Surabaya. Berikut kutipannya:

Tabel 3.1

Percakapan member dan calon prospek

Novi (Prospek)	*Multi level marketing* itu kan *money game*?
Ali (K-Link)	K-Link menggunakan sistem *Marketing Plan* yang baik, sehingga dapat masuk ke dalam APLI (Assosiasi Penjualan Langsung Indonesia) yang merupakan organisasi yang menentang keras perusahaan berkedok *multi level marketing* yang mempraktekkan *money game.*
Novi (Prospek)	Saya tidak punya waktu untuk menjalankan bisnis ini
Ali (K-Link)	Tepat sekali, karena kita tidak harus membuang waktu untuk melakukan *door to door sales.* Melainkan membangun jaringan melalui dua orang yang anda sponsori secara langsung. Dengan sistem jaringan inilah kita dapat menghemat waktu banyak dari pada sistem konvensional. Bahkan jika anda jalankan sistemnya dengan benar dan menduplikasikanya, maka dalam waktu yang idak terlalu lama jika dibandingkan dengan bisnis konvensional, di bisnis ini anda akan memiliki banyak waktu untuk keluarga.

[13]Miftakul Mafrukhin (Ruby Manager), *Meminta tolong kepada upline di atasnya untuk menjelaskan*, Stoclist K-Link Surabaya, 14-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Bentuk Komunikasi Pemasaran *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya

Di *multi level marketing* K-Link bentuk komunikasi pemasaran yang di gunakan adalah *Personal selling*, komunikasi langsung (tatap muka) antara member dan calon prospek dalam untuk memperkenalkan suatu produk kepada calon prospek dan membentuk pemahaman terhadap produk sehingga kemudian tertarik dan ikut bergabung dalam keanggotaanya. *Personal selling* dalam *multi level marketing* K-Link bisa dilakukan sebagai berikut:[14]

1. *Home meeting*

   Presentasi dihadiri lebih dari satu orang yang diadakan dirumah distributor.

2. *One on one presentatiaon*

   Presentasi perorangan yang diadakan dimana saja.

3. *Table presentation*

   Presentasi meja yang dihadiri lebih dari satu prospek yang diadakan di meja, baik meja restoran/warung maupun meja yang disediakan di kantor atau stockist K-Link.

4. *Business Opportunity Presentation*

   Presentasi terbuka yang dihadiri lebih banyak orang, yang diadakan oleh perusahaan. Di ruang presentasi perusahaan, atau yang dikoordinasikan oleh leader K-System atau K-Link di kantor maupun di hotel atau ruang pertemuan.

[14]Djoko H Komara, *Buku Kerja Foundation Pack*..., 82.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

D. Komunikasi Pemasaran Dalam Perekrutan Anggota Baru Di Perusahaan *Multi Level Marketing* K-Link Surabaya

Di K-Link Surabaya ada beberapa komunikasi pemasaran yang digunakan oleh para member agar calon anggota yang diprospek ikut serta bergabung dalam anggota jaringannya. Pertama kali yang harus dilakukan oleh seorang sponsoring adalah:[15]

1. Membuat daftar nama (orang-orang yang akan diprospek)
2. Mengundang/ membuat janji
3. Presentasi, Presentasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:
   a) *Home meeting:* presentasi dihadiri lebih dari satu orang yang diadakan di rumah distributor.
   b) *One on one presentation*: presentasi perorangan yang diadakan dimana saja.
   c) *Table presentation*: presentasi meja yang dihadiri lebih dari satu prospek yang diadakan di meja baik meja restoran/ warung maupun meja yang disediakan di kantor atau stokis K-Link
   d) *Business Opportunity Presentation* (BOP): presentasi terbuka yang dihadiri lebih banyak orang yang diadakan oleh perusahaan di ruang presentasi perusahaan, atau yang dikoordinasi oleh leader K-System atau K-Link di kantor maupun di hotel atau ruang pertemuan.

[15]Rifai Sujadmiko, audio visual *tentang sponsoring*, dokumen K-Link

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti yang dilakukan oleh bapak Rivai Djatmiko, beliau kenal bisnis K-Link dari tahun 2003, waktu itu beliau belum menganal K-Link secara serius, dan mulai tahun 2004 beliau mulai menekuni bisnis K-Link ini dengan bimbingan *upline*-nya. Dan yang pertama kali dia lakukan ketika bertemu dengan orang baru (calon prospek) adalah tersenyum yang beliau sebut dengan pertemuan satu meter tiga puluh detik, kemudian berbasa-basi untuk memecahkan kebekuan, tidak perlu banyak berbicara akan tetapi lebih berusaha menjadi pendengar yang baik. Baru kemudian memancing pertanyaan, dan berikan kartu nama dan minta kartu nama calon yang akan diprospek tersebut.

Selang beberapa hari baru hubungi orang itu kembali dan mengundang untuk bertemu, ketika bertemu, beliau mempresentasikan konsep kesehatan K-Link dan mendemokan produk-produk K-Link (khasiat-khasiat dari produk K-Link). Ada 6 (enam) faktor pengaruh kesehatan manusia, diantaranya:

1. Udara
2. Air
3. Makanan dan minuman
4. Keseimbangan Emosi
5. Olahraga yang teratur
6. Istirahat yang cukup

Serta ada 5 (lima) sumber racun, yakni:

1. Udara tercemar/ polusi udara
2. Air yang tercemar bahan kimia

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Buah-buahan dan sayur-sayuran yang diimpor mengandung bahan racun
4. Obat-obatan dan bahan pengawet dan zat pencerna makanan
5. Daging hewan yang dicemari dengan zat kimia.

Dari permasalahan-permasalahan di atas solusinya adalah dengan konsep kesehatan K-Link yakni "C B A"

1. *Cleansing*

   Membersihkan toksin yang telah menumpuk di dalam tubuh selama bertahun-tahun yakni dengan K-Link Kinotakara. K-Link Kinotakara adalah koyo yang mampu menyerap racun di dalam tubuh yang beredar bersama aliran darah.

   K-Link Kinotakara terbuat dari bahan cuka kayu (resin) pohon sakura, pohon Oak yang dirancng dengan teknologi tinggi. Cuka kayu mampu menyerap toksin, tidak ada efek samping, alami, ramuan tradisional, aroma esensialdan menambah ion negatif. Manfaat dari K-Link Kinotakera diantaranya:

   a) Membantu meringankan nyeri pada persendian
   b) Melancarkan peredaran darah
   c) Membantu memperbaiki kualitas tidur
   d) Membantu menyerap toksin/ racun dari peredaran darah ditubuh.

2. *Balancing*

   Menyuplai nutrisi yang seimbang kedalam tubuh yakni dengan K. Liquid Chlorophyll. K. Liquid Chlorophyll adalah sari Chlorophyll dari daun *Alfalfa (Medicago sative)*. Suatu herbal yang bernutrisi tinggi,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

disebut sebagai bapak semua tumbuhan, dan merupakan bahan yang sangat alami dan aman untuk dikonsumsi siapapun. Manfaat dari K. Liquid Chlorophyll ini daiantaranya:

a) Memperbaiki kondisi anemia
b) Memperbaiki sistem kekebalan tubuh
c) Meningkatkan metabolisme
d) Detoksifikasi darah
e) Membantu masalah pencernaan

3. *Activating*

Mengaktifkan sel tubuh untuk mengoptimalkan penyerapan nutrisi dalam tubuh yakni dengan K-Liquid Organic Spirulina. K-Liquid Organic Spirulina merupakan nutrisi cairan dari spirulina terbaik dan ditambah UIE *(Universe Induced Energy)* sehingga mudah diserap dan dikembangkan secara organik dan bebas pestisida. Sangat ideal dan cocok untuk semua golongan usia.

Spirulina adalah tumbuhan mikro ganggang/*alga* hijau biru yang mempunyai kandungan gizi alami menakjubkan dan paling lengkap dibandingkan dengan sumber nutrisi lain yang pernah ada. Manfaat dari K-Liquid Organic Pirulina diantaranya:

a) Sistem kekebalan tubuh
b) Anti virus
c) Mengurangi resiko kanker
d) Mengurangi kolestrol

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Mengurangi resiko penyakit jantung

f) Beperan dalam menurunkan berat badan.

Kekuatan dari K-Link Ini adalah produk-produknya, setelah mempresentasikan konsep kesehatan dan mendemokan khasiat-khasiat dari produk K-Link, jika orang yang diprospek itu tertarik dengan khasiat produk K-Link, baru tahap selanjutnya yakni bicarakan tentang keuntungan yang didapat dari penjualan produk, bahwa setiap penjualan satu produk dia bisa mendapatkan untung 20%. Dan tanyakan kembali kepada orang yang diprospek tadi, apakah dia ingin mendapatkan keuntungan yang lebih? Dan tentunya kebanyakan orang jika ditanya apakah menginginkan keuntungan lebih pasti sangat antusias. Jika anda ingin mendapatkan keuntungan lebih syarat utamanya harus menjadi member terlebih dahulu dan mengajak 3 (tiga) mitra untuk sama-sama mendapatkan keuntungan 20% dan melakukan penjualan sebanyak 400 BV perbulan, sehingga mendapat keuntungan Rp.700.000,- dalam satu bulan.

Contoh Lain adalah yang dilakukan oleh Bapak Achmad Soyus Yamis *(Emeral Manager)*. Ketika akan memprospek calon anggotanya, selain mempresentasikan konsep kesehatan dan khasiat-khasiat dari produk K-Link beliau juga memaparkan keunggulan-keunggulan ketika bergabung dengan K-Link, diantarnya:[16]

1. Mendapatkan Keuntungan Langsung 20%

[16]Achmad Soyuz Yamis*(Emerald Manager), keunggulan-keunggulan ketika bergabung dengan K-Link*, stockist K-Link Surabaya, 14-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada saat membeli produk K-Link dengan kartu member, anda akan mendapatkan harga distributor dan bisa menjualnya dengan harga konsumen, keuntungannya hingga 20% .

2. Bonus Perkembangan 28%
3. Bonus Kepemimpinan 30%

   Bonus kepemimpina 30% akan dibagikan kepada Sapphire Manager dan ke atas secara adil.

4. Dana S.R.E.D 3%

   Dana Sapphire Manager ke Diamond Manager (S.R.E.D) dibeirkan kepada peringkat Sapphire Manager ke atas karena mereka telah menunjukkan usaha dan kerja yang keras dan untuk mendorong mereka untuk berusaha lebih keras lagi membangun jaringan mereka.

5. Dana Crown 1%

   Dana Crown 1% diberikan kepada Crown Manager sebagai penghargaan dari perusahaan untuk pencapaian ke level Crown Manager. Dana ini juga berdasarkan atas sistem poin pemimpin.

6. Dana Crown Ambasador 2%

   Dana ini dibagikan berdasarkan atas sistem Poin Pemimpin. Diberikan kepada para Crown Ambassador, Senior Crown Ambassador dan Royal Crown Ambassador sebagai penghargaan untuk pencapaian yang luar biasa ini.

7. Dana S.C.A 1%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dana Senior Crown Ambassador (S.C.A) ini adalah berdasarkan ke atas Sistem Poin Pemimpin *(Leadership Poin System)*. Dana ini dibagikan diantara Senior Crown Ambassador dan Royal Crown Ambassador sebagai penghargaan atas pencapaian luar biasamereka.

8. Dana R.C.A 1%

   Pembagian Dana Royal Crown Ambassador (R.C.A) ini berdasarkan atas Sistem Poin Pemimpin. Dibagikan di antara para Royal Crown Ambassador sebagai penghargaan atas pencapaian luar biasa mereka.

9. Dana Mobil/ Rumah 3%

   Dana ini akan dibagikan secara adil diantara peringkat kelayakan DM hingga RCA dengan mengambil dan menggunakan sistem Poin Pemimpin.

10. Bonus Akhir tahun 3%

    Bonus akhir tahun Ini merupakan bonus istimewa khusus untuk Emerald Manager ke atas. Pembayaran bonus berdasarkan kepada system Poin Pemimpin. Penghitungan bonus adalah berdasarka setiap bulan, berawal dari bulan Januari sampai Desember dalam tahun yang sama. Pembayaran kepadapara usahawan yang layak akan dibayar pada bulan Februari pada tahun berikutnya bersamaan dengan pembayaran bonus bulanan. Dengan kata lain, pengedar yang layak akan menerima bonus akhir tahun pada bulan Maret.

11. Intensif Ke Luar Negeri 2%

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dana tersebut diberikan kepada peringkat kelayakan Sapphire Manager hingga Royal Crown Ambassador untuk menikmati perjalanan ke luar negeri yang dibayarkan oleh perusahaan pada tahun pencapaian.

Dan jika calon anggota yang diprospek masih belum yakin untuk bergabung, beliau mengajak orang tersebut datang ke acara BOP *(Bussiness Oportunity Presentation)* yakni pertemuan terbuka untuk memperkenalkan peluang bisnis yang bertujuan untuk meyakinkan prospek yang telah dipresentasi dalam *home meeting* atau *one on one*dalam mengambil keputusan untuk bergabung yang diadakan di stockist K-Link Surabaya.[17]

Tidak susah menjalankan bisnis K-Link ini, karena bisnis ini adalah salah satu bisnis duplikasi, semuanya bisa diduplikasi dari anggota di atasnya*(upline).*[18]

[17]Ibid.
[18]Ali*(Manager), Tidak susah menjalankan bisnis K-Link ini*, stockist K-Link Surabaya, 12-Desember-2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id