

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Seiring berjalannya zaman yang semakin modern, banyak masyarakat yang terjun ke dunia bisnis ini dimana dikatakan bahwa bisnis ini yang dianggap sebagai salah satu strategi investasi untuk masa depan. Salah satunya yaitu membangun pola bisnis yang sistemnya adalah *Multi Level Marketing* atau yang sering dikenal dengan MLM.

MLM adalah serangkaian bentuk pemasaran yang berjenjang atau bertingkat, dimana member tidak hanya mendapatkan keuntungan dari hasil jualannya, akan tetapi member (upline) juga mendapatkan hasil penjualan member lain yang mereka rekrut yang sering disebut sebagai downline.

MLM merupakan konsep pemasaran dengan cara memberikan kesempatan kepada konsumen atau pelanggan untuk terlibat sebagai penjual serta mendapat keuntungan pada garis kemitraannya. Anggota yang bergabung pada MLM disebut sebagai distributor atau mitra niaga. Mitra niaga selanjutnya ikut mengajak orang lain untuk menjadi anggota sehingga jaringan pelanggan atau pasar semakin besar atau luas. Keberhasilan mitra niaga mengajak dan menambah anggota akan meningkatkan omzet perusahaan sehingga memberikan keuntungan. Berdasarkan hal tersebut, perusahaan memberikan keuntungannya kepada mitra niaga dalam bentuk

insentif berupa bonus.<sup>1</sup> Oleh sebab itu, struktur perusahaan atau penjualan tersebut menggunakan struktur piramida dimana yang diatas berarti memiliki tingkat yang lebih tinggi.

MLM juga disebut sebagai *Network Marketing*. Disebut demikian karena anggota kelompok tersebut semakin banyak, sehingga membentuk sebuah jaringan kerja (network) yang merupakan suatu sistem pemasaran dengan menggunakan jaringan kerja berupa sekumpulan banyak orang yang kerjanya melakukan pemasaran. Kadang-kadang ada juga yang menyebut MLM sebagai bisnis penjualan langsung atau *direct selling*<sup>2</sup> yakni salah satu sistem bisnis yang pemasaran produknya menggunakan member sebagai pembeli, konsumen, pemasar, dan sebagai distributor.

Multi Level Marketing (MLM) sendiri berasal dari Amerika Serikat, mulai diperkenalkan pada tahun 1945 oleh Dr. Karl Ramburg.<sup>3</sup> Sedangkan, di Indonesia istilah Multi Level Marketing (MLM) dikenal pada awal tahun 1980an, dan pada tahun 1984 berdiri Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia (APLI) yang menjadi suatu organisasi persatuan dan kesatuan tempat berhimpun para perusahaan penjualan langsung, termasuk perusahaan yang menjalankan penjualan dengan sistem berjenjang (Multi Level Marketing) di Indonesia. Salah satu perusahaan MLM yang telah memiliki izin usaha pemasaran berjenjang. Salah satu dari sekian banyak yang menggunakan

---

<sup>1</sup> Muchlisin Riadi, *Pengertian, Jenis dan Sistem Multi Level Marketing (MLM)*, <http://www.kajianpustaka.com/> diakses 30 Juni 2019

<sup>2</sup> Gemala Dewi, dkk., *Hukum Perikatan Di Indonesia*, (Depok: Prenadamedia Grup, 2018), hlm. 168

<sup>3</sup> Mohd Rozani Pawan Check, *Mind Therapy For MLM (sukses Merangkai Gurita Bisnis Paling Luas dan Menguntungkan)*, terj. Gita Romadhona, (Jakarta Selatan: PT Mizan Publika), hlm. 3

perusahaan MLM adalah Perusahaan Oriflame. Perusahaan Oriflame yang berkantor pusat di Swedia telah menunjuk PT Orindo Alam Ayu yang berkantor pusat di Jakarta untuk mewakili kepentingan Oriflame di Indonesia melalui distributor-distributornya. PT Orindo Alam Ayu (Oriflame) sudah mendapatkan izin dari APLI (Asosiasi Penjualan Langsung Indonesia) dengan nama dan nomer yang tercatat PT Orindo Alam Ayu 0011/06/93.<sup>4</sup>

PT. Orindo Alam Ayu berdiri di Indonesia pada tahun 1986 dengan memiliki 12 kantor cabang di Bandung, Surabaya, Medan, Pekanbaru, Manado, Bali, Balikpapan, Rawamangun, Makassar, Palembang, Yogyakarta, dan Semarang. Saat ini Oriflame Indonesia berkantor Pusat di Menara standart Chartered Lt. 20 Jl. Prof. DR. Satrio No. 164, RT. 003/004 Kel. Karet Semanggi, Kec. Setiabudi.<sup>5</sup>

Oriflame sebagai perusahaan yang menjalankan sistem MLM (Multi Level Marketing) tidak hanya menjalankan penjualan produk barang, melainkan juga produk jasa, yaitu jasa marketing yang berlevel-level (bertingkat-tingkat) dengan imbalan berupa *reward* tergantung level, prestasi penjualan dan status keanggotaannya.

*Reward* adalah sebuah bentuk apresiasi kepada suatu prestasi tertentu yang diberikan, baik oleh dan dari perorangan ataupun suatu lembaga yang biasanya diberikan dalam bentuk material atau ucapan. Setiap *upline* membangun usahanya sendiri dengan cara merekrut anggota baru untuk menjadi *down-line* agar mereka mendapatkan pendapatan atas pekerjaannya

---

<sup>4</sup> <http://www.apli.or.id/profil/> diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul 19.52

<sup>5</sup> <http://id.oriflame.com/abaout/contact-us> diakses pada tanggal 17 Januari 2020 pukul

dalam bentuk *reward*, *reward* tersebut diperoleh baik dari merekrut, menjual produk, mempromosikan kepada orang lain dan sebagainya.

Perusahaan MLM dapat memberikan *reward* atau insentif kepada mereka yang berprestasi. Penghargaan semacam ini dibolehkan dalam Islam, dan termasuk dalam konteks *ijarah*.<sup>6</sup> Hal ini sesuai dengan hadits Nabi Muhammad SAW:

عَنِ الْمُنْذِرِينَ جَرِيرَةَ أَبِيهِ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ سَنَّ سُنَّةً حَسَنَةً فَعَمِلَ بِهَا كَانَ لَهُ أَجْرُهَا وَمِثْلُ أَجْرِ مَنْ عَمِلَ بِهَا لَا يُنْقَصُ مِنْ أَجْرِهِمْ شَيْءٌ, وَمَنْ سَنَّ سُنَّةً فَعَمِلَ بِهَا كَانَ عَلَيْهِ وِزْرُهَا وَوِزْرُ مَنْ عَمِلَ بِهَا مِنْ أَوْزَارِهِمْ شَيْئًا. سَيِّئَةٌ

Artinya: “Barangsiapa melakukan suatu karya (tradisi) yang baik kemudian diamalkan, maka baginya pahalanya dan pahala orang yang mengerjakannya tanpa dikurangi sedikitpun dari pahalanya itu. Dan barangsiapa yang melakukan tradisi yang buruk, kemudian tradisi itu diamalkan, maka baginya dosanya dan dosa orang yang mengerjakannya tanpa dikurangi sedikit pun dari dosanya itu.”<sup>7</sup>

*Reward* pada bisnis MLM Oriflame tidak terbatas, siapapun dapat memiliki kesempatan mendapatkan penghasilan tambahan atau ingin meraih jenjang karir tersebut. Jenjang karir akan disesuaikan dengan peringkat yang dicapai, biasanya sering dikenal dengan *Succes Plan*. *Succes Plan Oriflame* adalah suatu jenjang karir yang tersedia pada PT. Orindo Alam Ayu.

Dalam melakukan kinerja selama bergabung dengan MLM *Oriflame*, terdapat enam tingkatan yang menjadi acuan pada member dalam meraih jenjang karir pada perusahaan PT. Orindo Alam Ayu, yaitu: *consultant*, *senior manager*, *director*, *gold director*, *sapphire director*, *diamond director*

<sup>6</sup> Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2013), hlm. 616-617

<sup>7</sup> An-Nasa’i, *Sunan An-Nasa’i*, Juz 1, Nomor Hadis 199, CD Room, Al-Maktabah Asy-Syamilah, Al-Ishdar Ats-Tsani, tanpa tahun, hlm. 236

*and up*. Selain itu juga untuk member yang pertama gabung akan mendapatkan *reward* berupa *Welcome Program* (WP) selama tiga bulan. Untuk mendapatkan *Welcome Program* tersebut seorang *downline* harus mencapai terget yang harus dilalui yaitu dengan mengumpulkan poin sebanyak 100 poin. Sedangkan, untuk mendapatkan level yang lebih tinggi lagi yaitu dengan merekrut, karena merekrut adalah nyawa dalam bisnis ini.

Adapun bonus *reward* adalah bonus yang diberikan kepada seluruh *upline-upline* sebagai apresiasi perusahaan terhadap *upline* yang aktif dan mampu membentuk dan mengembangkan jaringan team kerjanya.

Oriflame membuka peluang pendapatan terhadap para *downline* dengan melalui bonus *reward*. Bonus *reward* yang dapat diperoleh yaitu dengan memiliki jaringan yang besar dan aktif. *Reward* tersebut dapat didapat dari grup berupa poin yang pada dasarnya merupakan hasil rekrutmen dan penjualan produk, dimana ketika penjualan produk atau merekrut banyak *downline*, maka poin yang akan didapatkan juga semakin banyak untuk seorang *upline*.

Berdasarkan fiqh muamalah, insentif yang diberikan harus memperhatikan dua kriteria, yaitu prestasi penjualan produk dan banyaknya *downline* yang dibina, sehingga ikut menyukseskan kinerjanya. Sedangkan dari sisi syariah, pemberian insentif harus memenuhi tiga syarat, yaitu adil, terbuka dan berorientasi dengan *al falah* (keuntungan dunia dan akhirat).

Sedangkan jika dilihat dari fatwa DSN MUI, insentif yang diberikan harus memperhatikan poin-poin apakah praktik bisnis tersebut menggunakan

metode penjualan barang dan produk jasa dengan jejaring pemasaran (network marketing), atau pola penjualan langsung berjenjang, maka Dewan Syari'ah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) mengeluarkan fatwa No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

Dilihat dari sisi harga produk, memang masyarakat banyak yang berpendapat bahwa produk yang ditawarkan perusahaan MLM sangat mahal dan eksklusif, sehingga memberatkan anggota yang berada di level bawah (downline) serta masyarakat pemakai (konsumen), dan sangat menguntungkan hingga dua atau tiga kali lipat. Hal ini seharusnya dihindari karena cara ini dapat digolongkan kepada pengambilan keuntungan dengan cara yang bathil, karena mengandung unsur kedzaliman, yakni memberatkan masyarakat konsumen.<sup>8</sup> Cara semacam ini terdapat dalam Al Qur'an Surat An-Nisa' ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”<sup>9</sup>

Islam menganjurkan seseorang untuk memberikan upah sesuai hasil jerih payahnya. Islam menawarkan suatu penyelesaian yang sangat baik atas masalah upah dan menyelamatkan kepentingan kedua belah pihak.

<sup>8</sup> *Ibid.*, hlm. 617-618

<sup>9</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan QS. An-Nisa Ayat 29*

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis sangat tertarik untuk mengkaji dan meneliti lebih dalam masalah tersebut dalam sebuah karya ilmiah dengan judul, “**Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame)**”.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan dengan uraian di atas, maka penulis dapat menetapkan beberapa rumusan masalah dalam penelitian “Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan DSN-MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame)”, yaitu:

1. Bagaimana sistem pemberian *reward* terhadap *upline* MLM di Oriflame?
2. Bagaimana pandangan fiqh muamalah atas pemberian *reward* terhadap *upline* MLM di Oriflame?
3. Bagaimana pandangan fatwa DSN MUI atas pemberian *reward* terhadap *upline* MLM di Oriflame?

## **C. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan pembahasan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem pemberian *reward* terhadap *upline* MLM di Oriflame.

2. Untuk mendiskripsikan tentang pandangan fiqh muamalah terhadap pemberian *reward* terhadap *Upline* MLM Oriflame.
3. Untuk mendiskripsikan tentang pandangan fatwa DSN MUI terhadap pemberian *reward* terhadap *Upline* MLM Oriflame.

#### **D. Kegunaan Hasil Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini penulis sangat berharap akan dapat memberikan manfaat:

1. Kegunaan Teoritis
  - a. Menambah khazanah keilmuan, khususnya dalam penyelenggaraan pemberian *reward* pada *Multi Level Marketing* (MLM) berdasarkan prespektif Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN MUI.
  - b. Untuk memberikan masukan informasi bagi peneliti selanjutnya untuk menambah bahan-bahan informasi ilmiah yang dapat digunakan untuk melakukan kajian dan penelitian selanjutnya.
2. Kegunaan Praktis
  - a. Bagi peneliti, penelitian ini merupakan syarat untuk menyelesaikan pendidikan program Strata satu.
  - b. Bagi masyarakat luas, penelitian ini dilakukan untuk menambah wawasan masyarakat terhadap hukum *reward* pada MLM dalam tinjauan Fiqh Muamalah dan Fatwa DSN MUI.



## E. Penegasan Istilah

### 1. Penegasan Konseptual

Untuk memahami agar terhindar dari kesalahpahaman atau persepsi dalam judul penelitian ini yakni, Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN-MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame), maka sangat penting bagi penulis untuk menafsirkan istilah-istilah yang berkenaan dengan judul diatas, yakni sebagai berikut:

#### a. Pemberian

Pemberian memiliki 3 arti. Pemberian berasal dari kata dasar beri. Pemberian adalah sebuah hononim karena arti-artinya memiliki ejaan dan pelafalan yang sesama tetapi maknanya berbeda. Pemberian memiliki arti dalam kelas nomina atau kata benda sehingga pemberian dapat menyatakan nama dari seseorang, tempat, atau semua benda dan segala yang dibendakan.<sup>10</sup> Dapat disimpulkan bawah pemberian merupakan sesuatu *reward* yang diberikan terhadap *upline-upline* atas kerja kerasnya membina *downline* yang ada dibawahnya.

#### b. *Reward*

*Reward* adalah sebuah bentuk apresiasi kepada suatu prestasi tertentu yang diberikan, baik oleh dan dari perorangan ataupun suatu lembaga yang biasanya diberikan dalam bentuk materil atau ucapan.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> KBBI, *Pemberian*, dalam <http://kbbi.web.id/> diakses pada 06 Juli 2019 pukul 10.00

<sup>11</sup> <http://fourthing.wordpress.com/2012/11/11/reward-and-punishment/> diakses pada 17 Januari 2020 pukul 20.55

c. *Upline*

*Upline* atau sering juga disebut dengan *Leader* adalah seseorang yang telah membawa kita dalam sebuah bisnis.<sup>12</sup> *Upline* yang dimaksud dalam MLM pada PT. Orindo Alam Ayu adalah seseorang yang menjadi pelatih atau mentor dalam menjalankan bisnis *Oriflame*. Tugas utama para *Upline* pada bisnis *Oriflame* yaitu menjual produk secara langsung kepada konsumen dan mengajak anggota baru untuk meraih kesuksesan bersama-sama.

d. *Multi Level Marketing* (MLM)

*Multi level marketing* adalah strategi pemasaran berjenjang atau berantai, dimana tenaga penjual (sales) tidak hanya mendapatkan kompensasi atas penjualan yang mereka hasilkan, tetapi juga hasil penjualan sales lain yang mereka rekrut.<sup>13</sup>

e. Fiqh Muamalah

Muamalah adalah sebuah hubungan manusia dalam interaksi sosial sesuai syariat, karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Dalam hubungan dengan manusia lainnya, manusia diabatasi oleh syariat tersebut, yang terdiri dari hak dan kewajiban. Muamalah merupakan cabang ilmu syariah dalam cakupan ilmu fiqh. Maka dari itu fiqh muamalah adalah suatu ilmu tentang berbagai macam

---

<sup>12</sup> <http://gustiyude.wordpress.com/2014/01/15/istilah-istilah-dalam-bisnis-oriflame/> diakses pada 17 Januari 2020 pukul 21.24

<sup>13</sup> <https://www.seputarpengertian.co.id/2018/05/pengertian-mlm-cara-kerja-jenis-kelebihan-kekurangan-multi-level-marketing.html> diakses pada 17 Januari 2020 pukul 21.31

hukum kegiatan atau transaksi yang dilakukan manusia sesuai dengan aturan yang telah diatur dalam Islam.

Fiqh muamalah merupakan kata majemuk yang terdiri dari kata *fiqh* dan *muamalah*. Secara etimologi fiqh berarti paham, mengetahui dan melaksanakan. Adapaun kata muamalah berasal dari bahasa Arab [عامل-يعامل-معاملة] yang secara etimologi sama dan semakna dengan *al-mufa'alah* (saling berbuat). Kata ini menggambarkan suatu aktifitas yang dilakukan oleh seseorang dengan orang lain dalam memenuhi kebutuhannya masing-masing. Secara terminologi fiqh muamalah adalah hukum-hukum yang berkaitan dengan tindakan yang dilakukan oleh manusia dalam hal yang berkaitan dengan hartanya, seperti jual beli, sewa menyewa, gadai dan sebagainya.<sup>14</sup>

f. Fatwa DSN-MUI

Fatwa MUI adalah keputusan atau pendapat yang diberikan oleh MUI tentang suatu masalah kehidupan umat Islam. Fatwa MUI hanya mengikat dan ditaati oleh umat Islam yang merasa mempunyai ikatan terhadap MUI itu sendiri. Fatwa MUI tidak punya legalitas untuk memaksa harus ditaati oleh seluruh umat Islam. Sedangkan menurut KBBI adalah keputusan atau pendapat yang diberikan oleh mufti tentang suatu masalah dengan kata lain yaitu nasihat orang lain.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Sri Sudiarti, *Fiqh Muamalah Kontemporer*, (Medan: FEBI UIN-SU Pess, 2018) hlm. 8

<sup>15</sup> Sovia Hasanah, *Kedudukan fatwa MUI dalam Hukum Indonesia*, pada <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt5837dfc66ac2d/kedudukan-fatwa-mui-dalam-hukum-indonesia/> diakses pada 27 Februari 2020 pukul 05.38

## 2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan istilah tersebut diatas, maka yang dimaksud dengan “Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame)” adalah untuk mengetahui sudahkah pemberian *reward* terhadap *upline* MLM di Oriflame sesuai dengan prinsip-prinsip yang terdapat pada fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI.

## F. Sistematika Pembahasan

Dalam pembahasan dan penulisan skripsi yang berjudul “Pemberian *Reward* Pada Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM) Ditinjau Dari Fiqh Muamalah Dan Fatwa DSN MUI (Studi Kasus Pada *Upline* MLM Oriflame)” terarah dan sistematis maka perlu disusun sistematika pembahasan sebagai berikut:

**Bagian awal**, terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, dan abstrak.

**Bagian utama**, terdiri dari:

BAB I Pendahuluan. Pada bab ini berisi tentang pendahuluan dimana di dalamnya mencakup beberapa point yaitu konteks penelitian yang menjelaskan tentang faktor-faktor yang melatarbelakangi penulis melakukan penelitian ini. Selanjutnya yaitu fokus penelitian yang membahas tentang pokok-pokok permasalahan problematik yang menarik untuk dikaji dalam penelitian ini.

Selain itu, tujuan penelitian yaitu untuk membahas tentang maksud dilakukannya penelitian ini agar di kemudian hari dapat dijadikan salah satu acuan dalam proses pembentukan dalam materi tertentu, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah yang menjelaskan definisi kata pada judul yang diangkat oleh penulis dengan tujuan memudahkan pembacanya, dan sistematika penulisan.

BAB II Kajian Pustaka, yang berisi tentang tinjauan pustaka yang digunakan sebagai analisa dalam membahas objek penelitian. Dalam bab ini peneliti akan memaparkan teori yang dipakai tentang dasar umum *multi level marketing* (MLM), tinjauan umum tentang *reward* pada bisnis MLM, dan penelitian terdahulu.

BAB III Metode Penelitian. Pada bab ini diuraikan beberapa metode yang dipakai dalam rangka mencapai hasil penelitian secara maksimal, yang terdiri dari pola/jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV Paparan Hasil Penelitian, Bab ini berisikan tentang lokasi penelitian terutama yang berkenaan atau terkait dengan topik penelitian, selain itu juga tentang temuan penelitian yang merupakan deskripsi data yang langsung berkaitan dengan upaya menjawab fokus penelitian. Peneliti mendiskripsikan ungkapan-ungkapan informasi secara rinci menurut bahasa dan pandangan informan dengan mengutip kalimat langsung yang diucapkan oleh informan.

BAB V Pembahasan. Kemudian pembahasan disini mengenai temuan hasil penelitian yang membahas tentang pemberian *reward* terhadap *upline* Oriflame pada bisnis MLM ditinjau dari fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI

BAB VI Penutup, Dalam bab ini akan memuat kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan ringkasan atas hasil analisis/jawaban permasalahan yang diteliti oleh penulis terkait dengan pemberian *reward* terhadap *upline* Oriflame pada bisnis MLM ditinjau dari fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI. Sedangkan pada saran berisikan masukan-masukan penulis terhadap pemberian *reward* terhadap *upline* Oriflame pada bisnis MLM ditinjau dari fiqh muamalah dan fatwa DSN MUI pada khususnya dan di bisnis MLM lainnya yang bersifat membangun dan diharapkan berguna pada masyarakat luas nantinya.

**Bagian akhir**, terdiri dari: daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan daftar riwayat hidup.