

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia bisnis pada era global saat ini menjadi semakin maju dan banyak berbagai terobosan yang dilakukan terutama dalam mengantisipasi kompetensi serta dinamika aktifitas usaha para pebisnis. Berawal dari tujuan bisnis meraih laba sebesar-besarnya dengan menggunakan pola dan strategi yang beragam kini berganti memaksimalkan kepuasan dari pembeli atau pelanggan. Salah satu bidang yang sangat berperan dalam dunia bisnis adalah bidang pemasaran yang menjadi bagian penting dalam manajemen sebuah perusahaan memperkenalkan produk-produknya untuk merebut perhatian pasar. Diantara media pemasaran suatu produk yang beragam model dan jenisnya, salah satunya adalah MLM (*Multilevel Marketing*).¹

Multilevel Marketing (MLM) merupakan sesuatu sistem dalam perdagangan yang muncul ditengah masyarakat dan

¹ Anis Tyas Kuncoro, “Konsep Bisnis Multilevel Marketing Dalam Perspektif Ekonomi Syariah”, Jurnal Sultan Ageng: Fakultas Agama Islam Unisula, Vol. XLV, No. 119, (September-November 2009), h. 23-24

banyak juga digunakan oleh perusahaan dari lokal maupun nasional sampai internasional. Selain model nya yang beragam dan memiliki spesifikasi masing-masing dari setiap perusahaan, menjadi daya tarik yang cukup untuk menjadi tujuan bisnis masyarakat. Munculnya MLM di Indonesia pada tahun ke 80-an yang disebut juga dengan *direct selling* atau disebut dengan penjualan langsung yang semakin hari bertumbuh dan berkembang.

Keberadaan MLM yang banyak hadir di masyarakat saat ini, banyak mengundang pandangan negatif yang tertuju kepada mekanisme yang ada di MLM tersebut. Hadirnya Multi Level Marketing yang berlabel syariah tidak dibarengi dengan sistem yang berbasis syariah. Masih adanya perusahaan *multilevel marketing* yang berbasis syariah tidak dibarengi dengan kesyariahannya dalam mekanisme yang dijalankan sehingga ini semua membuat masyarakat berpandangan negatif dengan MLM walaupun sudah berbasis syariah.

PT. BEST menjadi salah satu perusahaan yang sudah mengantongi sertifikat keanggotaan dari AP2LI, sejak

Desember 2019 perusahaan ini telah mendapatkan legalitas dari kementerian perdagangan Republik Indonesia.² Perusahaan yang diketahui menjual produk untuk menghemat bahan bakar minyak pada kendaraan dan merawat mesin kendaraan, juga mengeluarkan produk skincare, pupuk, produk kesehatan dan lainnya menggunakan sistem *direct selling* atau biasa dikenal dengan penjualan langsung yang mana pemasarannya menggunakan *Multilevel Marketing* (MLM). Mekansime yang digunakan adalah dengan cara tatap muka atau dengan langsung melakukan penjualan jasa atau abrang kepada konsumen melewati jaringan bisnis yang sudah dibentuk para mitra perusahaan MLM.³

Perusahaan ini akan memberikan *reward* atau keuntungan kepada anggota nya ketika berhasil merekrut member baru. Setelah itu, jika jaringan tidak dapat diperluas, maka tidak akan menerima salah satu bonus dari sekian banyak bonus yang diberikan oleh PT BEST, produk yang dijual oleh perusahaan ini

²PT Bandung Eco Sinergi “Tentang Perusahaan” <https://best-world.id/tentangperusahaan/> diakses pada 4 Oktober 2021 Pukul 23.00 WIB.

³ Kuswaara, *Mengenal dengan MLM Syariah*, (Jakarta: Qultuum Meddia, 2006), h. 16.

pun relatif mahal, maka dapat dikatakan bahwa perusahaan ini tidak hanya berfokus kepada penjualan produk saja tetapi dengan memperluas jaringan pun akan mendapatkan keuntungan atau reward yang menjadi salah satu daya tarik untuk menjaring para calon *member*, keuntungan yang akan didapatkan diantaranya adalah bonus dari penjualan langsung, bonus *unlimeted flush*, bonus dari pengembangan jaringan, royalti, *reward* prestasi dan keuntungan lainnya.

Skema yang digunakan ialah skema piramid karena setiap anggota mencari anggota sehingga bila digambarkan akan menjadi bangunan piramid yaitu dengan cirinya bagian yang paling kecil (puncak piramid) berperan selaku sponsor dan yang bagian paling lebar disisi bawah berperan sebagai anggota. Jadi yang mendapatkan keuntungan lebih banyak tentunya bagian atas sedangkan yang mendapatkan keuntungan 20% adalah membeinya. Jika ada anggota baru yang mendaftar dengan satu kelas basic harganya 2.100.000 maka akan membuka peluang membawa mocash (mobil cash). Jika itu terjadi maka akan membuka pintu riba, apabila tidak tercapai maka itu sama dengan

gharar/penipuan karena berhasil tidak nya anggota mendapatkan mocash (mobil cash) tidak terpaku kepada hasil dari usaha sendiri tetapi *reward* yang akan diterima sifatnya tidak pasti dikarenakan ada hasil usaha orang lain didalamnya. Selain itu perusahaan ini juga mengklaim bahwa bisnis MLM nya telah menggunakan sistem MLM syariah dengan mendapatkan sertifikasi dari DSN-MUI, perusahaan ini juga selalu menyuarakan mottonya dengan “Goberkah No Riba”. Dengan demikian dari latar belakang diatas maka perlu untuk dicari praktik dari bisnis MLM syariah ini dan untuk meluruskan kekhawatiran masyarakat terhadap bisnis MLM yang berlabel syariah.

Dari penjelasan latar belakang masalah yang telah diuraikan, dengan ini penulis bermaksud untuk melakukan penelitian skripsi berjudul : “***IMPLEMENTASI FATWA DSN MUI NO. 75/DSN-MUI/VII/2009 TERHADAP BISNIS MLM SYARIAH*** (Studi Kasus di PT Best Eco Racing Serang).

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas, maka penulis memfokuskan tentang: “Implementasi Fatwa DSN-

MUI No. 75/DSN-MUI/VII /2009 Terhadap Bisnis MLM Syariah
(Studi Kasus di PT BEST Eco Racing Serang).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, dengan demikian maka rumusan masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik di PT. Best Eco Racing Serang?
2. Bagaimana kesesuaian multilevel marketing PT. Best Eco Racing Serang dengan fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor 5/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik di PT. Best Eco Racing Serang.
2. Untuk mengetahui kesesuaian multilevel marketing PT. Best Eco Racing Serang dengan fatwa Dewan Syariah Nasional.

E. Manfaat Penelitian.

1. Manfaat teoritis

Dari manfaat teoritisnya adalah dapat sebagai khazanah dalam bidang keilmuan yang dapat menambah ilmu serta pengetahuan baik penulis maupun pembaca, serta sebagai acuan untuk kepustakaan dalam sistem ekonomi syariah khususnya dibidang Hukum Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktisnya dari penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi yang berarti bagi pelaku bisnis multilevel marketing yang sesuai syariah dan sesuai aturan dari Dewan Syariah Nasional.

F. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

1. Skripsi yang pertama disusun oleh Elsa Septia Ibrahim dari Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Haasanuddin Banten, dengan judul skripsi *Implementasi Pemasaran Produk MLM Syariah Menurut Hukum Islam (Studi di PT Moment Global Internasional)* skripsi ini disusun pada tahun 2018 dan dari kesimpulannya menyatakan bahwa

mekanisme pemasaran produk PT. Momen Global Internasional ada 4 cara yaitu, promosi dilingkungan terdekat dengan cara menawarkan produk secara langsung kepada orang-orang disekitar. Kedua, memanfaatkan situs jaringan media sosial sebagai sarana untuk menjual dan mempromosikan produk yang akan dijual. Ketiga, memberikan potongan harga kepada konsumen dan calon konsumen walaupun potongannya selisih hanya Rp. 1000,-. Keempat, apabila sudah diterima produknya maka akan ada testimoni dan ini menjadi daya tarik dan kepercayaan akan produk yang ditawarkan. Implementasi fatwa Dewan Syariah Nasional No.75/VII/2009 Tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) dimana syarat dan rukun akad yang digunakan telah sesuai dengan syariah edngan ketentuan bahwa dalam penliannya tidak adanya kenaikan harga yang tinggi terhadap harga produk, akad nya pun sudah sesuai dengan ketentuan dari Dewan Syariah Nasional MUI serta barang-barang atau produknya berfokus untuk kesehatan

ummat yang halal dan *thayyib* (berkualitas) serta menjaui *syubhat*.⁴

Di dalam skripsi Elsa Septia Ibrahim ada kesamaan dengan skripsi yang dibuat oleh penulis, persamannya teletak dari penelitian Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dengan bisnis *multilevel marketing*. Tetapi ada perbedaanya yaitu pada studi kasus yang dilakukan oleh Elsa Septia Ibrahim PT. Momen Global Internasional dan hanya menjelaskan tentang akad yang digunakan oleh MLM syariah tersebut sedangkan penulis studi kasusnya di PT. Best Eco Racing Serang.

2. Skripsi yang kedua disusun oleh Dimas Aditya Pramono pada tahun 2019 dari Fakultas Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, dengan judulnya yaitu *Analisis Implementasi Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI Nomor.75/DSN-MU/VII/2009 Tentang PLBS di Perusahaan K-Link Indonesia*, skripsi miliknya menjelaskan bahwa PLBS

⁴ Elsa Septia Ibrahim, Implementasi Pemasaran Produk MLM Syariah Menurut Hukum Islam (Studi di PT Moment Global Internasional). "(Skripsi Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN, 2018) h 87.

di PT. K-Link Indonesia mendapatkan ketentuan siapa saja yang ingin menjadi agen atau distributor maka harus mendaftar dan mendapatkan izin penjualan yang disahkan oleh perusahaan PT. K-Link Indonesia. Dalam pelaksanaannya juga penulis menyimpulkan bahwa dalam pelaksanaan akadnya masih berubah-ubah yakni bisa saja akad *ijarah* atau akad *jualah* dikarenakan masih adanya agen yang bukan orang Islam sehingga akad yang digunakan tidak sepenuhnya sesuai dengan syariat.⁵

Di dalam skripsi Dimas Aditya Pramono terdapat kesamaan yaitu sama-sama membahas multilevel marketing sedangkan perbedaannya terletak dari studi kasus yang dilakukan oleh Dimas Aditya Pramono pada perusahaan terbatas K-Link Indonesia isinya hanya menjelaskan tentang akad nya saja yang tidak sesuai dengan syariah. Sedangkan penulis studi kasusnya di PT.Best Eco Racing di kota Serang dan tidak hanya terfokus pada akadnya saja tetapi pada

⁵ Dimas Aditya Pramono, “Analisis Implementasi Fatwa DSN-MUI No.75/DSN-MU/VII/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) di PT.K-Link Indonesia”, (Skripsi Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN, 2019), h 91.

ketentuan hukum yang 12 poin yang terdapat di Fatwa DSN-MUI.

3. Dalam skripsi yang berjudul *Perspektif Ushul Fiqh Terhadap Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Pedoman PLBS* yang ditulis oleh Ummi Zida Rizqi Fakultas Syariah UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada tahun 2018, menyatakan bahwa dalam bentuk PLBS yang sudah diatur oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dan diklasifikasikan dalam kategori jual beli, penjualannya dalam hal ini tidak jauh berbeda dengan bentuk perdagangan secara konvensional yaitu produk, kontrak dan tentu saja harganya. Dalam pendekatan hukum dari segi Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 dari pandangan Ushul Fiqh dalam memasarkan produknya juga tidak boleh memasukan sesuatu yang syariat larang, salah satunya adalah kemaksiatan contohnya melakukan arisan uang atau *money game* , gharah, maysir, riba dzulm, dharar.⁶

⁶ Ummi Zida Rizqi, "Perspektif Ushul Fiqh Terhadap Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VI/2009 Tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah", (Skripsi Fakultas Syariah UIN SMH BANTEN, 2018), h 111.

Dalam skripsi Ummi Zida Rizqi terdapat kesamaannya yakni sama-sama membahas Fatwa DSN-MUI, sedangkan perbedaannya terletak pada fokus Multilevel Marketing yang dalam skripsi Ummi Zida Rizqi membahas hukum keseluruhan multilevel marketing, sedangkan penulis memfokuskan implementasi fatwa DSN-MUI pada bisnis *multilevel marketing* Syariah di PT Best Eco Racing Serang.

G. Kerangka Pemikiran

Multilevel Marketing menurut Dr. Husein Syahrani dalam Kitabnya *AtTaswiq AtTijary wa Ahkamuhu fil Fiqh al Islami*, sebagaimana dikutip oleh Erwandi Tirmidzi:⁷

Multilevel Marketing adalah sebuah sistem penjualan langsung dimana barang dipasarkan oleh para konsumen langsung dari produsen. Para konsumen yang sekaligus memasarkan barang mendapatkan imbalan bonus atau reward yang diambil dari keuntungan setiap pembeli yang dikenalkan oleh pembeli pertama berdasarkan ketentuan yang diatur.

⁷ Erwandi Tirmidzi, *Harta Haram Muamalat Kontemporer*, (Bogor: PT Berkah Mulia Insani, 2020), h.362.

Semua muamalah yang menggunakan sistem multilevel marketing pada dasarnya adalah diperbolehkan berdasarkan dengan kaidah fiqh (*al-ushlu fil asya` al-ibahah*) yang artinya hukum dari asal segala sesuatu termasuk didalamnya muamalah boleh dilakukan selama dalam bisnisnya itu tidak mengandung sesuatu yang dilarang oleh syariat agama Islam yakni *riba* (bunga), *gharar* (penipuan), *dharar* (bahaya), *dzulm* (merugikan orang lain), dan *jahalalah* (ketidakjelasan).⁸

Allaah berfirman dalam Qur`an surat Al-Baqarah 275

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا

Artinya : “Allah telah menghalalkan jual beli serta mengharamkan riba”⁹

Dijelaskan dalam Firman Allaah diatas bahwa jual beli halal hukumnya begitupun dengan MLM tidak diperbolehkan apabila bisnisnya mengandung usru-unsur yang dilarangan oleh

⁸Ahmad Sahlan, *Bisnis Multilevel Marketing (MLM)*, Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syariah Vol. 04, No. 01 (Februari, 2016), h. 59.

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur`an Tajwid dan Terjemah*, (Bandung: CV Penerbit Diponegoro, 2010), h 43.

syariah. Namun dalam kenyataanya banyak juga bisnis yang menggunakan MLM yang masih meragukan atau *syubhat*, contohnya dari segi kehalalan produk dan sistem *marketing fee*, daei segi hukum formal, serta dari tanggung jawab, dan juga masih adanya unsur *riba*, *dzulm*, *gharar*, *money game*, *maysir*.

Ketentuan dari Fatwa yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) atau *Multilevel Marketing* terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi diantaranya :

1. Adanya obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa.
2. Adanya barang atau produk serta jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang haram dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram.
3. Transaksi dalam perdaganganya tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *riba*, *dhara*, *dzulm*, *maksiat*.

4. Tidak ada harga atau biaya yang berlebihan (*excessive mark up*) sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.
5. Komisi yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota baik besaran maupun bentuknya harus berdasarkan kepada prestasi kerja nyata yang terkait langsung dengan volume atau nilai hasil penjualan barang atau produk jasa, dan harus menjadi pendapatan utama mitra usaha dalam PBLs.
6. Bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) harus jelas jumlahnya ketika dilakukan transaksi (akad) sesuai dengan target penjualan barang dan atau produk jasa yang ditetapkan oleh perusahaan.
7. Tidak boleh ada komisi atau bonus secara pasif yang diperoleh secara reguler tanpa melakukan pembinaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.
8. Pemberian komisi atau bonus oleh perusahaan kepada anggota (mitra usaha) tidak menimbulkan *ighra`*.

9. Tidak ada eksploitasi dan ketidakadilan dalam pembagian bonus antara anggota pertama dengan anggota berikutnya.
10. Sistem perekrutan keanggotaan, bentuk penghargaan dan acara seremonial yang dilakukan tidak mengandung unsur yang bertentangan dengan aqidah, syariah, dan akhlak mulia, seperti syirik, kultus, maksiat dan lain lain.
11. Setiap mitra usaha yang melakukan perekrutan keanggotaan berkewajiban melakukan pembinaan dan pengawasan kepada anggota yang direkrutnya.
12. Tidak melakukan kegiatan *money game*.

H. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini penulis mengambil penelitian terjun langsung ke lapangan dengan menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif serta menggunakan analisis, yang mengacu pada data serta memanfaatkan teori yang ada sebagai suatu bahan pendukung.¹⁰ Yang dijadikan objek penelitiannya yaitu PT.Best Eco Racing Serang.

¹⁰ Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2011), Cet III, h 105.

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan *yuridis empiris* yaitu menekankan penelitian untuk memperoleh pengetahuan hukum secara *empiris* dengan terjun langsung untuk mengetahui implementasi bisnis Multilevel Marketing Syariah dengan Fatwa Dewan Syariah Nasional.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mencari dan mengumpulkan data untuk penelitian ini tentunya akan menggunakan beberapa macam teknik dan cara diantaranya:

a. Observasi

Mengamati secara langsung objek penelitian dengan tujuan untuk melihat, mengamati, merasakan, dan memahami pengetahuan tentang kejadian berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sebelumnya yang diketahui guna memperoleh informasi digunakan untuk

melanjutkan penelitian.¹¹ Adapun jenis-jenis obeservasi menurut Nasution dibagi menjadi dua yaitu:

- 1) Observasi Partisipan artinya peneliti menjadi bagian dari kelompok yang diteliti, dalam artian peneliti juga ikut terlibat secara langsung dengan objek yang akan ditelitinya.
- 2) Observasi Non Partisipan yaitu peneliti hanya sebagai pengamat objek yang akan diteliti tanpa terlibat secara langsung.

Dalam teknik observasi ini peneliti menggunakan teknik penelitian observasi partisipan dikarenakan peneliti ikut terlibat langsung dengan objek penelitian.

b. Interview

Interview atau wawancara adalah bentuk percakapan antara dua orang yaitu pihak pewawancara yang bertugas untuk memberikan pertanyaan sedangkan pihak terwawancara yaitu yang memberikan jawaban atas

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, (Jakarta: Prana Media Group, 2009), h 252.

pertanyaan yang diajukan oleh pewawancara.¹² Teknik yang digunakan dalam wawancara ialah peneliti menyusun pertanyaan dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah disiapkan.

c. Dokumentasi

Dalam penelitian ini dokumentasi dilakukan untuk mencari suatu data dengan berupa catatan, transkrip, surat kabar, buku, majalah prasast, agenda, notulen rapat dan sebagainya. Dengan pelaksanaanya menyimpan catatan dalam berupa arsip, data, foto, dan informasi untuk diambil keterangan yang akan diperoleh dari PT. Best Eco Racing Serang.

4. Teknik Pengolahan Data

Data yang diolah diawali dengan meninjau semua data yang sudah dikumpulkan dari berbagai sumber diantaranya wawancara, dan observasi langsung di lapangan, foto, gambar, dan lainnya dilanjutkan dengan melakukan analisis data termasuk dengan anilisis isi (*content analysis*). Yang

¹² Lexy J. Maleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2014), h 186.

dikumpulkan oleh peneliti akan di analisis dengan cara berfikir deduktif dimana dengan mengambil suatu kesimpulan dalam bisnis MLM Syariah berdasarkan sudut pandang Fatwa DSN-MUI.

5. Pedoman Penulisan

Penulisan yang digunakan untuk penelitian skripsi ini diantaranya adalah :

- a. Yang pertama peneliti menggunakan buku pedoman skripsi Fakultas Syariah, Uuniversitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten tahun 2021.
- b. Kedua, dari penulisan ayat Al-Qur`an disadarkan pada Al-Qur`an dan terjemahnya yang diterbitkan oleh Al-Qur`an Kementrian Agama Republik Indonesiaa.
- c. Ketiga, untuk penulisan hadits-hadits berdasarkan buku aslinya, jika sulit untuk menemukan sumbernya, penulis akan mengutip dari buku dimana hadits tersebut berada.

I. Sistematika Penulisan

Rencana dari suatu pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi beberapa bab yang dalam masing-masing bab tersebut terdapat sub bab yang saling berkaitan sehingga menjadi suatu rangkaian pembahasan.

BAB I : Pendahuluan, meliputi : Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu Yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : Gambaran Umum PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi, meliputi : Profil dan Sejarah Perusahaan, Legalitas Hukum Perusahaan, Daftar Produk, Mekanisme Bisnis Multilevel Marketing dan Sistem Bonus.

BAB III : Bisnis MLM, meliputi : Multilevel Marketing, Pengertian Multilevel Marketing, Pengertian Multilevel Marketing Syariah Sejarah Multilevel Marketing, Cara Kerja Multilevel Marketing, Akad-akad Dalam MLM, Landasan Multilevel Marketing, Fatwa Dewan Syariah Nasional,

Pengertian dari Fatwa, Sejarah, Visi dan Misi, Kedudukan dan Ciri-ciri Fatwa.

BAB VI : Analisis Fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang Multilevel Marketing Syariah Di PT. BEST Eco Racing Serang, meliputi : Implementasi Fatwa DSN-MUI Nomor 75/DSN-MUI/VII/2009 Tentang MLM Syariah di PT. Best Eco Racing Serang, Implementasi fatwa DSN-MUI Nomor 5/DSN-MUI/VII/2009 terhadap praktik di PT. Best Serang, Kesesuaian multilevel marketing PT. Best Eco Racing Serang dengan fatwa DSN-MUI Nomor 5/DSN-MUI/VII/2009.

BAB V : Penutup, meliputi : Kesimpulan dan Saran.