

Aplikasi Pohon Berakar dalam Sistem Bisnis *Multi-level Marketing* di Indonesia

Galih Andana - 13507069¹⁾

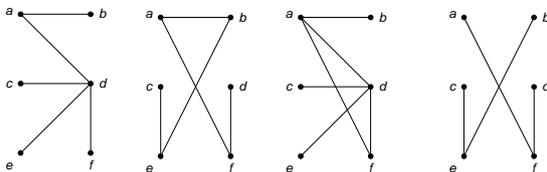
1) Jurusan Teknik Informatika ITB, Bandung 40132, email: if17069@students.if.itb.ac.id

Abstract – Banyak sekali aplikasi dari bentuk diagram yang telah kita pelajari dalam kuliah Matematika Diskrit. Salah satunya adalah pohon berakar. Tema makalah yang penulis susun ini sangat berhubungan erat dalam dunia bisnis, yaitu *Multi-level marketing*. Seperti apa keunggulan sistem marketing dengan sistem graf berarah ini, apa saja kekurangannya, dan hal-hal lain yang berkaitan dengan *Multilevel Marketing* akan penulis bahas di bawah ini.

Kata Kunci: pohon berarah, graf berarah, multi-level, marketing.

1. PENDAHULUAN

Mari kita menyimak kembali pengertian Pohon biasa dan pohon berakar dalam mata kuliah struktur diskrit. Pohon biasanya dipakai untuk merepresentasikan data yang memiliki hirarkhi atau susunan dan memiliki hubungan yang berarti, misalnya silsilah keluarga, struktur organisasi, susunan sebab akibat keputusan, dan lain-lain. Ada dua hal yang menjadi syarat mutlak suatu graf disebut sebagai pohon, yaitu terhubung dan tidak mengandung sirkuit. Jadi dengan kata lain **pohon biasa** adalah graf tak berarah terhubung yang tidak mengandung sirkuit. Sedangkan **pohon berakar** (*rooted tree*) adalah pohon yang salah satu simpulnya diperlakukan sebagai akar dan sisi-sisinya diberi arah sehingga menjadi graf berarah.



Gambar 1: 1 dan 2 pohon sedangkan 3 dan 4 bukan

Dalam dunia bisnis banyak juga aplikasi pohon sebagai panduan struktur suatu organisasi, tetapi yang paling menarik untuk diulas adalah sistem multilevel marketing yang mendasarkan diri pada bentuk pohon berakar. Mengapa dipilih pohon berakar sebagai kuncinya? Seperti apa sistem pemasaran ini?

Pemasaran bertingkat (*multi-level marketing*) adalah sistem pemasaran yang memanfaatkan konsumen sebagai tenaga penyalur secara langsung. Di dalam sistem ini dikenal istilah **Promotor** (*upline*), yaitu anggota yang sudah mendapatkan hak keanggotaan terlebih dahulu, sedangkan **Bawahan** (*downline*) adalah anggota baru yang mendaftar atau direkrut oleh promotor. Pada beberapa sistem tertentu, jenjang keanggotaan ini dapat berubah apabila memenuhi suatu syarat pembayaran atau pembelian, maupun jumlah anggota tertentu. Harga barang di tingkat konsumen adalah harga produksi ditambah komisi yang menjadi hak konsumen karena secara tidak langsung telah membantu kelancaran distribusi Komisi yang diberikan dalam pemasaran berjenjang dihitung berdasarkan banyaknya jasa distribusi yang otomatis terjadi jika bawahan melakukan pembelian barang. Promotor akan mendapatkan bagian komisi tertentu sebagai bentuk balas jasa atas perekrutan bawahan.



Bintang SL = promotor
 Bintang 8 = downline
 Gambar mobil = contoh komisi yang diperoleh promotor

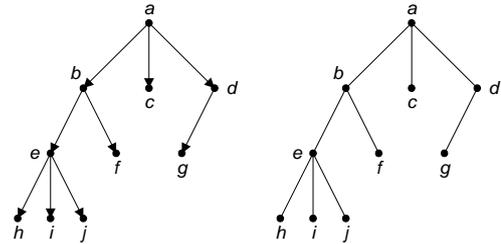
Gambar 2: Bentuk Struktur pada Multilevel Marketing

2. STRUKTUR POHON DAN APLIKASI

2.1. Definisi Pohon & Hutan

Struktur pohon adalah sebuah cara untuk menggambarkan sifat dari sebuah struktur secara hirarki dengan sebuah bentuk grafik. Struktur

dengan bentuk seperti ini dinamakan "struktur pohon" karena grafiknya agak menyerupai sebuah pohon, meskipun tidak menutup kemungkinan pohon ini digambarkan dari atas ke bawah sehingga berbeda dengan pohon sesungguhnya. Definisi pohon yang tertulis di diktat struktur diskrit adalah graf tak-berarah terhubung yang tidak mengandung sirkuit. Dari definisi ini, terdapat dua sifat penting yang terdapat pada pohon, yaitu terhubung dan tidak mengandung sirkuit. Sebuah graf dikatakan tidak memiliki **sirkuit** apabila tidak ada suatu lintasan yang mempunyai titik awal dan titik akhir di simpul yang sama.

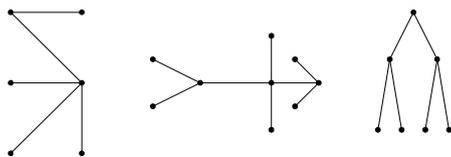


Gambar 4: Pohon Berakar yang dihilangkan panahnya

Jika $G = (V, E)$ adalah graf tak-berarah sederhana dan jumlah simpulnya n . Maka, semua pernyataan di bawah ini adalah ekuivalen:

1. G adalah pohon.
2. Setiap pasang simpul di dalam G terhubung dengan lintasan tunggal.
3. G terhubung dan memiliki $m=n-1$ buah sisi.
4. G tidak memiliki sirkuit dan punya $m=n-1$ buah sisi.
5. G tidak mengandung sirkuit dan penambahan satu sisi pada graf akan membuat hanya satu sirkuit.
6. G terhubung dan semua sisinya adalah jembatan.

Sedangkan yang disebut hutan (*forest*) adalah kumpulan dari pohon yang saling lepas, atau graf tidak terhubung yang tidak mengandung sirkuit, dan setiap komponen di dalam graf terhubung tersebut adalah pohon.



Gambar 3: Hutan yang Terdiri dari 3 Pohon

2.2. Pohon Berakar dan Terminologinya

Pada kebanyakan beberapa aplikasi pohon, ada sebuah urutan dan arah yang membuat suatu pohon terlihat seperti pohon pada kehidupan nyata, yang memiliki akar dan daun, pohon ini dinamakan pohon berakar. Pengertian **pohon berakar** (*rooted tree*) secara spesifik yaitu Pohon yang satu buah simpulnya diperlakukan sebagai akar dan sisi-sisinya diberi arah sehingga menjadi graf berarah. Pohon berakar memiliki arah anak panah yang mengarah dari simpul *parent* ke simpul *child*, tapi sebagai perjanjian, tanda panah pada sisi tersebut dapat dibuang

Terminologi yang terdapat pada Pohon Berakar di antaranya :

a. Anak (*child* atau *children*) dan Orangtua (*parent*)

Pada Gambar 4, Simpul b dikatakan anak simpul a karena ada sisi dari simpul a ke b , sedangkan simpul b sendiri juga dikatakan simpul orang tua dari e dan f karena ada sisi dari simpul b ke e dan f .

b. Lintasan (*path*)

Lintasan dari simpul a ke j adalah jalan yang ditempuh dari simpul a ke simpul j . Dengan kata lain, yaitu jumlah sisi yang dilewati, dan lintasan dari $a-j = 3$.

c. Keturunan (*descendant*) dan Leluhur (*ancestor*)

Jika terdapat lintasan dari simpul x ke simpul y dalam suatu pohon, maka x adalah leluhur dari simpul y dan y adalah keturunan dari simpul x .

d. Aras (*level*) atau Tingkat

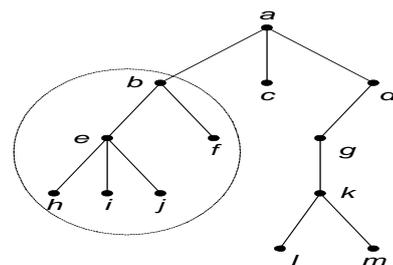
Akar mempunyai aras = 0, sedangkan aras simpul lainnya = 1 + panjang lintasan dari akar ke simpul yang dituju.

e. Saudara Kandung (*sibling*)

Saudara kandung adalah simpul yang memiliki jumlah aras yang sama tetapi berasal dari orang tua yang berbeda, misalkan pada Gambar 4, e adalah saudara kandung f , tetapi bukan saudara kandung g maupun h .

f. Upapohon (*subtree*)

Upapohon merupakan potongan bagian dari sebuah pohon utuh yang masih memuat simpul-simpul di bawahnya. Akar dari upapohon merupakan simpul dalam dari pohon asalunya.



Gambar 5: Upapohon dengan akar simpul b

g. Derajat (*degree*)

Derajat sebuah simpul adalah jumlah upapohon (jumlah anak) pada simpul tersebut. Derajat maksimum pada sebuah pohon adalah derajat pohon itu sendiri, misalkan pohon pada Gambar 4 berderajat 3.

h. Simpul Dalam (*internal nodes*)

Simpul Dalam adalah simpul pada sebuah pohon yang masih mempunyai anak, misalkan *b, c, d, e, f, g*, dan *k*.

i. Daun (*leaf*)

Daun adalah simpul yang berderajat nol (tidak mempunyai anak).

j. Tinggi (*height*) atau Kedalaman (*depth*)

Aras maksimum dari suatu pohon disebut sebagai tinggi atau kedalaman pohon tersebut.

2.3. Struktur Organisasi Pohon pada Umumnya

Struktur Organisasi akan selalu ditemui dalam sebuah perusahaan atau organisasi pada umumnya. Tidak hanya untuk perusahaan besar, tapi juga bagi perusahaan kecil. Hal ini disampaikan juga oleh seorang pengusaha bernama Bapak Danton Prabawanto, S. Kd. Beliau berkata, "Dulu saya menganggap struktur organisasi hanya perlu dimiliki oleh perusahaan atau organisasi besar, mungkin hal ini juga menjadi pemikiran kebanyakan para pengusaha pemula yang masih dalam proses merintis bisnis dimana seolah Struktur Organisasi belum diperlukan saat ini. Pendapat saya itu akhirnya harus dikesampingkan setelah saya menjadi member ActionCoach, dalam suatu sesi coaching yang saya ikuti akhirnya saya bisa menemukan apa fungsi struktur organisasi dan bagaimana struktur organisasi yang terlihat sederhana, tidak terpakai atau sering kali dikesampingkan itu ternyata sangat bermanfaat."

Tiga fungsi utama penerapan Struktur Organisasi Pohon dalam perusahaan, yaitu :

Pertama, menciptakan jalan kesuksesan untuk bisnis kita, dengan memiliki Struktur Organisasi kita telah memiliki target seperti apa posisi atau jabatan kita dimasa mendatang.

Kedua, memudahkan *Human Approach* untuk pengembangan SDM, sebab dengan Struktur Organisasi kita mampu melihat posisi – posisi mana saja yang nantinya membutuhkan SDM dengan kemampuan seperti apa, dan bagaimana. Struktur Organisasi juga membantu kita untuk memutuskan posisi apa yang masih memerlukan tambahan personil, maupun posisi apa yang perlu dikurangi jumlah personilnya dalam rangka efektivitas produksi. Sekaligus sebagai "cambuk" bagi pegawai kita untuk meningkatkan kualitas kerja mereka sehingga mampu menjangkau posisi yang lebih tinggi.

Ketiga, fungsi delegasi, dengan Struktur Organisasi kita bisa dengan mudah memutuskan spesifikasi fungsi pada setiap bagian pekerjaan, sekalipun masih ada rangkap jabatan, tapi paling tidak karyawan akan mengetahui pada posisi mana mereka sedang bekerja dan mampu bekerja maksimal pada bidangnya. Dengan adanya spesialisasi pekerjaan, tiap-tiap karyawan bagian akan memiliki suatu spesifikasi khusus pada bidang tertentu, hal ini tentunya akan sangat bermanfaat pada proses produksi dan profesionalitas pekerjaan seseorang, dengan kata lain perusahaan kita akan berkembang lebih cepat dibandingkan tanpa struktur.

Bagi perusahaan kecil / usaha skala kecil, Struktur Organisasi merupakan sesuatu yang *Not Urgent But Important*, karena kita pun harus mampu mendidik diri kita untuk bekerja dengan lebih terstruktur dan terorganisir sebelum Struktur Organisasi menjadi hal yang Urgent And Important.

2.4. Struktur pada Multi-Level Marketing

Multi-level marketing adalah jalur alternatif bagi perusahaan untuk mendistribusikan produk dan jasanya ke pasaran (jalur distribusi yang lain termasuk supermarket, toko retail, door to door sales dan lain-lain). Ada beberapa alasan suatu perusahaan memilih untuk menerapkan sistem Multi-Level Marketing ini :

1. Biaya advertising yang rendah

Tidak seperti perusahaan retail, perusahaan MLM tidak perlu mengalokasikan dana yang besar dalam advertising untuk menarik customer. Sebagai penggantinya, dana dialihkan untuk memberikan komisi bagi distributor untuk memasarkan produk ke customer. Selain itu, perusahaan hanya perlu memberikan komisi bagi distributor berdasarkan hasil, yaitu dari persentasi dari produk yang terjual.

2. Biaya distribusi yang rendah

Typical distribusi melalui retail menggunakan serangkaian regional, negara, kota, dan retailer lokal untuk mendistribusikan barang-barang. Masing-masing perlu mendapatkan keuntungan dan melakukan mark up harga dari barang.

Jalur distribusi non MLM

manufacturer → transporter → wholesaler → retailer → advertisers → customers

Jalur distribusi MLM

manufacturer → representative → customer

3. Tingkat pertumbuhan usaha yang cepat

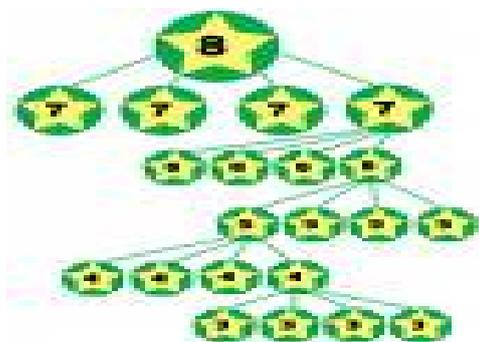
Perusahaan MLM yang diatur dengan baik bisa berkembang dengan tingkat pertumbuhan 20%, 50%, bahkan 100% tiap bulan

4. Tim sales dan marketing yang termotivasi. Ada banyak sekali produk yang membanjiri pasaran. Dibutuhkan dana marketing yang besar untuk bisa memperoleh tempat di customer. Selain itu banyak produk yang membutuhkan penjelasan yang rinci dibandingkan dengan yang dapat dilakukan di iklan TV selama 30 detik.

Bagi perorangan, MLM bisa memberikan kesempatan untuk mempunyai sumber penghasilan tambahan yang jika disertai dengan kerja keras, bisa menjadi sumber penghasilan yang cukup significant karena ada suatu cirri khas kebanggaan MLM yang disebut sebagai **Aset**.



Kesempatan juga lebih terbuka karena adanya suatu struktur organisasi yang terbentuk secara sendirinya sesuai pada point 2.2 yaitu sistem *rooted tree*. Sistem pohon berakar ini terbentuk tiap kali ada anggota baru yang masuk dan menjadi daun baru pada pohon yang lama. Apabila suatu simpul dalam memiliki jumlah daun yang sesuai, secara otomatis gradenya akan meningkat demikian pula dengan komisi yang diperoleh. Komisi yang diterima selain bergantung pada tingkat kita, juga biasanya bergantung pada tiap anggota *downline* atau daun baru yang ditambahkan ke struktur pohon kita



Gambar 6: Pohon berakar pada Sistem Multi-Level

Semakin banyaknya simpul dalam yang terbentuk tentu jumlah daun yang ada harus makin banyak pula. Hal ini tentunya akan membuat suatu produk

perusahaan menjadi sangat populer dan mudah tersebar luas ke seluruh pelosok negeri maupun manca negara. Makin banyak masyarakat yang mengenal produk yang di pasarkan, makin besar pula kemungkinan daya jual dari produk yang kita tawarkan.

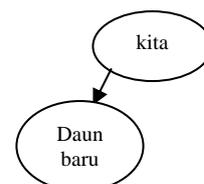
2.5. Mengapa Memilih Multi-Level Marketing?

Sebagai manusia normal tentu kita memiliki impian yang ingin kita capai suatu saat nanti kelak kita sudah menjadi dewasa, impian tersebut misalnya adalah :

- Memiliki perusahaan sendiri
- Penghasilan yang lebih besar
- Membahagiakan orang tua
- Memiliki rumah dan mobil baru
- Jalan-jalan ke luar negeri
- Menjalani masa pension dengan tenang
- Bebas waktu dan ikatan uang
- Pendidikan untuk anak
- Pengembangan diri
- Membantu orang lain / kegiatan sosial
- Dan sebagainya

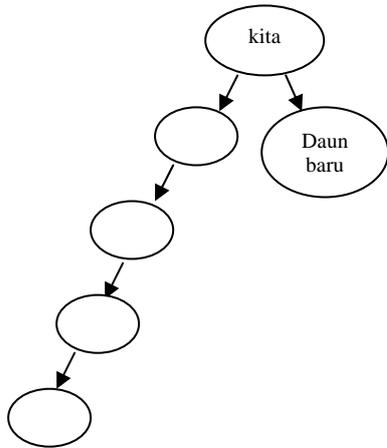
Apabila kita menerapkan prinsip kerja dengan menggunakan paradigma umum, berapa lama waktu yang akan kita butuhkan untuk mampu mencapai impian kita? Hal ini terbukti dengan banyaknya pengangguran dan keluhan masyarakat mengenai lapangan pekerjaan dan gaji yang sedikit sehingga tidak mampu mencukupi kebutuhan hidup mereka sendiri. Jika untuk kebutuhan hidup saja kita tidak mampu mencukupi, bagaimana mungkin kita mampu menyisihkan sebagian uang kita untuk menggapai mimpi kita?

Untuk memperoleh kenaikan tingkat, kita memerlukan minimal 3 child node di bawah kita dengan bintang yang sama. Misalkan kita berasal dari bintang 3, untuk dapat naik menjadi bintang 4, kita harus memiliki minimal 3 child nodes bintang 3. Dan untuk naik ke bintang 5 nantinya kita juga harus memiliki minimal 3 child nodes bintang 4, begitu seterusnya. Pada waktu sebelumnya orang-orang banyak menggunakan cara penambahan skew left untuk mengejar omset, yaitu apabila kita merekrut anggota baru, kita akan meletakkannya pada cabang daun terkiri hingga suatu batas tertentu baru setelah itu berpindah ke cabang di sebelahnya.

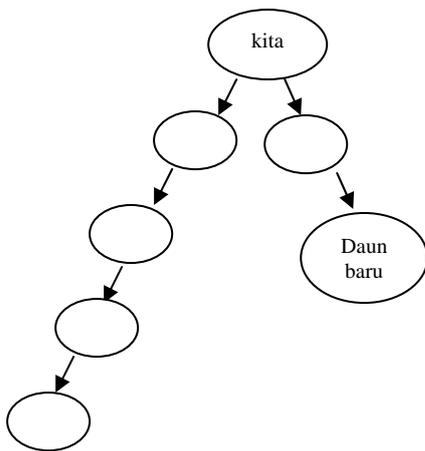


Setelah mencapai batas yang kita inginkan misalkan di sini kita tetapkan batas aras maksimumnya

adalah 4, barulah kita berpindah cabang bila ingin menambah daun yang baru.

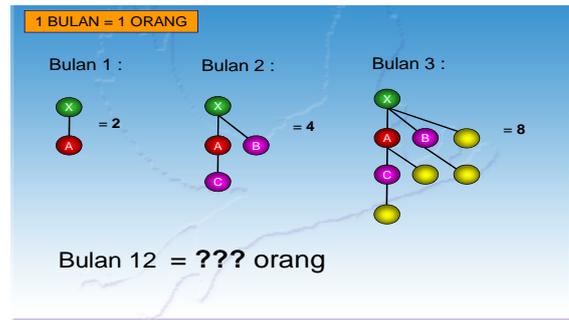


Daun baru berikutnya juga tetap ditambahkan ditempat yang arah yang sama.

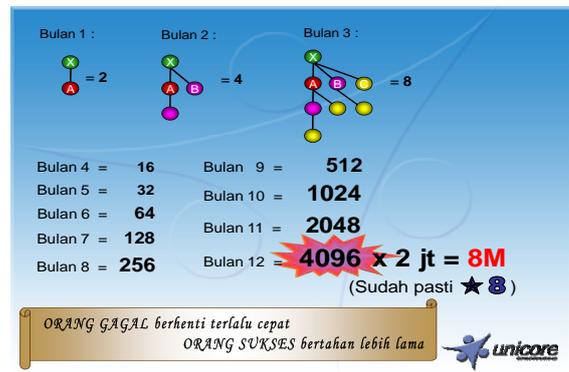


Begitu seterusnya hingga mencapai batas tinggi pohon yang dikehendaki, setelah itu baru kita pindah lagi ke cabang yang baru. Sistem lama ini memang akan berdampak tinggi pada sisi sosial dengan mengenal tiap anggota *downlinenya*, tapi kurang efektif sebab sangat sulit mendeteksi dimana lokasi daun ter kiri yang belum mencapai batas aras kita. Pengecekan harus dilakukan ddengan masuk ke **Left(Node)** dan memeriksa arasnya lalu melakukan proses **AddDaunTerkiri** untuk aras yang belum maksimal, dan melakukan **AddCabang** jika semua aras sudah maksimal. Tetapi untungnya baru-baru ini ditemukan suatu cara yang lebih efektif dalam melakukan penambahan daun baru. Yaitu dengan metode **Multiply**. Metode ini memudahkan kita untuk melakukan penambahan daun baru.

MULTIPLY (NETWORK POWER)



Gambar 7: Keuntungan Struktur pohon pada MLM



Gambar 8: Perkembangan setelah 12 bulan

Dari gambar di atas kita dapat melihat, hanya dengan mengumpulkan 1 downline tiap bulan, meletakkan pada cabang yang baru, dan menerapkan hal yang sama pada anggota kita, kita sudah menjadi bintang 8 pada bulan ke 12. Pohon berakar yang terbentuk akan memudahkan kita untuk mengatur di mana letak downline kita yang membutuhkan bantuan dalam merekrut anggota. Untuk tiap bulan memperoleh 1 downline saja, dengan menggunakan rumus

$$n = 2^{t-1}$$

Maka dalam waktu 12 bulan kita akan memperoleh

$$2^{11} = 2048 \text{ downline (descendant)}$$

Apabila kita membandingkan dengan struktur organisasi pada pekerjaan lainnya, untuk memperoleh kenaikan tingkat, kita memerlukan promosi yang didasarkan pada kondisi perusahaan dan dedikasi kita pada pekerjaan. Hal tersebut tentunya tidak mudah, ditambah lagi sangat terbatasnya tempat bagi seseorang yang ingin memperoleh posisi tersebut. Sedangkan di sistem MLM, kita memiliki peluang yang sangat lebar, sebab di sini kita tidak akan dibatasi oleh jumlah suatu jabatan dalam struktural organisasi. Misalnya dalam suatu perusahaan hanya diperlukan 3-6 manager yang menangani suatu bidang, sedangkan

pada Tianshi, jabatan bintang 8 dapat diperoleh oleh berpuluh-puluh bahkan beratus-ratus orang sekalipun.

Namun, mengapa tidak sedikit orang yang mencerca sistem MLM ini? Ternyata dibalik kemakmuran yang dijanjikan oleh banyak perusahaan MLM kita juga perlu mengetahui apa saja kelemahan bidang ini. Menurut Prof. Alejandrino J. Ferreria dari Asean Institute of Management di Filipina. Menurutnya, superioritas usaha yang digeluti amat ditentukan oleh paradigma wirausaha itu sendiri. Impian yang ingin dicapai mendatang, tidak ada artinya jika tidak diimbangi dengan perencanaan dan kemampuan melihat ke depan. Ungkap Alejandrino dalam suatu lokakarya di lembaga manajemen PPM di Jakarta. Setidaknya ada empat paradigma yang dapat membuat seorang wirausaha menjadi sukses atau superior di tingkat persaingan usaha yang semakin ketat.

Pertama, seorang wirausaha harus mampu memprediksi kemungkinan di masa mendatang. Sebab, entrepreneur itu harus sarat ide-ide, seolah hanya melihat peluang dan kepuasan pelanggan. Sedangkan eksekutif, adalah seorang yang senantiasa menyelesaikan masalah yang timbul di perusahaan.

Paradigma kedua, fleksibilitas dari sang wirausaha. Seorang entrepreneur harus bisa cepat menyesuaikan diri dengan lingkungan kerja maupun lingkungan usaha. Hal ini diyakini akan membawa perusahaan untuk terus bisa bertahan.

Ketiga, *rule of the game*, harus dinamis dalam mengantisipasi segala macam kemungkinan sebagai kemampuan mengubah aturan main. Hal ini berkaitan erat dengan inovasi atau penciptaan hal-hal baru dalam berbisnis. Perubahan sistem pembayaran tariff telepon selular dari pascabayar ke prabayar merupakan contoh nyata perubahan aturan main (*rule of the games*) yang sangat antisipatif.

Paradigma keempat adalah kemampuan melakukan perubahan dari aturan atau bentuk yang telah ada sebelumnya. Inovasi yang kita buat dalam beberapa masa ke depan akan selalu tertinggal. Kemampuan memperbaharui produk dan aturan main inilah yang dapat membuat seorang wirausaha menjadi superior.

Tapi tunggu dulu, kenyataan lain mengungkap bahwa kewirausahaan seorang entrepreneur saja ternyata belum cukup. Sebab, tentu ada keterbatasan-keterbatasan sang wirausaha itu sendiri dalam menggelindingkan roda usahanya. Itu sebabnya seorang wirausaha tidak boleh pelit dalam menularkan (mentransformasikan) ilmu

entrepreneurshipnya kepada individu-individu di setiap lini perusahaannya. Nah, ini yang disebut dengan **intrapreneurship** atau intrausaha. Sebab, pada dasarnya, intrapreneurship adalah jiwa wirausaha yang juga merupakan hal mutlak yang harus dibangkitkan pada individu-individu dalam suatu perusahaan.

Konon, intrapreneurship belakangan makin berkembang saat perusahaan pusing tujuh keliling memikirkan pesaing-pesaing barunya yang memiliki sumber daya manusia dengan tingkat entrepreneurship amat tinggi. Timbulnya fenomena baru seperti ini, pada akhirnya memaksa perusahaan untuk mentransformasikan jiwa wirausahanya kepada individu-individu di organisasinya, kata pakar pemasaran dari Universitas Indonesia Dr. Rhenald Kasali. Kombinasi antara entrepreneurship dan intrapreneurship inilah yang akan menjadi kendaraan untuk mencapai tujuan secara optimal.

Jadi, ketika manajemen dianggap mati dan digantikan kewirausaha, bukan berarti manajemen tak diperlukan sama sekali. Manajemen tetap perlu, dan sebagai jawabannya ada pada intrausaha. Jadi, intrausaha merupakan kombinasi antara wirausaha dengan manajemen, karena jiwa entrepreneur juga tumbuh dari sebuah organisasi yang dijalankan dengan mengadopsi manajemen sebagai sarana mentransformasikannya. Memang, seperti kata Rhenald, entrepreneurship wajib dimiliki setiap pemimpin (leader) masa kini. Namun entrepreneurship dapat diciptakan, bukan hanya dilahirkan.

Karena itu, entrepreneur adalah seorang individu yang terorganisasi dengan baik, bukan acak-acakan dan tak terstruktur.

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari makalah ini adalah:

1. MLM memiliki keunggulan :
 - Biaya advertising yang rendah
 - Biaya distribusi yang rendah
 - Tingkat pertumbuhan usaha yang cepat
 - Tim sales dan marketing yang termotivasi.
2. Dengan hanya menerapkan struktur organisasi perusahaan yang berupa pohon berakar, kita tidak akan mampu menjadi seorang interpreneur yang sukses karena tingkat persaingan usaha yang makin ketat. Untuk menyempurnakannya kita memerlukan 4 paradigma yaitu:
 - Mampu memprediksi kemungkinan di masa mendatang.
 - Fleksibilitas dari sang wirausaha
 - Menjadi sosok yang dinamis dan mampu mengatasi segala kemungkinan.
 - Mampu melakukan perubahan pada aturan atau bentuk yang ada sebelumnya

3. Keunggulan Bentuk Struktur Pohon berakar dalam bisnis adalah membuka peluang bagi kita untuk berkembang, karena kita dihadapkan pada suatu jabatan yang lebih tinggi dalam struktur tersebut. Lalu membuat kita mengerti seperti apa kompetensi karyawan yang kita perlukan pada suatu bagian (*right man in the right place*), dan yang terakhir adalah memutuskan bagian mana yang tepat untuk diisi dengan kuantitas karyawan yang banyak dan bagian mana yang cukup diisi dengan kuantitas yang sedikit. Hal ini akan membuat perusahaan kita menjadi lebih teratur dan struktural

5. DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Munir, Rinaldi. (2008). Diktat Kuliah IF2091 Struktur Diskrit. Program Studi Teknik Informatika, Institut Teknologi Bandung. Halaman IX-1.
- [2]. <http://dantonprabawanto.com/2008/01/02/perlu-ukah-memiliki-struktur-organisasi/> Tanggal akses: 04 Desember 2008 pukul 13:00
- [3]. http://id.wikipedia.org/wiki/Multi-level_marketing Tanggal akses: 04 Desember 2008 pukul 14:00
- [4]. <http://www.math.uni-hamburg.de/home/diestel/books/graph.theory> Tanggal akses: 01 Desember 2008 pukul 19:00
- [5]. http://id.wikipedia.org/wiki/Teori_graf Tanggal akses: 04 Desember 2008 pukul 14:00
- [6]. <http://warungku2010.com/2008/06/27/apakah-multi-level-marketing-mlm-itu/> Tanggal akses: 05 Desember 2008 pukul 17:00
- [7]. <http://www.tianshi.macrobisnis.com/berita.php?c=enterprener> Tanggal akses: 05 Desember 2008 pukul 17:57