



**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MITRA
PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL DALAM
MENJALANKAN BISNIS *MULTILEVEL MARKETING*
(STUDI KASUS: MITRA PAYTREN DI PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

VIVIN DIAN RUSTINA

NIM: 2013115053

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MITRA
PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL DALAM
MENJALANKAN BISNIS *MULTILEVEL MARKETING*
(STUDI KASUS: MITRA PAYTREN DI PEKALONGAN)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

VIVIN DIAN RUSTINA

NIM: 2013115053

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

SURAT PERNYATAAN

KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : **VIVIN DIAN RUSTINA**

NIM : **2013115053**

Judul Skripsi : **PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA
MITRA PT VERITRA SENTOSA
INTERNASIONAL DALAM MENJALANKAN
BISNIS *MULTILEVEL MARKETING* (STUDI
KASUS: MITRA PAYTREN DI PEKALONGAN)**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 11 Desember 2019

Yang Menyatakan



VIVIN DIAN RUSTINA
NIM. 2013115408



NOTA PEMBIMBING

Dr.Hj. Susminingsih, M.Ag

GriyaTirto Indah Gg. 2No. 62 Pekalongan

Lamp. : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdri.Vivin Dian Rustina

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi saudara:

Nama : **VIVIN DIAN RUSTINA**

NIM : **2013115053**

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul : Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan)

dengan ini mohon agar Skripsi Saudari tersebut dapat segera dimunaqasahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 11 Desember 2019

Pembimbing,


Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag
NIP.197502111998032001





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jl. Pahlawan No. 52, Kajen, Kabupaten Pekalongan, Telp. (0285) 412575,
Fax. (0285) 423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan mengesahkan skripsi Saudari:

Nama : VIVIN DIAN RUSTINA

NIM : 2013115053

Judul : PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MITRA PT

VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL DALAM
MENJALANKAN BISNIS *MULTILEVEL MARKETING* (STUDI
KASUS: MITRA PAYTREN DI PEKALONGAN)

telah diujikan pada hari Kamis, 30 Januari 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji,

Penguji I

Dr. Zawawi, M.A

NIP. 19770625 200801 1 013

Penguji II

Muhamad Masrur, M.E.I

NIP. 19791211 201503 1 001

Pekalongan, 12 Maret 2020

Disahkan oleh Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H

NIP. 19750220 199903 2 001

PEDOMAN TRANSLITERASI

A. Pedoman transliterasi merupakan hasil keputusan bersama (SKB) Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I. Nomor 158 Tahun 1987 dan Nomor 0543b/U/1987. Daftar huruf Arab dan transliterasinya ke huruf Latin sebagai pedoman transliterasi dalam naskah skripsi ini adalah dalam tabel sebagai berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama Huruf	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Şa	Ş	Es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ĥa	Ĥ	Ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan Ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	Zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Es dan Ye
ص	Şad	Ş	Es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	Ḍ	De (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	Ṭ	Te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	Ẓ	Zet (dengan titik di bawah)
ع	`Ain	'	Apostrof terbalik
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qof	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En





و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َ	<i>Fat ah</i>	A	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I	I
◌ُ	<i>ammah</i>	U	U

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
◌َي	<i>Fat ah dan Ya</i>	Ai	A dan I
◌َو	<i>Fat ah dan Wau</i>	Au	A dan U

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hau-la*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
◌َ...أ...إ...ي	<i>Fat ah dan Alif atau Ya</i>	ā	a dan garis di atas
◌ِ	<i>Kasrah dan Ya</i>	ī	i dan garis di atas
◌ُ	<i>ammah dan Wau</i>	ū	u dan garis di atas

Contoh:

مَاتَ : *m ta*

رَمَى : *ram*

قِيلَ : *q la*



يَمُوتُ : *yam tu*

4. *Ta'marb ah*

Transliterasi untuk *ta'marb ah* ada dua, yaitu: *ta'marb ah* yang hidup atau mendapat harakat *fat ah*, *kasrah*, dan *ammah*, transliterasinya adalah [t]. Sedangkan *ta'marb ah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *ta'marb ah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *ta'marb ah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *rau ah al-a f l*

الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-mad nah al-f ilah*

الْحِكْمَةُ : *al- ikmah*

5. Syaddah (*Tasyd d*)

Syaddah atau *tasyd d* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasyd d* (ـّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda syaddah .

Contoh:

رَبَّنَا : *rabban*

نَجَّيْنَا : *najjain*

الْحَقُّ : *al- aqq*

نُعَمَّ : *nu'ima*

عُدُو : *'aduwwun*

Jika huruf *ى* ber-*tasyd d* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (ـِ), maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : 'Alī (bukan 'Aliyy atau 'Aly)

عَرَبِيٌّ : 'Arabī (bukan 'Arabiyy atau 'Araby)

6. Kata Sandang



Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ال (*alif lam ma'rifah*). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa, al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf syamsiah maupun huruf qamariah . Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ	: <i>al-syamsu</i> (bukan <i>asy-syamsu</i>)
الزَّلْزَلَةُ	: <i>al-zalزالah</i> (bukan <i>az-zalزالah</i>)
الفلسفة	: <i>al-falsafah</i>
البلاد	: <i>al-bil du</i>

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (') hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: <i>ta'mur na</i>
النَّوْءُ	: <i>al - nau'</i>
شَيْءٌ	: <i>syaiun</i>
أُمِرْتُ	: <i>umirtu</i>

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur'an (dari *al-Qur' n*), alhamdulillah, dan munaqasyah . Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh.

Contoh:



F il l al-Qur' n

Al-Sunnah qabl al-tadw n

Al-'Ib r t bi 'um m al-laf l bi khu al-sabab

9. Lafz al-Jalālah (الله)

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf *jarr* dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mu f ilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِالله : *bill h*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (All Caps), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa m Mu ammdun ill ras l

Inna awwala baitin wu i'a linn si lalla bi Bakkata mub rakan

Syahru Rama n al-la unzila fh al-Qur' n

Na r al-D n al- s

Ab Na r al-Far b

Al-Gaz l

Al-Munqi min al- al l

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama



terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

- *Ab al-Wal d Mu ammad ibn Rusyd*, ditulis menjadi: *Ibnu Rusyd, Ab al-Wal d Mu ammad* (bukan: *Rusyd, Ab al-Wal d Mu ammad Ibnu*)
- *Na r mid Ab Za d*, ditulis menjadi: *Ab Za d, Na r mid* (bukan: *Za d, Na r am d Ab*)

B. Daftar Singkatan Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

swt.	= subhānahūwa ta‘ālā
saw.	= ṣallallāhu ‘alaihi wa sallam
a.s.	= ‘alaihi al-salām
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l.	= Lahir tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w.	= Wafat tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Āli ‘Imrān/3: 4
HR	= Hadis Riwayat



PERSEMBAHAN

Sembah sujud syukur kepada Allah swt. yang Maha Esa atas limpahan cinta dan kasih sayang-Nya, karunia dan kemurahan-Nya yang telah mengantarkan penulis mampu menyelesaikan karya tulis berupa skripsi ini dengan perjuangan yang penuh dengan cerita dan semoga menjadi berkah. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Rasulullah Muhammad saw.

Dengan segenap kerendahan hati, karya sederhana ini penulis persembahkan kepada orang-orang tersayang, mereka adalah:

1. Ibu Kamilah, dengan segala cinta dan kasih sayangnya selalu melindungi anak-anaknya dan doa restu yang senantiasa beliau panjatkan agar anak-anaknya selalu diberi kemudahan dan kesuksesan dalam setiap urusan, beliau adalah wanita terkuat.
2. Bapak Suwarjen, ayah yang tegas dan terbaik sepanjang masa, beliau selalu ada untuk anak-anaknya.
3. Saudara kandung yang selalu memberikan dukungan baik moril maupun materil. Mba Viviq Mela dan suami, Mba Nur Vita Sari, adek-adek penulis Nita Fitriani, Aida Sakinah, M. Andre Pancharyan, dan Adek Dewi Malita serta keponakan-keponakan M. Faiz Abdullah, Nalla Akiffa, dan M. Izzan Abdullah yang senantiasa menjadi penghibur sekaligus penyemangat penulis.
4. M. Tarsono, InsyaAllah calon suami yaitu sosok laki-laki yang menjadi penyemangat penulis, dengan sangat sabar selalu mendampingi dan mendukung



- perjuangan penulis dalam menuntut ilmu dan meraih gelar S.E. Serta keluarganya yang senantiasa mendukung dan mendoakan penulis.
5. Sahabat seperjuangan dalam menimba ilmu di IAIN Pekalongan yang paling sabar menemani dan mendukung penulis, Lailatul Widaat.
 6. Sahabat yang senantiasa menyemangati dan mendukung penulis dalam mewujudkan mimpinya, Zana Iz'zati.
 7. Mitra Paytren yang bersedia menjadi informan, khususnya Mahrus, Om Tohir, Mba Azti, Umam, Zyazya, kalian sangat membantu penulis dan semoga kebaikan kalian dibalas Allah swt.
 8. Sahabat seperjuangan menuntut ilmu di IAIN Pekalongan Kelas B Reguler Pagi tanpa terkecuali, serta teman-teman seperjuangan dari awal masuk kuliah Tika, Ishma NU, Fatma. Rekan-rekan Bidik Misi yang saling mendukung, juga rekan-rekan KKN yang penuh dengan cerita.
 9. Orang-orang yang menginspirasi penulis.



MOTTO

Rasulullah saw. bersabda:

التَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ (رواه الترمذي)

“Seorang pebisnis yang jujur lagi dapat dipercaya, (kelak akan dikumpulkan) bersama para nabi, shiddiqin dan syuhada’.”
(HR. Turmu)

Jujur dan kepercayaan adalah modal awal yang paling dasar dari pengusaha.



ABSTRAK

Vivin Dian Rustina, 2019. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan). Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
Dosen Pembimbing: Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag.

Paytren merupakan sebuah karya perangkat lunak dengan sistem penjualan langsung berjenjang atau *Multilevel Marketing* (MLM) syariah. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam pada mitra paytren dalam menjalankan bisnis MLM di Pekalongan. Pentingnya bagi pelaku bisnis muslim mengenai pemahaman dan penerapan etika bisnis Islam dalam menjalankan bisnis agar bisnis yang dijalankan mendapat keberkahan dan pebisnis tidak menyimpang dari ajaran Islam.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan. Data dikumpulkan dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan deskriptif kualitatif dan teknik triangulasi sumber untuk mengetahui keabsahan data.

Hasil penelitian ini adalah mitra bisnis Paytren Pekalongan dapat dikatakan belum sepenuhnya memahami tentang etika bisnis Islam, hal tersebut disebabkan minimnya pengetahuan tentang istilah etika bisnis dan pedomannya secara teori. Namun, dalam menjalankan bisnis MLM syariah, mayoritas mitra bisnis telah menerapkan etika bisnis yang sesuai dengan Islam walaupun masih ada mitra yang belum sepenuhnya menerapkannya. Mayoritas mitra yang telah menerapkan etika bisnis Islam dapat dikatakan telah mengaplikasikan etika bisnis yang sesuai dengan empat sifat Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh* dan *fathanah*) dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang PLBS. Sehingga mitra paytren dalam menjelaskan mengenai segala hal yang berkaitan dengan Paytren sesuai dengan syariah.

Kata kunci: *Etika Bisnis Islam, MLM, Mitra Paytren Pekalongan*



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah swt. yang telah melimpahkan rahmat taufiq serta hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan)”** ini tanpa halangan suatu apapun. Shalawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad saw. yang senantiasa kita nantikan syafaatnya dan semoga kita mendapatkan syafaatnya dihari kiamat kelak, Aamiin.

Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ade Dedi Rohayana, M.Ag., selaku rektor IAIN Pekalongan.
2. Ibu Hj. Shinta Dewi Rismawati, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak Dr. AM. M. Khafidz Ma’syum S., M.Ag., selaku Wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan, sekaligus selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan motivasi dan dorongan kepada penulis dari awal hingga akhir studi.
4. Bapak Dr. H. A. Tubagus Surur, M.Ag., selaku Wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. H. Zawawi, M.A., selaku Wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.



6. Bapak Agus Fahrina, S.Ag., M.S.I., selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Pekalongan
7. Ibu Dr. Hj. Susminingsih, M.Ag., selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk membantu penulis dalam proses pembuatan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah yang telah memberikan ilmu kepada penulis.
9. Bapak Suwarjen dan Ibu Kamilah, kedua orang tua yang tercinta yang menjadi muara penulis untuk selalu berusaha memberikan yang terbaik.
10. M. Tarsono, calon suami penulis yang senantiasa membantu, mendukung serta mendoakan penulis.
11. Bapak Tohir dan Mitra Paytren lainnya yang di Pekalongan dan yang bersedia mendukung penulis.
12. Teman-teman Ekonomi Syariah Angkatan 2015, khususnya Ekos B yang telah mewarnai perjalanan studi penulis dengan berbagai cerita.
13. Teman-teman KKN Angkatan 46 Kelompok 14 Desa Trajumas, Kecamatan Kandangserang, Kabupaten Pekalongan.
14. Keluarga besar MIS Duwet Angkatan 2009, SMP N 16 Pekalongan Angkatan 2012, dan SMA N 4 Pekalongan Angkatan 2015 yang telah menjadi bagian dari jejak-jejak perjuangan penulis.
15. Para sahabat dan teman-teman bermain yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
16. Rekan seperjuangan Bidik Misi, Seminar Proposal, dan Ujian Komprehensif.



17. IKMAB IAIN Pekalongan tempat penulis belajar berorganisasi di kampus tercinta.

Akhir kata, begitu besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat membawa kebermanfaatan untuk orang lain, sehingga dapat menjadi sebuah amal jariyah bagi penulis untuk bekal di akhirat kelak yang abadi. Aamiin Yaa Robbal Alaamiin.

Pekalongan, 21 Oktober 2019

Penulis,

VIVIN DIAN RUSTINA
NIM: 2013115053



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN.....	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN.....	xi
MOTTO	xiii
ABSTRAK	xiv
KATA PENGANTAR.....	xv
DAFTAR ISI	xviii
DAFTAR TABEL	xx
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN	xxii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	7
D. Telaah Pustaka	8
E. Kerangka Teoritik.....	12
F. Metode Penelitian	13
BAB II ETIKA BISNIS ISLAM	25
A. Pengertian Etika Bisnis.....	25
B. Perkembangan Etika Bisnis.....	27
C. Konsep Etika Bisnis dalam Pandangan Islam	29
D. Prinsip-prinsip Etika Bisnis dalam Islam	32
E. Pentingnya Etika Bisnis Islam.....	37
F. <i>Multilevel Marketing</i> Syariah	39
BAB III GAMBARAN UMUM BISNIS PAYTREN	43
A. Profil PT Veritra Sentosa Internasional.....	43
B. Sejarah Singkat Bisnis Paytren.....	45
C. Bisnis Paytren	56
D. Kode Etik Mitra Bisnis Paytren.....	51



E. Pemahaman Tentang Etika Bisnis Islam dan Penerapannya pada Mitra Paytren di Pekalongan	54
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
A. Pemahaman para Mitra Paytren (PT Veritra Sentosa Internasional) di Pekalongan mengenai Etika Bisnis Islam.....	58
B. Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) di Pekalongan dalam Menjalankan Bisnis dengan Sistem <i>Multilevel Marketing</i> (MLM)	74
BAB V PENUTUP.....	100
A. Kesimpulan	100
B. Saran	101
DAFTAR PUSTAKA	xxiii
LAMPIRAN.....	xxvii



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Jumlah Mitra Paytren di Pekalongan	54
Tabel 3.2	Daftar Informan Utama (Mitra Aktif Bisnis MLM).....	55
Tabel 3.3	Daftar Informan Pendukung.....	56
Tabel 3.4	Pemahaman Informan Utama tentang Etika Bisnis Islam.....	57
Tabel 4.1	Presentase Pemahaman Mitra Paytren Pekalongan tentang Etika Bisnis Islam	58
Tabel 4.2	Tanggapan Informan tentang Etika Bisnis Islam Bagian dari Ibadah	60
Tabel 4.3	Tanggapan Informan tentang Pentingnya Sikap Saling Ridha dalam Berbisnis.....	63
Tabel 4.4	Tanggapan Informan tentang Etika Bisnis Membawa Keuntungan...	65
Tabel 4.5	Tanggapan Informan tentang Empat Sifat Wajib Rasulullah (<i>Shiddiq, Amanah, Tabligh, Fathanah</i>) dapat Menjadi Pedoman dalam Menjalankan Bisnis	66
Tabel 4.6	Tanggapan Informan tentang Ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Bagan Kerangka Teoritik.....	12
Gambar 3.1 Diagram MLM Plan.....	51





DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Izin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian
- Lampiran 3 Pedoman Wawancara
- Lampiran 4 Hasil Wawancara
- Lampiran 5 Pedoman Observasi
- Lampiran 6 Hasil Observasi
- Lampiran 7 Dokumen Foto Penelitian
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perekonomian terdapat di setiap interaksi kehidupan manusia dan di berbagai bidang aktivitasnya, salah satunya yaitu di bidang bisnis. Bisnis merupakan kegiatan pertukaran barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup masyarakat yang saling menguntungkan atau memberi manfaat.¹ Perkembangan bisnis dapat terjadi seiring dengan perkembangan masyarakat, baik secara kualitatif maupun kuantitatif. Kegiatan bisnis dapat dilakukan dengan menggunakan berbagai cara. Cara-cara yang dilakukan oleh pebisnis dalam menjalankan usahanya untuk memperoleh keuntungan sangatlah beragam, baik dengan menggunakan cara yang halal maupun haram. Oleh karena itu, aturan-aturan bisnis yang baik harus dilakukan agar bisnis yang berjalan hanya menggunakan cara halal dan menghasilkan yang baik dan tidak merugikan pihak lain demi keuntungan pribadi atau kelompok semata.²

Islam adalah kepercayaan yang mengandung nilai-nilai atau aturan-aturan yang baik, melalui kitab suci Al-Qur'an sebagai petunjuk yang tidak diragukan lagi untuk kehidupan umat agar selamat di dunia dan akhirat. Islam mengatur segala kegiatan manusia termasuk dalam kegiatan muamalah, terutama yang

¹Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 3.

²Ariyadi, "Bisnis dalam Islam", (Palangka Raya: *Jurnal Hadratul Madaniyah*, No. 1, Juni, V, 2018), hlm. 13.

terkait jual beli dan perdagangan yang didalamnya membahas etika bisnis³, sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. al-Baqarah (2) ayat 2 yang berbunyi:

ذٰلِكَ الْكِتٰبُ لَا رَيْبَ فِيْهِ هُدًى لِّلْمُتَّقِيْنَ

Arab-Latin: *likal-kit bu l raiba f h, hudal lil-muttaq n*

“Kitab (Al Quran) ini tidak ada keraguan padanya; petunjuk bagi mereka yang bertakwa”.

Aturan-aturan tersebut berupa batasan apa saja yang boleh dilakukan (halal) dan apa saja yang tidak boleh dilakukan (haram). Dalam menjalankan bisnis seorang muslim harus taat dan patuh terhadap aturan tersebut, yaitu dengan menjalankan bisnis yang sesuai dengan syariah. Tujuan dari adanya aturan dalam Islam tidak lain adalah untuk mendapatkan ridha dari Allah swt. dan mengarahkan para pelaku ekonomi di muka bumi ini menuju ke arah sejahtera, baik di dunia maupun di akhirat yang akan datang.

Banyak praktik perekonomian pada sebagian masyarakat Islam jauh atau bahkan tidak sesuai dengan syariah atau nilai-nilai Islam. Adapun pelaku bisnis Islam yang menjalankan bisnisnya untuk memperoleh keuntungan semata dengan manajemen yang jauh atau bahkan tidak sesuai dengan syariah. Hal tersebut menjadi permasalahan tersendiri dalam perekonomian Islam. Pada dasarnya bisnis dan manajemen keduanya saling berhubungan dan tidak dapat dipisahkan. Bisnis tidak akan berjalan dengan *efektif* dan *efisien* jika tanpa adanya manajemen bisnis yang baik. Manajemen bisnis memiliki ruang lingkup beberapa hal yaitu

³Heri Irawan, “Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”, (Makassar, *Tesis Magister Ekonomi Syariah UIN Alauddin Makassar*, 2017), hlm. 2.



manajemen produksi, manajemen pemasaran dan manajemen keuangan atau *finansial*.⁴

Multilevel Marketing (MLM) merupakan salah satu cara dari berbagai cara pemasaran atau pendistribusian produk ke konsumen yang dipilih oleh suatu perusahaan.⁵ Seperti halnya salah satu perusahaan besar di Indonesia yaitu Perseroan Terbatas (PT) Veritra Sentosa Internasional yang memasarkan produknya yang berupa lisensi dengan merk Paytren menggunakan sistem pemasaran yang berjenjang banyak atau *multilevel marketing* (MLM). Walaupun perusahaan tersebut dengan merknya itu telah mendapatkan beberapa izin dari berbagai lembaga, seperti Bank Indonesia, APLI, dan bahkan Paytren telah mengantongi sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI), tetapi masih tetap menjadi perbincangan masyarakat mengenai pro-kontra yang membahas kebolehan bisnis dengan sistem MLM yang ditempuhnya. Sebagian masyarakat berpendapat bahwa bisnis yang menggunakan MLM adalah bisnis haram walaupun tercantum kata syariah. Hal tersebut sebagaimana yang dikemukakan oleh beberapa ulama kontemporer, juga fatwa Dewan Ulama Kerajaan Arab Saudi, keputusan Lembaga Fikih Islam di Sudan, dan fatwa Pusat Kajian dan Penelitian al-Imam al-Albani Yordania, dengan alasan dalam sistem MLM tersebut terdapat unsur-unsur yang dilarang oleh syariah, seperti penipuan, riba

⁴Ahmad Sahlan, “Bisnis Multi Level Marketing”, (Kediri: *Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syariah*, No. 1, Februari, IV, 2016), hlm. 57.

⁵Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, “Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam”, (Surakarta: *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, No. 1, Februari, I, 2016), hlm. 29.

dan judi.⁶ Namun ada pula dari sebagian ulama, seperti pendapat Lembaga Fatwa al-Azhar, Mesir yang berpendapat bahwa MLM merupakan sistem pemasaran yang dianggap sama dengan *samsarah* (perantara antara penjual dan pembeli), yang mana bisnis yang menggunakan sistem tersebut diperbolehkan (mubah)⁷ asalkan dalam menjalankan bisnis tersebut tidak mengandung unsur-unsur yang dilarang oleh syariah. Pendapat yang kedua tersebut menganut dalil sebagaimana firman Allah swt. dalam QS. al-Baqarah (2) ayat 275, yang berbunyi sebagai berikut:

وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَاَ

Arab-Latin: *wa a allall hul-bai'a wa arramar-rib*

“Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba”

Maksud lain dari dalil di atas, bisnis seorang muslim yang dilakukan harus sesuai dengan syariah. Pada zaman sekarang etika bisnis dalam dunia bisnis modern mempunyai peran yang sangat penting atau dominan. Dalam praktik ekonomi, usaha, bisnis, dan sebagainya yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kemakmuran masyarakat haruslah sesuai dengan aturan-aturan ekonomi yang bersifat rasional dan nilai-nilai agama.⁸

Di Indonesia memiliki perusahaan di bidang layanan pembayaran multiguna yang lebih dikenal dengan sebutan Paytren. Pemilik dari paytren adalah perusahaan yang bernama PT Veritra Sentosa Internasional dan dibangun oleh

⁶Erwandi Tarmizi, “Multi Level Marketing Bolehkah?” dinukil dari buku ‘Harta Haram Muamalat Kontemporer, Cet. Ke-5’, *e-book* Islam di www.ibnumajjah.com, (2013), Diakses pada 12 November 2018, hlm. 7-8.

⁷Erwandi Tarmizi, “Multi Level Marketing Bolehkah?”, hlm. 2.

⁸Yosi Mordani, “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”, <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/7035>, (17 November 2017), diakses pada 28 Juni 2019, hlm. 39.



anak bangsa yaitu Ustad Yusuf Mansur sebagai *owner*. Dalam pemasaran produk Paytren menggunakan sistem penjualan langsung berjenjang syariah atau dikenal dengan sistem *multilevel marketing* (MLM) berbasis syariah.

Pekalongan merupakan daerah yang terletak di Propinsi Jawa Tengah, Indonesia dan dikenal sebagai kota santri. Saat ini banyak bisnis dengan sistem MLM yang berkembang di daerah Pekalongan, termasuk Paytren yang telah memiliki anggota atau mitra kurang lebih satu ribu mitra Paytren, baik mitra pengguna maupun mitra bisnis. Mitra Paytren yang aktif menggunakan aplikasi Paytren kurang lebih 500 mitra atau 50% dari jumlah mitra yang ada. Sekitar 386 mitra Paytren aktif memanfaatkan layanan pembayaran multiguna melalui aplikasi yang disebut juga dengan pengguna, sehingga ada 114 mitra bisnis Paytren di Pekalongan yang menjalankan bisnis (MLM) Paytren.⁹

Sebagai perusahaan yang menjalankan bisnis berbasis syariah, Paytren harus memiliki manajemen dan unsur yang sesuai dengan nilai-nilai Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadits, utamanya etika dalam memasarkan produk tersebut oleh para anggota atau disebut juga mitra Paytren. Bisnis yang baik adalah bisnis yang tidak mengabaikan etika, karena dalam Islam berbisnis bukanlah hanya mencari keuntungan duniawi tetapi juga keberkahan atau keuntungan di akhirat. Selain itu, hakikat berbisnis adalah melayani masyarakat banyak, sehingga dalam menjaga kelangsungan bisnisnya yang tidak merugikan pihak lain yaitu dengan cara menerapkan etika bisnis Islam. Kenyataannya, masih banyak pelaku bisnis Islam yang melanggar etika demi mendapatkan keuntungan

⁹Ahmad, New Bronze Leader Paytren 2019, Wawancara Pribadi, Pekalongan 24 Juni 2019.

yang lebih besar baginya, seperti mengabaikan nilai kejujuran, keadilan, keterbukaan, amanah, dan etika lainnya yang seharusnya diterapkan dalam setiap sendi aktivitas dalam hal ini utamanya aktivitas berbisnis. Hal tersebut dapat menimbulkan dugaan bagi pelaku bisnis dalam hal ini adalah mitra Paytren yang ada di daerah Pekalongan yang merupakan kota santri terkait tentang penerapan etika bisnis Islam. Apakah mitra Paytren melaksanakan etika bisnis Islam secara murni, atau malah mereka mengabaikan etika Islam dalam berbisnis sehingga mereka dapat melanggar perjanjian dan memanipulasi. Ataupun mitra kurang memahami etika bisnis Islam yang sebenarnya. Ataupun mitra memang paham, akan tetapi tidak mau melaksanakannya.¹⁰

Bertitik tolak dari hal di atas, maka penerapan etika bisnis Islam sangatlah penting dalam menjalankan bisnis, terutama bisnis yang berbasis syariah dan berkembang di daerah santri, baik dari jabatan yang tertinggi hingga anggota yang paling bawah dari perusahaan. Hal ini yang menyebabkan peneliti tertarik untuk meneliti dengan mengangkat judul **Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan).**

¹⁰Heri Irawan, "Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", hlm. 5.



B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang, maka dapat dirumuskan identifikasi permasalahannya adalah:

1. Bagaimana pemahaman para mitra Paytren (PT Veritra Sentosa Internasional) di Pekalongan mengenai etika bisnis Islam?
2. Bagaimana penerapan etika bisnis Islam pada mitra PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) di Pekalongan dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* (MLM)?

C. Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pemahaman etika bisnis Islam oleh para mitra Paytren (PT Veritra Sentosa Internasional) dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* di Pekalongan.
2. Untuk mengetahui penerapan etika bisnis Islam pada mitra PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) di Pekalongan dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* (MLM).

Sebagaimana yang diuraikan penulis mengenai tujuan penelitian, maka diharapkan penelitian ini memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada para akademis untuk mengembangkan ilmu, khususnya ilmu Ekonomi Syariah



terutama mengenai penerapan etika bisnis Islam di bisnis *networking* atau penjualan berjenjang, dalam hal ini adalah bisnis yang dijalankan oleh perusahaan syariah di Indonesia yaitu PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Praktisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan evaluasi dalam pemahaman etika bisnis Islam dan penerapannya oleh para mitra Paytren (PT Veritra Sentosa Internasional) di Pekalongan dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* (MLM).

b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana untuk memberikan informasi kepada masyarakat agar lebih berhati-hati dan teliti dalam melakukan transaksi jual beli dan dapat menambah wawasan masyarakat tentang penerapan etika bisnis Islam pada PT Veritra Sentosa Internasional.

D. Telaah Pustaka

Penelitian terdahulu ini dipaparkan dengan maksud sebagai satu kebutuhan yang berguna untuk memberikan kejelasan dan batasan pemahaman informasi. Serta untuk mengkaji kedudukan penelitian antara tulisan yang digunakan relevan dengan pokok permasalahan¹¹, dalam hal ini yang berkaitan dengan tema penulisan proposal skripsi yaitu mengenai “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada

¹¹Heri Irawan, “Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai”, hlm. 10.



Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan)". Adapun penelitian terdahulu yang menjadi bahan referensi bagi peneliti adalah sebagai berikut:

Pertama, penelitian dari Nihayatur Rohmah yang berjudul "Etika Bisnis Syariah dan Implikasinya terhadap Distribusi (Studi Pembacaan atas Manajemen Bisnis HNI HPAI)". Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa PT Herba Penawar Alwahida Indonesia yang dikenal HPAI merupakan perusahaan bisnis network di Indonesia yang berbasis syariah. Penelitian tersebut membahas mengenai etika yang sesuai dengan aturan syariah dalam berbisnis di perusahaan HPAI. Selain itu, penelitian tersebut juga menjelaskan penerapan promosi, poin, bonus, serta royalty yang berbasis syariah dengan menggunakan sistem ju'alah dalam distribusi pemerataan pendapatan.¹²

Kedua, penelitian dari Choirul Huda yang berjudul "Syari'ah dalam Perspektif Pelaku Bisnis MLM Syari'ah Ahadnet Internasional (Studi Kasus di Kota Semarang)". Penelitian tersebut menjelaskan pelabelan kata "Syari'ah" pada penamaan bisnis MLM perlu adanya penafsiran yang tepat, karena jika tidak akan membawa kontraproduktif di kalangan perusahaan, mitra, atau Islamnya sendiri. Penelitian tersebut membahas tentang pemahaman para pelaku bisnis atau disebut Mitraniaga Internasional Ahadnet tentang istilah Syari'ah, yang mana pemahaman

¹²Nihayatur Rohmah, "Etika Bisnis Syariah dan Implikasinya terhadap Distribusi (Studi Pembacaan atas Manajemen Bisnis HNI HPAI)", (Surabaya: Proceedings Ancom, 2017), hlm. 73.

tersebut dapat berpengaruh pada cara mereka melaksanakan bisnis MLM tersebut.¹³

Ketiga, penelitian dari Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni dan Tira Nur Fitria yang berjudul “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam”. Penelitian tersebut termasuk penelitian kualitatif deskripsi, penelitian sastra untuk memeriksa sumber-sumber tertulis. Objek penelitiannya adalah bentuk teks atau tulisan yang menjelaskan tentang MLM. Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui tentang MLM dalam pandangan Islam atau Hukum Islam. Hasil dari penelitian tersebut adalah MLM diperbolehkan dalam pandangan Islam (hukum Islam) selama tidak bententangan dengan hukum Islam atau prinsip-prinsip Syariah.¹⁴

Keempat, penelitian dari Nur Intan yang berjudul “Penerapan Syari’at Islam pada Sistem Multi Level Marketing Syari’ah Herba Penawar Al Wahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru”. Penelitian tersebut membahas tentang sistem MLM syariah pada bisnis Herba Penawar Al Wahida (HPA), faktor-faktor yang menghambat bisnis serta analisis ekonomi Islam terhadap bisnis MLM Syariah tersebut. Dan hasil dari penelitiannya adalah bisnis MLM Syariah HPA di daerah Pekanbaru boleh, karena tidak terdapat hal-hal yang dilarang oleh syariah atau bisnis yang dijalankan sudah sesuai dengan syariah.¹⁵

¹³Choirul Huda, “Syari’ah dalam Perspektif Pelaku Bisnis MLM Ahadnet Internasional (Studi Kasus di Kota Semarang)”, (Medan: *Economica: Jurnal Ekonomi Islam UIN Walisongo*, No. 2, November, IV, 2013), hlm. 55.

¹⁴Agus Marimin, Abdul Haris Romdhoni dan Tira Nur Fitria, “Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam”, (Surakarta: *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, No. 2, Juli, II, 2016), hlm. 105.

¹⁵Nur Intan, “Penerapan Syari’at Islam pada Sistem Multi Level Marketing Syari’ah Herba Penawar Al Wahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru”, (Pekanbaru: *Skripsi Jurusan Ekonomi Islam UIN Sultan Syarif Kasim Riau*, 2011), hlm. 41-49.



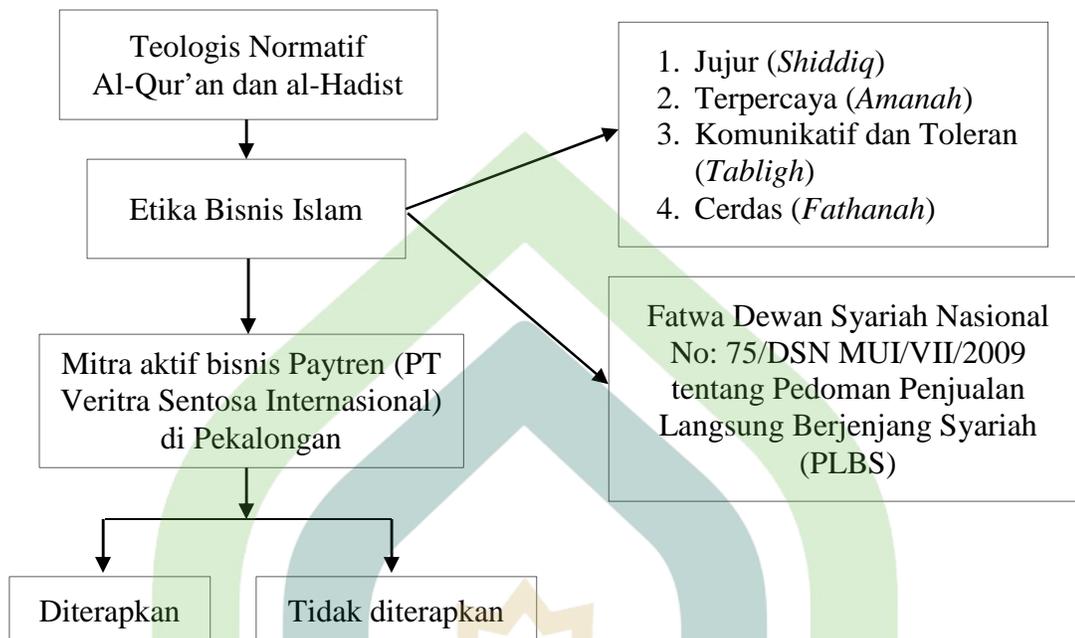
Kelima, penelitian dari Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah yang berjudul “Multi-Level Marketing Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian tersebut membahas tentang perlunya wawasan dan pemahaman yang mendalam dalam menyikapi bisnis MLM, apakah ada hal-hal yang bertentangan dengan syariah atau tidak. Karena semua bentuk bisnis pada dasarnya boleh termasuk bisnis MLM, kecuali terdapat hal-hal yang dilarang oleh syariah. Jika terdapat hal-hal yang dilarang di dalam bisnis, maka bisnis tersebut hukumnya haram atau tidak diperbolehkan.¹⁶

Sedangkan penelitian yang saya angkat kali ini berjudul “Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan)”, yang mana penulis akan membahas mengenai pemahaman tentang etika bisnis Islam dan penerapannya pada mitra PT Veritra Sentosa Internasional di Pekalongan dalam menjalankan bisnis yang menggunakan sistem penjualan langsung berjenjang atau *Multilevel Marketing* (MLM) syariah.

¹⁶Ahmad Mardalis dan Nur Hasanah, “Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam”, (Surakarta: *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah*, No. 1, Februari, I, 2016), hlm. 29.



E. Kerangka Teoritik



Gambar 1.1 Bagan Kerangka Teoritik

Dalam memperoleh gambaran yang lebih jelas dan sebagai kontrol dalam melakukan penelitian lebih lanjut, maka peneliti menggambarkan dalam bentuk kerangka konseptual penelitian seperti pada Gambar 1.1 di atas. Berdasarkan kerangka konseptual tersebut, maka sumber utama yang menjadi rujukan dalam penelitian ini adalah Al-Qur'an dan al-Hadits. Al-Qur'an dan hadits-hadits Nabi merupakan landasan utama yang menjadi pedoman hidup umat manusia dan yang dijadikan pedoman atau acuan dalam memahami masalah yang diteliti. Selain itu, etika bisnis Islam yang dicontohkan oleh Rasulullah saw. (yaitu jujur/*shiddiq*, dapat dipercaya/*amanah*, komunikatif dan toleran/*tabligh*, dan cerdas/*fathanah*) serta etika bisnis Islam berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) juga menjadi patokan dalam memahami masalah yang diteliti, Inilah yang akan

menjadi unsur pokok untuk mengukur praktik penerapan etika bisnis Islam oleh mitra Paytren khususnya mitra yang aktif menjalankan bisnis Paytren dengan sistem MLM di Pekalongan, apakah diterapkan atau tidak.

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan studi mendalam mengenai unit sosial tertentu, yang hasil penelitian ini memberikan gambaran luas dan mendalam mengenai unit sosial tertentu.¹⁷ Jenis penelitian ini adalah antara penelitian pustaka dan penelitian lapangan dengan metode kualitatif yang dilakukan secara deskriptif analisis, yakni memaparkan secara praktis tentang objek yang diteliti beserta hasil penelitian. Metode kualitatif berusaha memahami dan menafsirkan makna suatu peristiwa interaksi tingkah laku manusia dalam situasi tertentu menurut perspektif peneliti sendiri. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami objek yang diteliti secara mendalam.¹⁸

b. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di daerah Pekalongan, terutama Kota Pekalongan, yang mana mitra bisnis dari PT Veritra Sentosa Internasional menjalankan bisnis Paytren.

¹⁷Sidqi Amalia Izzati, "Penerapan Etika Bisnis di Boombu Hot Resto Tegal", (Semarang, *Skripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo*, 2015), hlm. 14.

¹⁸Imam Gunawan, "Metode Penelitian Kualitatif", <http://docplayer.info/36935957-Metode-penelitian-kualitatif-imam-gunawan.html>, (27 September 2016), diakses pada 6 September 2018.



2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan merupakan usaha dalam kegiatan penelitian untuk mengadakan hubungan-hubungan dengan objek yang diteliti. Pendekatan merupakan upaya untuk mencapai target yang telah ditentukan dalam tujuan penelitian. Suharsimi Arikunto menyebutkan bahwa walaupun masalah penelitiannya sama, akan tetapi kadang-kadang peneliti dapat memilih satu antara dua atau lebih jenis pendekatan yang bisa digunakan dalam memecahkan masalah dalam penelitian.¹⁹

Beberapa pendekatan yang peneliti gunakan dalam penelitian ini antara lain:

- a. Pendekatan Teologis Normatif (*syar'i*), pendekatan ini merupakan pendekatan untuk menganalisis ketentuan hukum yang berlaku dan bersumber dari Al-Qur'an dan al-Hadist terhadap masalah yang berhubungan dengan etika bisnis, seperti Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).
- b. Pendekatan Sosiologis, pendekatan ini merupakan pendekatan yang digunakan untuk menganalisis tentang keadaan mitra Paytren yang berada di Pekalongan lengkap dengan berbagai gejala sosial yang saling berkaitan dengan penelitian ini.
- c. Pendekatan fenomenologi, pendekatan ini merupakan pendekatan untuk memahami suatu fakta-fakta yang terjadi maupun peristiwa yang bentuk

¹⁹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, Cet. XIV, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 108.



keadaannya dapat diamati dan dinilai menggunakan kaca mata ilmiah. Pendekatan ini juga digunakan untuk menyatakan fakta-fakta, gejala-gejala maupun peristiwa secara objektif yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Ketiga pendekatan tersebut digunakan oleh peneliti karena pendekatan tersebut dianggap yang paling tepat untuk digunakan, dengan alasan bersifat acuan, sosial dan objektif di dalam mengungkap berbagai hal yang berkaitan dengan objek dan masalah penelitian.

3. Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan menjadi beberapa jenis, antara lain sebagai berikut:

a. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini yaitu data yang didapat melalui sumber primer, seperti data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti secara langsung dari sumbernya. Data primer ini diperoleh peneliti melalui metode wawancara dan observasi. Data primer dari penelitian ini didapat dari hasil wawancara dengan mitra Paytren yang aktif menjalankan bisnis (MLM) Paytren dan mitra lain atau orang yang pernah atau masih berhubungan dengan mitra aktif bisnis (MLM) Paytren. Selain dari hasil wawancara, data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil observasi pada mitra Paytren dalam menjalankan bisnis (MLM) Paytren. Data primer ini sebagai data asli atau data baru yang bersifat *up to date*. Data primer dapat berupa data kualitatif dan kuantitatif.

b. Data Sekunder



Data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang diperoleh peneliti dari sumber data sekunder, seperti dokumen-dokumen dan buku atau referensi yang berkaitan dengan masalah penelitian. Pengambilan data juga dilakukan secara *online* dengan mengikuti kaidah dan aturan sesuai dengan penelitian secara tradisional. Data sekunder ini digunakan sebagai pendukung data primer.

Data dengan berbagai jenis seperti penjelasan di atas dapat diperoleh atau dikumpulkan dari berbagai sumber. Sumber data dalam penelitian ini dapat dikelompokkan dalam dua jenis, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Sumber Data Primer

Sumber data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari informan di lapangan sesuai dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.²⁰ Informan dalam penelitian ini adalah para mitra Paytren yang aktif menjalankan bisnis MLM di daerah Pekalongan, Jawa Tengah, yaitu mitra yang terlebih dahulu bergabung menjadi mitra usaha dan sudah pernah merekrut mitra baru (*upline*). Untuk mendapatkan informasi yang lebih valid, maka peneliti juga mengambil informasi dari informan tambahan yaitu mitra yang direkrut oleh mitra yang terlebih dahulu bergabung atau *upline* (*downline*) atau calon mitra yang pernah menjadi target mitra aktif untuk menjalankan bisnis Paytren dengan jaringan di bawah mitra yang berusaha merekrut. Mitra yang menjadi

²⁰Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 109.



informan utama adalah mitra bisnis *Multilevel Marketing* (MLM) Paytren yang telah bergabung menjadi anggota bisnis minimal tiga bulan lamanya dan aktif menjalankan bisnis Paytren di daerah Pekalongan, Jawa Tengah.

Dalam penelitian ini, jumlah keseluruhan informan untuk mitra Paytren yang aktif menjalankan bisnis di Pekalongan adalah sebanyak 114 mitra. Mengingat banyaknya informan dengan waktu penelitian yang begitu singkat dan biaya serta tenaga yang terbatas, maka dalam penelitian ini peneliti tidak mungkin untuk meneliti seluruh informan, agar peneliti tetap sesuai dengan tujuannya, maka peneliti perlu mengambil sebagian dari informan yang ada dengan maksud untuk memperkecil objek yang diteliti, karena dikhawatirkan penelitian ini tidak maksimal. Menurut Suharsimi Arikunto, apabila subjek yang diteliti kurang dari 100, lebih baik diambil semua sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10%-15% atau 20%-25% atau lebih.²¹ Berdasarkan pengertian tersebut, maka peneliti mengambil 10% dari seluruh informan mitra aktif bisnis MLM Paytren yang berjumlah 114 mitra. Oleh karena itu, dalam penelitian ini yang menjadi informan sebanyak 11 orang. Kerena peneliti beranggapan, bahwa dengan 11 informan tersebut sudah dapat merepresentasikan seluruh mitra Paytren yang aktif menjalankan bisnis *Multilevel Marketing* di Pekalongan. Sedangkan informan tambahan yaitu dari mitra yang berada di bawah jaringan mitra aktif (*downline*) dan mantan calon mitra atau calon mitra

²¹Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, hlm. 112.

yang pernah menjadi target mitra untuk menjalankan bisnis Paytren dengan jaringan di bawah mitra yang berusaha merekrut sebagai penguat argumen data pada penelitian ini.

Dengan demikian, data yang diperoleh secara langsung dari informan tersebut sangat berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Data yang diperoleh, bersumber dari studi lapangan yaitu berupa informasi yang berasal dari hasil wawancara peneliti dengan mitra Paytren yang aktif menjalankan bisnis di daerah Pekalongan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, atau dengan kata lain data tambahan sebagai penguat data misalnya lewat dokumen atau melalui orang lain.²² Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah bentuk dokumen yang telah ada dan yang dapat mendukung penelitian ini, seperti buku dan jurnal ilmiah yang menjelaskan tentang etika bisnis Islam serta dokumentasi penting yang berkaitan dengan permasalahan penelitian ini. Selain itu yang menjadi sumber sekunder dari penelitian ini adalah Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Selanjutnya data yang telah diperoleh, baik dari sumber data primer maupun sumber data sekunder diperbandingkan untuk dianalisis dengan tetap mengutamakan substansi data primer.

²²Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, Cet. XII, (Bandung: Alfabeta, 2011), hlm. 137.



4. Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang digunakan antara lain:

a. Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang dilakukan secara sengaja dan sistematis mengenai fenomena sosial dengan gejala-gejala psikis yang kemudian dilakukan pencatatan oleh peneliti sesuai dengan format yang diamati.²³ Status fenomena yang ditentukan dalam melakukan observasi adalah dengan cara mengamati dan tanpa memberikan pertanyaan.²⁴ Observasi atau pengamatan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mengenai praktik bisnis mitra Paytren (PT Veritra Sentosa Internasional) yang berada di daerah Pekalongan, kemudian melakukan perbandingan yang berkaitan dengan unsur-unsur etika bisnis dalam Islam yang telah dicontohkan oleh Nabi Muhammad saw., apakah sudah diterapkan dengan baik atau malah tidak diterapkan oleh para mitra Paytren dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* (MLM) di Pekalongan.

b. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang

²³Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1991), hlm. 63.

²⁴Sumanto, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, Cet. 1, (Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service, 2014), hlm. 190.



memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²⁵ Peneliti akan mewawancarai pihak-pihak yang dianggap relevan dengan penelitian ini, terutama yaitu mitra yang menjalankan bisnis atau mitra yang berada di jaringan atas (*upline*) dan sebagai penguat dari hasil wawancara tersebut maka peneliti juga mengkonfirmasi data melalui mitra yang berada di jaringan bawah (*downline*) dan calon mitra yang pernah menjadi target mitra untuk menjalankan bisnis Paytren dengan jaringan di bawah mitra yang berusaha merekrut, agar wawancara lebih valid peneliti mencatat hasil wawancara untuk keperluan pengolahan data. Mekanisme wawancara dilakukan dengan cara wawancara terarah (*guided interview*) yang dilakukan secara individual yaitu wawancara peneliti dengan mitra *upline* dan mitra *downline*, serta mantan calon mitra atau orang yang pernah menjadi target mitra aktif bisnis pada Paytren di daerah Pekalongan.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik pengumpulan data yaitu sebagai teknik pelengkap dalam penelitian kualitatif setelah teknik wawancara dan observasi. Dokumentasi merupakan teknik mendapatkan data dengan mempelajari dan mencatat buku-buku, arsip atau dokumen, foto, dan hal-hal yang terkait dengan objek penelitian.²⁶

²⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Cet. XXVIII, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2006), hlm. 186.

²⁶A. Kadir Ahmad, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Makassar: Indobis Media Centre, 2003), hlm. 106.



5. Instrumen Penelitian

Dalam penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian adalah peneliti sendiri. Peneliti sebagai *human instrument* yang berfungsi menetapkan fokus penelitian, memilih informasi sebagai sumber data, melakukan pengumpulan data, menilai kualitas data, analisis data, menafsirkan dan membuat kesimpulan atas temuannya.²⁷ Alat pengambil data atau *instrumen* dapat menentukan kualitas data yang dikumpulkan dan kualitas data tersebut akan menentukan kualitas penelitian. Oleh karena itu, alat pengambil data harus mendapatkan pengamatan yang cermat.²⁸ Pengamatan cermat tersebut dapat dilakukan dengan dipandu oleh beberapa pedoman instrumen diantaranya:

- a. Panduan observasi adalah alat bantu yang dipakai sebagai pedoman pengumpulan data pada proses penelitian.
- b. Pedoman wawancara adalah alat bantu berupa daftar-daftar pertanyaan yang dipakai dalam mengumpulkan data.
- c. Data dokumentasi adalah catatan peristiwa dalam bentuk tulisan langsung, instrumen penilaian, foto kegiatan pada saat penelitian.

6. Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data

a. Teknik Pengolahan Data

Data yang telah dikumpulkan dari lapangan diolah dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Proses pengolahannya melalui tiga tahapan,

²⁷Heri Irawan, "Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", hlm. 46, yang dikutip dari buku Muhammad Ali, *Penelitian Kependidikan Prosedur dan Strategi*, hlm. 85.

²⁸Sumadi Suryabrata, *Metodologi Penelitian*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2006), hlm. 32.

yaitu reduksi data, penyajian data penarikan kesimpulan.²⁹ Data yang dikumpulkan tersebut berasal dari hasil observasi, wawancara secara mendalam dan dari hasil dokumentasi. Pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini, sebagaimana yang telah dijelaskan melalui beberapa tahapan, antara lain adalah:

- 1) Melakukan reduksi data, yaitu suatu proses pemilihan dan pemusatan perhatian untuk menyederhanakan data-data kasar yang diperoleh dari lapangan. Kegiatan ini dilakukan peneliti secara berkesinambungan berkala sejak awal kegiatan pengamatan hingga akhir pengumpulan data. Peneliti kemudian melakukan reduksi atau penyaringan data yang berkaitan dengan praktik bisnis mitra Paytren di Pekalongan.
- 2) Melakukan penyajian data, yaitu setelah peneliti mereduksi data maka langkah selanjutnya ialah menyajikan data ke dalam inti pembahasan yang diuraikan dari hasil penelitian di lapangan. Data yang diperoleh akan diperinci tingkat validitasnya dan selanjutnya akan dianalisis berdasarkan pendekatan kualitatif.
- 3) Melakukan penarikan kesimpulan, yaitu merumuskan kesimpulan dari data-data yang sudah direduksi dan disajikan dalam bentuk naratif deskriptif. Penarikan kesimpulan tersebut dilakukan dengan pola induktif, yaitu kesimpulan umum yang ditarik dari pernyataan yang bersifat khusus.³⁰ Dalam hal ini peneliti mengkaji sejumlah data spesifik mengenai masalah yang menjadi objek penelitian, kemudian membuat

²⁹A. Kadir Ahmad, *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 337.

³⁰Muhammad Arif Tiro, *Masalah dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan*, Cet: I, (Makassar: Andira Publisher, 2005), hlm. 95.



kesimpulan secara umum. Selain menggunakan pola induktif, peneliti juga menggunakan pola deduktif, yaitu dengan cara menganalisis data yang bersifat umum kemudian mengarah kepada kesimpulan yang bersifat lebih khusus,³¹ kemudian peneliti menyusunnya dalam kerangka tulisan secara utuh.

b. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

Analisis data merupakan upaya dalam mencari makna dan menyusun secara berurutan catatan-catatan observasi, wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan disajikan sebagai temuan.³² Analisis data merupakan proses penelaan dan penyusunan secara sistematis semua catatan lapangan hasil pengamatan, transkrip wawancara, dan bahan-bahan lainnya yang dihimpun untuk memperoleh pengetahuan dan pengalaman mengenai data tersebut dan menyampaikannya apa yang sudah ditemukan dari penelitian.³³

Sehingga analisis pengolahan data yang peneliti lakukan adalah dengan menganalisis data hasil observasi, dan wawancara secara mendalam. Kemudian mereduksi data, dalam hal ini peneliti memilah dan memilih data mana yang dianggap relevan dan penting yang berkaitan dengan masalah penelitian ini. Setelah itu, peneliti menyajikan hasil penelitian dan membuat kesimpulan serta implikasi penelitian sebagai bagian akhir dari penelitian ini.

³¹Muhammad Arif Tiro, *Masalah dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan*, hlm. 96.

³²Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Yogyakarta: Rake Sarasin, 1996), hlm. 67.

³³Heri Irawan, "Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai", hlm. 50, yang dikutip dari buku Robert C. Bogdan dan Sari Knopp Biklen, *Qualitative Research in Education; an Introduction to Theory and Methods*, (Boston: Allyn and Bacon, 1998), hlm. 157.



7. Pengujian Keabsahan Data

Penelitian ilmiah merupakan suatu penelitian yang menuntut prosedur ilmiah, sehingga kesimpulan yang diperoleh benar-benar tepat dan objektif. Untuk menguji keabsahan data yang diperoleh guna mengukur validitas hasil penelitian ini, dilakukan dengan meningkatkan ketekunan dalam penelitian,³⁴ yaitu dengan melakukan pengamatan secara lebih seksama, cermat dan berkesinambungan atau dapat dilakukan dengan menggunakan teknik triangulasi.

Triangulasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yaitu membandingkan data yang diperoleh melalui waktu dan teknik yang berbeda, dengan jalan membandingkan hasil observasi pada praktik mitra aktif Paytren dalam menjalankan bisnis dengan data hasil wawancara baik data hasil wawancara dengan mitra aktif Paytren yang menjalankan bisnis MLM maupun hasil wawancara dengan mitra Paytren yang berada di bawah jaringan mitra aktif (*downline*) dan mantan calon mitra atau orang yang pernah menjadi target untuk direkrut mitra aktif, kemudian membandingkan kembali hasil wawancara dengan data dokumentasi mengenai bisnis Paytren yang telah berjalan di daerah Pekalongan.³⁵ Sehingga data awal sampai dengan data akhir diharapkan dapat lebih berkesinambungan dan sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan. Selanjutnya dalam melakukan penarikan kesimpulan hasil akhir penelitian ini lebih sistematis dan tepat sasaran, sehingga data yang diuraikan pada teks sesuai dengan kenyataan atau fakta yang sebenarnya.

³⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D*, hlm. 272.

³⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, hlm. 330-331.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Pemahaman etika bisnis Islam yang sesuai dengan empat sifat utama Rasulullah dan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) pada mitra bisnis Paytren di Pekalongan disimpulkan bahwa mitra bisnis Paytren sangat perlu dan penting mengetahui serta memahami etika bisnis dalam menjalankan bisnis MLM. Namun ada pula mitra bisnis yang beranggapan bahwa tidak mengetahui dan memahami etika bisnis Rasulullah dan Fatwa Dewan Syarian Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah mereka yang minim pengetahuan tentang etika bisnis Islam yang sesuai dengan empat sifat utama Rasulullah dan ketentuan Fatwa Dewan Syarian Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Mereka melihat bahwa mengetahui dan memahami etika bisnis Islam tidak mempunyai peranan apa-apa dalam dunia bisnis.
2. Penerapan etika bisnis islam pada mitra PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) di Pekalongan dalam menjalankan bisnis dengan sistem *Multilevel Marketing* (MLM) sudah lumayan baik. Mayoritas mitra yang telah memahami etika dalam berbisnis yang sesuai dengan Islam juga telah menerapkannya dalam bisnisnya. Akan tetapi masih ada beberapa hal yang perlu disesuaikan dengan etika bisnis Islam seperti yang telah dicontohkan oleh Rasulullah saw.

dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) agar tidak terjadi hal yang tidak diinginkan, seperti merugikan salah satu pihak. Aktivitas bisnis yang diterapkannya prinsip-prinsip etika bisnis yang diajarkan dalam Islam, meliputi jujur dalam menjalankan bisnis seperti tidak memanipulasi data, tidak berlebihan dalam mempromosikan produk dan transparan, berkomunikasi dengan ramah, melakukan transaksi dengan prinsip saling ridho, tidak mengabaikan ibadah, menjalin hubungan baik, bekerja keras dan kerja cerdas serta mengetahui dan menjalankan hak dan kewajiban sebagai mitra bisnis suatu perusahaan sekaligus menjadi tentor atau atasan (*upline*) yang bertanggung jawab membimbing mitra di bawah (*downline*)nya. Namun ada pula mitra bisnis yang lalai terhadap tanggungjawab sebagai pebisnis muslim yang harus mengemban amanah dan tidak ingkar janji dalam menjalankan bisnis yang sesuai dengan etika bisnis Rasulullah dan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS) adalah mereka yang minim pengetahuan tentang etika bisnis Islam yang sesuai dengan empat sifat utama Rasulullah dan ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS).

B. Saran

Penuh dengan kerendahan hati, setelah menyelesaikan pembahasan skripsi ini penulis memberi saran-saran. Hal ini dimaksudkan sebagai kritik konstruktif



yang dilihat di lapangan. Adapun saran-saran yang dapat penulis berikan antara lain:

1. Senantiasa berusaha menjalin komunikasi bisnis yang baik dengan mitra bisnisnya.
2. Meningkatkan kepercayaan diri dalam hal meningkatkan dan mengembangkan bisnis yang dijalankan.
3. Meningkatkan motivasi, kesungguhan serta penerapan etika dalam berbisnis sesuai dengan syariah dan memperhatikan faktor-faktor yang terkandung dalam Islam, seperti mengedepankan kejujuran, kepercayaan, profesional dan transparansi dalam berbisnis.
4. Mengaplikasikan teori-teori etika bisnis yang sesuai dengan empat sifat utama Rasulullah saw. dalam menjalankan bisnisnya.





DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ahmad, A. Kadir. 2003. *Dasar-dasar Metodologi Penelitian Kualitatif*. Makassar: Indobis Media Centre
- Al-Azizi, Furqan. 2013. *Bisnis Joss dengan Energi Gerakan Shalat*. Yogyakarta: Sabil
- Arifin, Johan. 2009. *Etika Bisnis Islami*. Semarang: Walisongo Press
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik, Cet. XIV*. Jakarta: Rineka Cipta
- Baidan, Nashruddin dan Erwati Aziz. 2008. *Etika Islam dalam Berbisnis*. Solo: Zada Haniva
- Djakfar, Muhammad. 2012. *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Jakarta: Penebar Plus
- Fauzia, Ika Yunia. 2013. *Etika Bisnis dalam Islam*. Jakarta: Kencana
- Moleong, Lexy J. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif, Cet. XXVIII*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muhajir, Noeng. 1996. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Rake Sarasin
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UUP AMP YKPN
- Purwanto, Djoko. 2011. *Komunikasi Bisnis, Edisi ke-4*. Jakarta: Erlangga
- Roller, David. 1995. *Menjadi Kaya dengan Multi-Level Marketing, Cet:II*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Subagyo, Joko. 1991. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R & D, Cet. XII*. Bandung: Alfabeta
- Sumanto. 2014. *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian, Cet. I*. Yogyakarta: Center of Academic Publishing Service
- Suryabrata, Sumadi. 2006. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Tarigan, Azhari Akmal. 2016. *Dasar-dasar Etika Bisnis Islam*. Jakarta: FEBI Pers



Tiro, Muhammad Arif. 2005. *Masalah dan Hipotesis Penelitian Sosial-Keagamaan, Cet: I.* Makassar: Andira Publisher

Wijaya, Yahya dan Nina Mariani Noor. 2014. *Etika Ekonomi dan Bisnis Perspektif Agama-agama di Indonesia.* diterjemahkan dari buku Ignace Haaz. "Economic and Business Ethics. Religious Perspectives in Indonesia". Switzerland: Globethics.net

JURNAL DAN SKRIPSI

Ariyadi. 2018. "Bisnis dalam Islam". *Jurnal Hadratul Madaniyah.* Nomor 1. Volume V. Palangka Raya

Ar-Rahmah, Rizka. 2017. "Etika dan Manajemen Bisnis Islam (Studi Kasus di Waroeng Steak and Shake Cabang SM Raja Medan)". *Tesis Magister Ekonomi Islam UIN Sumatera Utara.* Medan

Huda, Choirul. 2013. "Syari'ah dalam Perspektif Pelaku Bisnis MLM Ahadnet Internasional (Studi Kasus di Kota Semarang)". *Economica: Jurnal Ekonomi Islam UIN Walisongo.* Volume IV. Nomor 2. Medan

Intan, Nur. 2011. "Penerapan Syari'at Islam pada Sistem Multi Level Marketing Syari'ah Herba Penawar Al Wahida (HPA) Studi Kasus di Pekanbaru". *Skrripsi Jurusan Ekonomi Islam UIN Sultan Syarif Kasim Riau.* Pekanbaru

Irawan, Heri. 2017. "Penerepan Etika Bisnis Pada Pedagang Sembako di Pasar Sentral Sinjai". *Tesis Magister Ekonomi Syariah UIN Alauddin Makassar.* Makassar

Izzati, Sidqi Amalia. 2015. "Penerapan Etika Bisnis di Boombu Hot Resto Tegal". *Skrripsi Jurusan Ilmu Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo.* Semarang

Mardalis, Ahmad dan Nur Hasanah. "Multi-Level Marketing (MLM) Perspektif Ekonomi Islam". 2016. *FALAH: Jurnal Ekonomi Syariah.* Volume I. Nomor 1. Surakarta

Marimin, Agus, dkk. 2016. "Bisnis Multi Level Marketing (MLM) dalam Pandangan Islam". *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam.* Volume II. Nomor 2. Surakarta

Rofiah, Khusniati. 2014. "Urgensi Etika dalam Sistem Bisnis Islam". *Justicia Islamica Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.* Ponorogo

Rohmah, Nihayatur. 2017. "Etika Bisnis Syariah dan Implikasinya terhadap Distribusi (Studi Pembacaan atas Manajemen Bisnis HNI HPAI)". *Proceedings Ancom.* Surabaya



Sahlan, Ahmad. 2016. “Bisnis Multi Level Marketing”. *Al-Hikmah Jurnal Kependidikan dan Syariah*. Volume IV. Nomor 1. Kediri

SUMBER LAIN

Arif. 2019. “Kode Etik Mitra Bisnis Treni Network”. Syarat dan Ketentuan serta Kode Etik Mitra Bisnis Treni Network. Bandung

Dewan Syariah Nasional. 2015. “Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)”. <https://dsnmui.or.id>, Diakses pada tanggal 2 Februari 2020

Gunawan, Imam. 2016. “Metode Penelitian Kualitatif”. <http://docplayer.info/36935957-Metode-penelitian-kualitatif-imam-gunawan.html>. Diakses pada 6 September 2018

Mordani, Yosi. 2017. “Etika Bisnis dalam Perspektif Islam”. <http://repository.ut.ac.id/id/eprint/7035>. Diakses pada 28 Juni 2019

NF, Farhan. 2019. “Data”. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Data>. Diakses pada tanggal 21 Oktober 2019

Surat Edaran Keputusan *Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL)* oleh Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Tertanggal 8 Juli 2015

Tarmizi, Erwandi. 2013. “Multi Level Marketing Bolehkah?” dinukil dari buku *‘Harta Haram Muamalat Kontemporer, Cet. Ke-5’*, e-book Islam di www.ibnumajjah.com. Diakses pada 12 November 2018

Treni. 2017. “Profil Perusahaan”. <https://old.treni.co.id/profil-perusahaan/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2019

Treni. 2017. “Sejarah Perusahaan”, <https://old.treni.co.id/sejarah-perusahaan/>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2019

Umam, Khoirul. 2018. “Raih Rezeki Maksimal di Era Digital”, bit.ly/Treninet-BerkahIndonesia. Diakses pada tanggal 10 Februari 2020.

Wiyasa, Andri. 2018. “Marketing Plan Bisnis Paytren”. <http://plcnetwork.com/admin&c=marketing-plan-paytren>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2019



DOKUMENTASI

- Ahmad, New Bronze Leader Paytren 2019, Wawancara Pribadi, Pekalongan 20 Agustus 2019
- Ali, Calon Mitra yang pernah ditawari bisnis Paytren oleh Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 5 Oktober 2019
- Asti Astutik, Mitra Bisnis Paytren atau Mitra *Downline*, Wawancara Pribadi, Pekalongan 30 September 2019
- Eko Hadi Wibowo, Junior Silver Leader Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 20 Agustus 2019
- Khoirul Umam, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 13 Oktober 2019
- M. Tarsono, Calon Mitra yang pernah ditawari bisnis Paytren oleh Leader Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 3 Oktober 2019
- Mahrus, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 11 Oktober 2019.
- Nurul Khotimah, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 30 September 2019
- Nurul P, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 28 September 2019
- Sri Wahyuningsih, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 14 Oktober 2019
- Tohir, Leader Paytren Pekalongan, Wawancara Pribadi, Pekalongan 30 September 2019
- Tri Hermawan, Mitra *Downline*, Wawancara Pribadi, Pekalongan 30 September 2019
- Zyazyza Nurma Amalia, Mitra Bisnis Paytren, Wawancara Pribadi, Pekalongan 12 Oktober 2019



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat: Jl. Pahlawan No. 52 Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: www.febi.iainpekalongan.ac.id Email: febi@iainpekalongan.ac.id

Nomor : 1183/ln.30/F.IV/TT.00/12/2019
Lamp : -
Hal : Permohonan Izin Penelitian

12 Desember 2018

Kepada Yth,
Pimpinan PT Veritra Sentosa Internasional (Paytren) Pekalongan

di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Diberitahukan dengan hormat bahwa mahasiswa:

Nama : Vivin Dian Rustina
NIM : 2013115053

adalah mahasiswa Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan. Mahasiswa Sebagaimana tersebut diatas akan melakukan penelitian di lembaga/wilayah yang Bapak/Ibu Pimpin guna keperluan menyusun skripsi dengan judul: **"Penerapan Etika Bisnis Islam Pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional Dalam Menjalankan Bisnis Multilevel Marketing (Studi Kasus: Mitra Paytren Di Pekalongan)"**.

Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon bantuan Bapak/Ibu mengizinkan mahasiswa yang bersangkutan mengadakan riset guna penelitian skripsi tersebut.

Demikian atas kebijaksanaan, izin dan bantuan Bapak/Ibu, kami sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb.



Dekan
Shinta Dewi Rismawati



Lampiran 2



PT VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL
(TRENI)
PAYTREN PEKALONGAN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : TOHIR
Status : LEADER PYTREN
Alamat : DK. SUROLOYO, LEMAH ABANG I, KEC. DORO,
KAB. PEKALONGAN

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Vivin Dian Rustina;
NIM : 2013115053;
Jurusan : Ekonomi Syariah;
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam;
Universitas : IAIN Pekalongan;

Benar telah melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul:
"Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis Multilevel Marketing (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan)" sejak tanggal 18 Juni 2019 sampai dengan tanggal 16 Oktober 2019.

Pekalongan, 17 Oktober 2019
Paytren Pekalongan

TOHIR





Lampiran 3

PEDOMAN WAWANCARA (Interview Guide)

Berikut ini panduan wawancara dengan Mitra aktif menjalankan bisnis Paytren atau *Upline* dalam memahami Etika Bisnis Islam:

1. Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis?
2. Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?
3. Apakah mengetahui dan memahami etika bisnis yang sesuai dengan Islam?
4. Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?
5. Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?
6. Apakah etika bisnis membawa keuntungan?
7. Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?
8. Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

Berikut ini panduan wawancara dengan Mitra aktif menjalankan bisnis Paytren atau *Upline* dalam menerapkan Etika Bisnis Islam:

1. Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
2. Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?
3. Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?
4. Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?
5. Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?
6. Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?
7. Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?
8. Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?



9. Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
10. Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
11. Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?
12. Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?



PEDOMAN WAWANCARA (Interview Guide)

Berikut ini panduan wawancara dengan mitra yang berada di bawah jaringan mitra aktif (*downline*) yang mengetahui mitra aktif menjalankan bisnis Paytren:

1. Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
2. Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Apakah dijelaskan oleh mitra aktif?
3. Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?
4. Apakah pernah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?
5. Apakah mitra aktif selalu menyarankan menggunakan data asli untuk daftar atau masuk?
6. Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
7. Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
8. Apakah pernah mengkomplain produk/pelayanan kepada mitra aktif?
9. Apakah mitra aktif (*upline*) memiliki kepribadian yang baik?

PEDOMAN WAWANCARA

(Interview Guide)

Berikut ini panduan wawancara dengan calon mitra yang pernah diajak untuk bergabung bisnis Paytren oleh mitra aktif:

1. Mengapa belum bergabung di bisnis Paytren?
2. Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?
3. Apakah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?
4. Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
5. Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?





Lampiran 4

HASIL WAWANCARA

Kode:

P = Peneliti

MBU = Mitra Bisnis (*Upline*)

MD = Mitra *Downline*

CM = Calon Mitra (yang pernah menjadi target mitra)

WAWANCARA 1

Narasumber : Bapak Tohir

Alamat : Dk. Suroloyo, Lemah Abang I, Kecamatan Doro, Kabupaten
Pekalongan

Usia : 35 Tahun

Pendidikan : SMP

Pekerjaan Utama : Swasta

Status : Mitra Bisnis (*Upline*), Leader Paytren Pekalongan

Hari, Tanggal : Senin, 30 September 2019

Waktu : Pukul 14:25 WIB

Tempat : Gudang Maem Chicken tempat beliau bekerja, Kraton, Kota
Pekalongan

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Namun memahami hal itu dari kode etik yang dibuat oleh perusahaan. Kode etik mitra bisnis itu menjelaskan bahwa aturan-aturan dari perusahaan yang harus mitra bisnis taati dalam bentuk patuh terhadap syariah.

P : Apakah mengetahui dan memahami etika bisnis yang sesuai dengan Islam?

MBU : Saya pernah mendengar akan hal itu, tetapi saya tidak paham etika bisnis Islam.



- P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?
- MBU : Saya percaya bahwa semua pekerjaan jika kita lakukan dengan baik, pasti bernilai ibadah dan akan mendapatkan pahala, oleh sebab itu saya selalu berusaha berlaku baik, ramah, murah senyum dan memberikan pelayanan yang terbaik terhadap setiap *downline* atau calon mitra dengan harapan agar mereka merasa nyaman dan puas atas pelayanan dan bimbingan yang saya berikan.
- P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?
- MBU : Penting, karena jika ada keterpaksaan dari salah satu pihak itu menjadikan bisnis ini tidak berjalan dengan lancar.
- P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?
- MBU : Tentu saja membawa keuntungan, baik untuk mitra maupun untuk perusahaan. karena dengan adanya aturan-aturan tersebut mitra dapat tertib dalam menjalankan bisnis.
- P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?
- MBU : Saya paham bahwa berbisnis tanpa landasan sikap dan perilaku yang baik akan merugikan diri sendiri dan pihak lain yang berkaitan serta uang yang kita dapat tidak berkah, contohnya seperti tidak berbohong mengatakan apa adanya dan jika ada janji harus menepatinya.
- P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?
- MBU : Saya belum pernah tau tentang ketentuan Fatwa MUI mengenai penjualan langsung, memang saya mengetahui jika mendirikan usaha yang berbasis syariah itu perlu adanya izin dari MUI untuk membuktikan bahwa bisnis tersebut tidak mengandung unsur yang dilarang oleh syariah. Akan tetapi, saya belum pernah membaca atau mengetahui secara detail poin-poin yang ada di dalam ketentuan MUI tersebut.
- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?



MBU : Mempermudah transaksi pembayaran sekaligus dapat beribadah berupa sedekah, fasilitas yang ditawarkan oleh Paytren.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren dan mengajak teman atau orang lain untuk merasakan manfaat dari Paytren, yaitu kemudahan transaksi, berbagi rezeki.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Serta menjelaskan sistem komisi, bisnis, atau bagi hasil yang lain dengan cara tatap muka.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 1,5 juta per bulan semenjak menjadim leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Teman Kerja

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Iya, tentu saja, karena hal tersebut untuk menarik calon mitra agar bergabung. Namun tidak mengada-ada, menjelaskan dengan apa adanya atau kelebihan dari Paytren ini sesuai yang luncurkan dari pusat. Seperti menjelaskan keuntungan. Komisi bisnis hanya akan diterima oleh anggota yang aktif menjalankan bisnis, kalau mitra A berhasil menjual lisensi atau produk lainnya kepada konsumen maka dia mendapat komisi dari perusahaan yang ditranfer ke dalam bentuk saldo. Kemudia mitra yang bertransaksi menggunakan aplikasi juga akan mendapat keuntungan yang lain berupa *cashback* transaksi Paytren 5.17. Komisi yang dikeluarkan oleh perusahaan itu beragam sesuai dengan hasil kerja masing-masing mitra, misalnya ada komisi mentor sebesar 80.000 rupiah itu didapat oleh mitra yang berhasil menjual lisensi kepada pebisnis baru, ada juga komisi BK sebesar 25.000-40.000 rupiah itu bagi mitra yang menjual lisensi lebih dari satu dan ditempatkan berpasangan dalam jaringan bisnis, kemudian ada



komisi BPG sebesar 1.000 rupiah ini untuk mitra yang telah memiliki mitra lain di bawah jaringannya, komisi ini BK atau BPG ini dapat dikatakan bonus dari perusahaan kepada mitra yang berhasil menjalankan bisnis dengan baik. Mentor juga yang berhasil merekrut anggota baru itu tidak boleh lepas dari tanggung jawab, *upline* itu bertugas membimbing *downlinenya* walaupun Paytren telah menyiapkan aplikasi kuliah berupa *Paytren Academy*. Karena belum semua mitra itu cepat paham dengan membaca atau sekedar melihat video di aplikasi tersebut.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Semua yang namanya usaha pasti ada resiko atau kelemahannya, jadi mereka harusnya sudah paham tentang resiko berbisnis.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?

MBU : Data itu sangat penting, baik untuk mendaftar menjadi mitra pengguna ataupun pebisnis maupun untuk menunjukkan kepada calon mitra pada saat promosi atau presentasi. Dan jika perlu ditunjukkan untuk meyakinkan calon mitra, saya tunjukkan aplikasi punya saya sendiri dan tidak merubah apapun karena data di dalamnya yang mengoperasikan *server* pusat, bukan juga punya orang lain misal yang sudah banyak komisinya. Bahkan untuk mendaftarkan orang atau calon mitra, saya sarankan menggunakan identitasnya sendiri. Karena menentang aturan kalau tidak sesuai, serta mempermudah bagi yang pendaftar itu sendiri jika terdapat hal yang tidak terduga seperti lupa *username* atau mau *upgrade*, serta hal lain yang berkaitan dengan aplikasi dan dapat diperbaiki dengan mengisi data sesuai data yang diisikan sewaktu mendaftar pertama.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah dalam menjalankan bisnis Paytren ini belum pernah ingkar janji, walaupun saya tidak bisa memenuhi kesepakatan, saya bicarakan dulu kepada yang terkait setuju atau tidak.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?



MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah dalam menjalankan bisnis, agar bisnis yang dijalani ini berkah tidak ada untuk berlebih-lebihan. Dampaknya dosa dan dipertanggungjawabkan di akhirat.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Pernah, pada waktu *server*-nya agak susah digunakan untuk transaksi, ada beberapa yang berkomentar kalau Paytren tidak bisa diandalkan lagi, tidak lagi mudah, lalu tanya ke saya bagaimana ini? Saya hanya bisa menjelaskan bahwa aplikasi sedang memperbaiki sistem agar lebih berkembang.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Pernah juga, biasanya penilaian baik itu dari orang yang merasa puas setelah gabung menjadi mitra Paytren.

WAWANCARA 2

Narasumber : Saudari Nurul P.

Alamat : Desa Karangjombo, Kecamatan Tirto, Pekalongan

Usia : 22 Tahun

Pendidikan : SMK

Pekerjaan Utama : Karyawan

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Sabtu, 28 September 2019

Waktu : Pukul 15:10 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Desa Karangjombo, Kecamatan Tirto, Pekalongan

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Aturan-aturan yang mengikat mitra bisnis perusahaan agar tidak menyalahi sistem syariah.

P : Apakah mengetahui dan memahami etika bisnis yang sesuai dengan Islam?



MBU : Menurut saya mungkin aturan-aturan yang mengikat mitra bisnis perusahaan agar tidak menyalahi sistem syariah Islam.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Saya kurang tau tentang hal itu, karena saat saya niatkan bergabung dibisnis adalah untuk mempermudah transaksi. Menurut saya ibadah itu ketika kita melakukan kewajiban kita seperti shalat, puasa, haji, membaca Al-Qur'an. Saya melakukan pekerjaan ini dengan tujuan agar kebutuhan kami bisa terpenuhi.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Penting, karena jika ada keterpaksaan dari salah satu pihak itu menjadikan bisnis ini tidak berjalan dengan lancar dan berkah.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : Etika bisnis membawa keuntungan dalam menjalankan bisnis, baik untuk mitra maupun untuk perusahaan. karena dengan adanya aturan-aturan tersebut mitra dapat tertib dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU : Menurut saya jika tentang kejujuran dan amanah itu pasti sebagai pedoman saya untuk menjalankan kegiatan termasuk berbisnis atau bekerja. Karena bagi saya itu nilai yang sangat penting untuk menjaga kepercayaan teman kerja atau mitra bisnis.

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU : Saya belum pernah mengetahui tentang ketentuan MUI tentang penjualan langsung, karena saya belum membaca tentang ketentuan tersebut.

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?

MBU : Saya bergabung karena yang pertama transaksi lebih mudah dan murah, kedua untuk menambah wawasan dan penghasilan, dan yang ketiga untuk menambah pengalaman.



- P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?
- MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren dan mengajak teman atau orang lain untuk merasakan manfaat dari Paytren, yaitu kemudahan transaksi, berbagi rezeki.
- P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Serta menjelaskan sistem komisi, bisnis, atau bagi hasil yang lain dengan cara tatap muka.
- P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?
- MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 120 ribu rupiah per bulan.
- P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?
- MBU : Teman Bermain/Sebaya.
- P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Iya, tentu saja, dalam mempromosikan Paytren kami tidak melebih-lebihkan untuk menarik simpati dari calon mitra, seperti dalam menjelaskan komisi atau bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra yang dinilai pantas mendapatkan sebagai bentuk penghargaan. Kami tidak mempromosikan produk atau bisnis dengan iming-iming bonus yang besar bahkan tidak masuk akal. Kami menjelaskan bahwa bonus akan didapat jika sebanding dengan kerja kerasnya.
- P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?
- MBU : Semua yang namanya usaha pasti ada resiko atau kelemahannya, jadi mereka harusnya sudah paham tentang resiko berbisnis.
- P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?
- MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukan jumlah



komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Belum pernah, karena *downline* saya paham jika ada kendala dalam susahny melakukan transaksi disebabkan dari pusatnya.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Pernah, mitra yang masuk Paytren merasa dibimbing, karena memang saya berusaha agar mitra di bawah saja tidak *off*.

WAWANCARA 3

Narasumber : Saudara Khoirul Umam

Alamat : Kuripan Lor Gang 6, Pekalongan Selatan, Kota Pekalongan

Usia : 20 Tahun

Pendidikan : SMK

Pekerjaan Utama : Swasta

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Minggu, 13 Oktober 2019

Waktu : Pukul 14:40 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Kuripan Lor Gang 6, Pekalongan Selatan

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?



MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Aturan-aturan yang mengikat mitra bisnis perusahaan agar tidak menyalahi sistem syariah.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Saya memahami didalam berbisnis bukan hanya sekedar keuntungan materi saja yang saya cari tetapi juga keuntungan akhirat. Jadi kita berbisnis tergantung pada niat kita, jika niat berbisnis karena Allah sudah pasti bernilai ibadah dan mendapatkan pahala, pasti kita tidak mungkin melakukan perbuatan yang tidak dibenarkan tetapi jika niat kita berbisnis bukan karena Allah, biasanya keuntungan yang kita dapatkan itu tidak berkah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Penting, karena jika ada keterpaksaan dari salah satu pihak itu menjadikan bisnis ini tidak berjalan dengan lancar dan berkah.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : Etika bisnis membawa keuntungan dalam menjalankan bisnis, baik untuk mitra maupun untuk perusahaan. karena dengan adanya aturan-aturan tersebut mitra dapat tertib dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU : iya, untuk saya sendiri sifat Rasulullah merupakan pedoman bagi semua kegiatan yang saya lakukan.

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU : Saya tau kalau Paytren ini telah mengantongi sertifikat dari MUI, tetapi saya tidak mengetahui secara detail tentang ketentuan MUI tentang penjualan langsung.

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?



MBU : Kalau alasan saya bergabung menjadi mitra adalah yang pertama transaksi lebih mudah dan murah, kedua untuk menambah wawasan dan penghasilan, dan yang ketiga untuk menambah pengalaman.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren dan mengajak teman atau orang lain untuk merasakan manfaat dari Paytren, yaitu kemudahan transaksi, berbagi rezeki.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Serta menjelaskan sistem komisi, bisnis, atau bagi hasil yang lain dengan cara tatap muka.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 160 ribu rupiah per bulan semenjak menjadi leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Teman Bermain/Sebaya dan teman kerja.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Iya, tentu saja, dalam mempromosikan Paytren kami tidak melebih-lebihkan untuk menarik simpati dari calon mitra, seperti dalam menjelaskan komisi atau bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra yang dinilai pantas mendapatkan sebagai bentuk penghargaan. Kami tidak mempromosikan produk atau bisnis dengan iming-iming bonus yang besar bahkan tidak masuk akal. Kami menjelaskan bahwa bonus akan didapat jika sebanding dengan kerja kerasnya.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Semua yang namanya usaha pasti ada resiko atau kelemahannya, jadi mereka harusnya sudah paham tentang resiko berbisnis.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?



MBU : Tidak pernah memanipulasi data, karena tidak berani jika tidak sesuai dengan yang sebenarnya. Nanti takutnya terjadi kesalahan, dan itu merupakan hal yang tidak diperbolehkan atau termasuk kategori penipuan.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Belum pernah, karena *downline* saya paham jika ada kendala dalam susahny melakukan transaksi disebabkan dari pusatnya.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Pernah, mitra yang masuk Paytren merasa dibimbing, karena memang saya berusaha agar mitra di bawah saja tidak *off*.

WAWANCARA 4

Narasumber : Bapak Eko Hadi Wibowo

Alamat : Tirto, Pekalongan

Usia : 34 Tahun

Pendidikan : SMA

Pekerjaan Utama : Karyawan

Status : Mitra Bisnis (*Upline*), Junior Silver Leader Paytren

Hari, Tanggal : Selasa, 20 Agustus 2019

Waktu : Pukul 16:10 WIB

Tempat : Hotel Santika Pekalongan

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?



MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Etika itu suatu nilai-nilai yang terkandung dalam setiap aktivitas, termasuk dalam melakukan aktivitas bisnis. Apalagi di Paytren sudah terdapat kode etik yang tidak menyalahi aturan syariah.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Jika bisnis didasari dengan etika, maka bisnis tersebut akan berkah dan juga tercatat sebagai ibadah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Penting, sikap saling ridho dalam menjalankan hubungan itu merupakan kunci yang dapat melancarkan urusan, termasuk dalam berbisnis.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : Etika bisnis membawa keuntungan dalam berbisnis. Karena dengan adanya aturan-aturan yang berlaku tersebut mitra dapat tertib dan tidak merugikan pihak dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU :

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU :

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?

MBU : Menambah pengalaman atau wawasan, mencari kemudahan melalui fasilitas yang disediakan oleh Paytren serta menambah penghasilan.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan manfaat yang lebih dari pada sekadar bayar-bayar, yaitu penghasilan dari bisnis Paytren berupa komisi sebagai bentuk untuk memajukan perekonomian keluarga.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?



MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Menjelaskan apa itu paytren dan bagaimana cara menjalankan bisnisnya. Seperti menjelaskan istilah yang digunakan dalam bisnis Paytren, seperti mitra bisnis yang memiliki mitra di bawah jaringannya dapat disebut *upline*, mitra baru yang bergabung dan berada di jaringan bawah mitra lain disebut *downline*.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 2,7 juta rupiah per bulan.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Teman kerja atau sesama karyawan tempat bekerja.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Iya, dalam mempromosikan Paytren ini tidak ada unsur berlebihan untuk menarik simpati dari calon mitra, seperti dalam menjelaskan komisi atau bonus yang diberikan oleh perusahaan kepada mitra yang dinilai pantas mendapatkan sebagai bentuk penghargaan. Kami tidak mempromosikan produk atau bisnis dengan iming-iming bonus yang besar bahkan tidak masuk akal. Kami menjelaskan bahwa bonus akan didapat jika sebanding dengan kerja kerasnya.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Paytren itu sebenarnya tidak sulit, hanya butuh kerja keras. Jadi kesulitan itu dirasakan oleh orang-orang yang gampang menyerah.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?

MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukkan jumlah komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?



MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Iya beberapa kali, mitra yang sering komplain itu mitra yang merasa kesusahan meyakinkan ke calon mitra, mereka mengeluh bisnis yang dijalankan ternyata susah.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Pernah, mitra yang masuk Paytren merasa diberikan informasi tentang Paytren.

WAWANCARA 5

Narasumber : Saudari Sri Wahyuningsih

Alamat : Sapugarut Gang 13, Pekalongan

Usia : 21 Tahun

Pendidikan : SMK

Pekerjaan Utama : Buruh

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Selasa, 14 Oktober 2019

Waktu : Pukul 15:30 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Sapugarut Gang 13, Pekalongan.

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Etika itu suatu nilai-nilai yang terkandung dalam setiap aktivitas, termasuk dalam melakukan aktivitas



bisnis. Apalagi di Paytren sudah terdapat kode etik yang tidak menyalahi aturan syariah.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Jika bisnis didasari dengan etika, maka bisnis tersebut akan berkah dan juga tercatat sebagai ibadah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Menurut saya sikap ridho dalam berbisnis itu penting, sikap saling ridho dalam menjalankan hubungan itu merupakan kunci yang dapat melancarkan urusan, termasuk dalam berbisnis.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : Etika bisnis membawa keuntungan dalam berbisnis. Karena dengan adanya aturan-aturan yang berlaku tersebut mitra dapat tertib dan tidak merugikan pihak dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU :

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU :

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?

MBU : Menambah pengalaman atau wawasan, mencari kemudahan melalui fasilitas yang disediakan oleh Paytren serta menambah penghasilan.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan manfaat yang lebih dari pada sekadar bayar-bayar, yaitu penghasilan dari bisnis Paytren berupa komisi sebagai bentuk untuk memajukan perekonomian keluarga.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*.



- P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?
- MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 70 ribu rupiah per bulan.
- P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?
- MBU : Teman kerja atau sesama karyawan tempat bekerja.
- P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Iya, dalam mempromosikan Paytren ini tidak ada unsur berlebihan untuk menarik simpati dari calon mitra.
- P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?
- MBU : Paytren itu sebenarnya tidak sulit, jika tidak dapat menjadi pebisnis bisa memanfaatkan fasilitas yang disediakan Paytren yaitu memudahkan transaksi untuk memenuhi kewajiban bayar-bayar.
- P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?
- MBU : Masyarakat Pekalongan itu lebih berminat pada bisnis atau usaha yang dengan produk yang berwujud dengan sistem bisnis yang sama yaitu jaringan seperti bisnis-bisnis produk kecantikan, namun jika saya informasikan tentang Paytren mereka langsung bilang dengan bercanda 'buat apa ikut bisnis yang begitu, konter saja banyak sudah cukup mudah buat beli pulsa, hehe'. Jadi saya tidak lagi menawarkan kepada siapapun lagi. Cukup saya pakai transaksi kebutuhan saya dan keluarga saya sendiri.
- P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
- MBU : Dalam menjalankan bisnis Paytren, jika terjadi gangguan lebih baik terus taerang dan menjelaskan apa adanya.
- P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
- MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.
- P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?
- MBU : Saya pribadi belum pernah, akan tetapi saya pernah mendengar mitra lain mengeluh dan komplain kepada *upline*-nya. Sebenarnya *upline*-nya itu



sudah sering menghubunginya, namun selalu diabaikan, saya tahu karena dia satu jaringan dengan saya dan *upline* dia merupakan saudara sadara saya sendiri.

WAWANCARA 6

Narasumber : Bapak Ahmad
Alamat : Doro, Kabupaten Pekalongan
Usia : 34 Tahun
Pendidikan : SMP
Pekerjaan Utama : Wiraswasta
Status : Mitra Bisnis (*Upline*), New Bronze Leader Paytren 2019
Hari, Tanggal : Selasa, 20 Agustus 2019
Waktu : Pukul 15:45 WIB
Tempat : Hotel Santika Pekalongan

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Namun memahami hal itu dari kode etik yang dibuat oleh perusahaan. Kode etik mitra bisnis itu menjelaskan bahwa aturan-aturan dari perusahaan yang harus mitra bisnis taati dalam bentuk patuh terhadap syariah.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Iya, etika bisnis atau kode etik merupakan ibadah karena sesuai dengan syariah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Sangat penting, karena jika ada keterpaksaan dari salah satu pihak itu menjadikan bisnis ini tidak berjalan dengan lancar dan berkah.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?



MBU : Tentu saja membawa keuntungan, baik untuk mitra maupun untuk perusahaan. karena dengan adanya aturan-aturan tersebut mitra dapat tertib dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU :

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU :

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?

MBU : Mempermudah transaksi pembayaran sekaligus mencari rezeki melalui bisnis Paytren.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren dan mengajak teman atau orang lain untuk merasakan manfaat dari Paytren, yaitu kemudahan transaksi, berbagi rezeki, serta memajukan perekonomian keluarga.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*, menjelaskan cara berbisnis di Paytren, serta menjelaskan sistem komisi, bisnis, atau bagi hasil yang lain dengan melalui media online, kemudian jika memungkinkan dapat juga tatap muka dan/atau jalur pribadi pesan.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 2,8 juta per bulan semenjak menjadim leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Pengguna *gadge* dan media sosial.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?



MBU : Iya, tentu saja, karena hal tersebut untuk menarik calon mitra agar bergabung. Namun tidak mengada-ada, menjelaskan dengan apa adanya atau kelebihan dari Paytren ini sesuai yang luncurkan dari pusat.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Semua yang namanya usaha pasti ada resiko atau kelemahannya, jadi mereka harusnya sudah paham tentang resiko berbisnis.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?

MBU : Data itu sangat penting, baik untuk mendaftar menjadi mitra pengguna ataupun pebisnis maupun untuk menunjukkan kepada calon mitra pada saat promosi atau presentasi. Dan jika perlu ditunjukkan untuk meyakinkan calon mitra, saya tunjukkan aplikasi punya saya sendiri dan tidak merubah apapun karena data di dalamnya yang mengoperasikan *server* pusat, bukan juga punya orang lain misal yang sudah banyak komisinya. Bahkan untuk mendaftarkan orang atau calon mitra, saya sarankan menggunakan identitasnya sendiri. Karena menentang aturan kalau tidak sesuai, serta mempermudah bagi yang pendaftar itu sendiri jika terdapat hal yang tidak terduga seperti lupa *username* atau mau *upgrade*, serta hal lain yang berkaitan dengan aplikasi dan dapat diperbaiki dengan mengisi data sesuai data yang diisikan sewaktu mendaftar pertama.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah dalam menjalankan bisnis Paytren ini selalu mengutamakan janji yang pernah saya ucapkan. Jadi memang tidak sembarangan mengucapkan janji kepada setiap orang. Paytren mempunyai etika sendiri dalam menjalankan bisnisnya. Mitra bisnis Paytren tidak boleh mengucapkan janji mengenai bisnis yang belum pasti dapat dipenuhi di kemudian hari kepada siapapun. Apalagi janji yang diucapkan hanya sebagai kedok untuk menarik mitra baru, seperti menjanjikan bonus yang sangat besar katakanlah bonus mendapatkan rumah kepada calon mitra. Hal itu sangat tidak diperbolehkan dalam bisnis Paytren ini, karena di Paytren



mitra bisnis yang mendapatkan bonus yaitu mitra yang mau bekerja keras dan dibuktikan dengan hasilnya.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah dalam menjalankan bisnis, agar bisnis yang dijalani ini berkah tidak ada untuk berlebih-lebihan. Dampaknya dosa dan dipertanggungjawabkan di akhirat.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Pernah, pada waktu *server*-nya agak susah digunakan untuk transaksi, ada beberapa yang berkomentar kalau Paytren tidak bisa diandalkan lagi, tidak lagi mudah, lalu tanya ke saya bagaimana ini? Saya hanya bisa menjelaskan bahwa aplikasi sedang memperbaiki sistem agar lebih berkembang.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Pernah juga, biasanya penilaian baik itu dari orang yang merasa puas setelah gabung menjadi mitra Paytren.

WAWANCARA 7

Narasumber : Saudari Asti Astutik

Alamat : Sapugarut Gang 4, Pekalongan

Usia : 22 Tahun

Pendidikan : SMK

Pekerjaan Utama : Karyawan Maem Chicken

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Senin, 30 September 2019

Waktu : Pukul 15:00 WIB

Tempat : Tempat Narasumber Bekerja, Rumah Makan 'Maem Chicken'

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?



MBU : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Tapi lebih paham kode etik mitra bisnis. Belum pernah dijelaskan oleh *upline*. Namun pernah disarankan membaca dan mempelajari kode etik mitra bisnis yang dibuat oleh perusahaan.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Iya, etika bisnis atau kode etik yang diterapkan dalam bisnis akan menjadi nilai tambah untuk bisnisnya, dan pada dasarnya bisnis yang tidak menentang nilai agama merupakan ibadah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Penting, karena jika ada keterpaksaan dari salah satu pihak itu menjadikan bisnis ini tidak berjalan dengan lancar dan berkah.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : jika menerapkan kode etik dengan benar, maka akan membawa keuntungan berupa mitra lebih tertib dan tidak menyalahi aturan dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?

MBU : Iya, bagi saya sendiri kejujuran, tidak ingkar, pandai melihat peluang itu perlu dimiliki oleh seorang pebisnis. Oleh karena itu pula hal tersebut juga menjadi pedoman bagi saya sendiri.

P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?

MBU : Saya kurang paham akan hal itu, saya kira perusahaan ini yang sudah mendapatkan sertifikat MUI sudah memiliki pedoman yang sama, untuk itu saya hanya berpacu pada kode etik yang dibuat oleh perusahaan dalam menjalankan bisnis ini.

P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?

MBU : Saya minat bergabung dan menjalankan Paytren karena setiap kali kita transaksi menggunakan aplikasi Paytren itu keuntungannya terdapat bagian



sedekah untuk kaum duafa yang dikelola oleh perusahaan. bukan karena komisi atau bonus dari perusahaan semata, karena setahu saya di Paytren itu jika tidak melakukan transaksi atau menjual lisensi/produk Paytren lainnya itu ya tidak akan dapat komisi atau bonus dari perusahaan.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren dan mengajak teman atau orang lain untuk merasakan manfaat dari Paytren, yaitu kemudahan transaksi, berbagi rezeki.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Secara langsung dan menggunakan lisan. Biasanya menggunakan buku panduan Paytren yang dari perusahaan untuk memudahkan saya dalam presentasi dan kertas untuk menggambarkan jalannya bisnis Paytren. Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Menjelaskan cara menggunakan fasilitas Paytren dan menjalankan bisnisnya.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Paytren 120 ribu rupiah per bulan semenjak menjadi leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Kerabat dan pengguna media sosial.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Mengatakan apa adanya kelebihan dari Paytren, tidak mengada-adakan yang tidak ada.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Kesulitan itu akan datang kepada yang tidak mau belajar, di sini kami bersama-sama belajar, jadi saling bertukar informasi jika ada yang merasa kesulitan, tidak perlu dijelaskan.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?



MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukan jumlah komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Belum pernah secara langsung, tetapi dari saudara ada yang memberi tahu bahwa *downline* saya mengeluh di belakang saya tentang bisnis Paytren ini, saya sudah berusaha menghubunginya tapi nihil, dia mengabaikan. Karena saya sadar bahwa saya harus menjalin hubungan baik dengan para *downline* saya untuk mempermudah dalam membimbingnya.

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Belum Pernah.

WAWANCARA 8

Narasumber : Saudara Mahrus

Alamat : Capgawen, Kecamatan Kedungwuni, Kabupaten Pekalongan

Usia : 20 Tahun

Pendidikan : SMP

Pekerjaan Utama : Buruh

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Jumat, 11 Oktober 2019



- Waktu : Pukul 16:20 WIB
- Tempat : Rumah Narasumber Capgawen, Kecamatan Kedungwuni,
Kabupaten Pekalongan
- P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?
- MBU : Pernah, akhlak-akhlak baik yang harus diterapkan dalam menjalankan bisnis.
- P : Apakah mengetahui dan memahami etika bisnis yang sesuai dengan Islam?
- MBU : Nilai berupa akhlak yang baik dan sesuai dengan Syariah Islam.
- P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?
- MBU : Iya, pada dasarnya bisnis yang tidak menentang nilai agama merupakan ibadah.
- P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?
- MBU : Menurut saya tanpa paksaan dalam memulai atau menjalankan suatu hubungan bisnis itu penting, karena jika ada keterpaksaan tidak akan nyaman dalam menjalankan bisnis.
- P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?
- MBU : Berbisnis dengan dilandasi etika yang sesuai syariah akan membawa keberkahan.
- P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?
- MBU : Iya, empat sifat Rasulullah tersebut menjadi pedoman bagi saya pribadi dalam menjalankan kegiatan usaha.
- P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?
- MBU : Saya belum pernah mengetahui tentang ketentuan MUI tentang penjualan langsung tersebut.
- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?



MBU : Ingin menjalankan bisnis jual beli pulsa, pembayaran-pembayaran elektronik.

P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?

MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren.

P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?

MBU : Dengan media sosial, jika calon mitra itu dekat sejauh-jauhnya daerah tetangga kota, biasanya kesepakatan untuk bertemu dan lanjut menjelaskan melalui tatap muka dan lisan agar mudah diproses saat calon mitra bersedia bergabung. Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Menjelaskan cara menggunakan fasilitas Paytren dan menjalankan bisnisnya.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 80 ribu rupiah per bulan semenjak menjadi leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Teman bermain.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Mengatakan apa adanya kelebihan dari Pyatren, tidak mengada-adakan yang tidak ada.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Tidak, karena kesulitan itu datang jika tidak diusahakan.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?

MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukan jumlah komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?



MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?

MBU : Belum pernah

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Belum Pernah.

WAWANCARA 9

Narasumber : Saudari Zyazya Nurma Amalia

Alamat : Desa Sinangoh Pendeng RT 04 RW 03, Kecamatan Kajen,
Kabupaten Pekalongan

Usia : 21 Tahun

Pendidikan : SMA / S1

Pekerjaan Utama : Mahasiswa

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Sabtu, 12 Oktober 2019

Waktu : Pukul 15:20 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Desa Sinangoh Pendeng RT 04 RW 03,
Kecamatan Kajen, Kabupaten Pekalongan.

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah, nilai-nilai baik yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah mengetahui dan memahami etika bisnis yang sesuai dengan Islam?

MBU : Pernah, nilai-nilai baik yang sesuai dengan syariah Islam dan menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis.



- P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?
- MBU : Iya, pada dasarnya bisnis yang menerapkan etika bisnis seperti yang diajarkan Islam merupakan ibadah.
- P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?
- MBU : Penting, karena sikap saling ridho dapat membawa keberkahan di dalam menjalankan bisnis.
- P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?
- MBU : Berbisnis dengan dilandasi etika yang sesuai syariah akan membawa keberkahan.
- P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?
- MBU : Saya memahami saat menjalankan bisnis atau bekerja itu perlu adanya sifat jujur, amanah atau dapat dipercaya, pandai dalam melihat peluang seperti halnya sifat Rasulullah karena agar bisnis yang kita jalani bisa berkembang dan tidak mengecewakan pihak lain serta mendapat ridha Allah swt dan berkahNya.
- P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?
- MBU : Pernah mengetahui ketentuan MUI tentang penjualan langsung tersebut, tetapi saya tidak begitu paham secara detail poin-poin yang ada di dalamnya.
- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
- MBU : Alasan saya bergabung menjadi mitra Paytren adaah untuk mempermudah pembayaran tagihan, seperti pulsa, listrik, dll.
- P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?
- MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren.
- P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Dengan media sosial, Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Menjelaskan cara menggunakan fasilitas Paytren dan menjalankan



bisnisnya. Untuk presentasi secara langsung agak ragu, karena belum bisa percaya diri dalam meyakinkan calon mitra agar bergabung.

P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?

MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 200 ribu rupiah per bulan semenjak menjadi leader Paytren.

P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?

MBU : Kerabat dekat dan pengguna media sosial.

P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?

MBU : Menyampaikan apa adanya kelebihan dari Pyatren, tidak mengada-adakan yang tidak ada.

P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?

MBU : Tidak, kesulitan atau kendala dalam berbisnis itu muncul dari dirinya sendiri, jika dia seorang yang memiliki kepercayaan dirinya tinggi maka tidak menjadi momok yang menyulitkan.

P : Untuk menarik calon mitra, apakah pernah memanipulasi data?

MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukan jumlah komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.

P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.

P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama.

P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?



MBU : Belum pernah

P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?

MBU : Belum Pernah.

WAWANCARA 10

Narasumber : Saudari Nurul Khotimah

Alamat : Kramatsari III Gang 12, Pekalongan

Usia : 25 Tahun

Pendidikan : SMK

Pekerjaan Utama : Karyawan Maem Chicken

Status : Mitra Bisnis (*Upline*)

Hari, Tanggal : Senin, 30 September 2019

Waktu : Pukul 15:00 WIB

Tempat : Tempat Narasumber Bekerja, Rumah Makan 'Maem Chicken'

P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Jika pernah mendengar atau mendapatkan informasi, bagaimana penjelasan tentang Etika Bisnis?

MBU : Pernah, nilai-nilai baik yang menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah etika bisnis merupakan bagian dari ibadah?

MBU : Iya, pada dasarnya bisnis yang menerapkan etika bisnis seperti yang diajarkan Islam merupakan ibadah.

P : Apakah sikap sama-sama suka atau saling ridha dalam berbisnis itu penting?

MBU : Penting, karena sikap saling ridho dapat membawa keberkahan di dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah etika bisnis membawa keuntungan?

MBU : Berbisnis dengan dilandasi etika yang sesuai syariah akan membawa keberkahan.

P : Apakah empat sifat wajib Rasulullah (*shiddiq, amanah, tabligh, fathanah*) dapat menjadi pedoman dalam menjalankan bisnis?



- MBU : Saya kurang mengetahui tentang empat sifat Rasulullah, yang saya ketahui nilai kejujuran dan amanah. Nilai tersebut memang menjadi pedoman saya dalam menjalankan kegiatan termasuk menjalankan bisnis atau usaha.
- P : Pernahkah mengetahui atau memahami ketentuan Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 75/DSN MUI/VII/2009 tentang Pedoman Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS)?
- MBU : Saya tidak paham tentang Fatwa DSN tentang pedoman PLBS tersebut, malah baru mendengar hal ini sekarang. Saya juga tidak mengetahui maksud dari Fatwa tersebut, maklum saya tidak terlalu paham tentang Fatwa maupun petundang-undangan. Saya mengikuti bisnis ini karena menurut saya tidak merugikan saya dan juga pihak lain.
- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
- MBU : Untuk mempermudah pembayaran tagihan, seperti pulsa, listrik, dll.
- P : Apa alasan menjalankan bisnis Paytren?
- MBU : Mendapatkan penghasilan tambahan dari bisnis Paytren.
- P : Bagaimana cara presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Dengan media sosial, Menjelaskan kemudahan dalam transaksi bayar-bayar menggunakan aplikasi Paytren yang bisa diinstal di *gadget*. Menjelaskan cara menggunakan fasilitas Paytren dan menjalankan bisnisnya. Untuk presentasi secara langsung agak ragu, karena belum bisa percaya diri dalam meyakinkan calon mitra agar bergabung.
- P : Berapa penghasilan per bulan dari bisnis Paytren?
- MBU : Rata-rata pendapatan dari bisnis Pyatren 120 ribu rupiah per bulan semenjak menjadi leader Paytren.
- P : Siapa sasaran utama untuk mempromosikan bisnis?
- MBU : Kerabat dekat dan pengguna media sosial.
- P : Apakah memperlihatkan keunggulan produk sesuai apa adanya produk ketika presentasi kepada calon mitra?
- MBU : Menyampaikan apa adanya kelebihan dari Pyatren, tidak mengada-adakan yang tidak ada.



- P : Apakah pernah menjelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren kepada calon mitra?
- MBU : Tidak, kesulitan atau kendala dalam berbisnis itu muncul dari dirinya sendiri, jika dia seorang yang memiliki kepercayaan dirinya tinggi maka tidak menjadi momok yang menyulitkan.
- P : Apakah pernah memanipulasi data untuk ditunjukkan kepada calon mitra agar meyakinkan atau menarik simpati calon mitra?
- MBU : Ketika calon mitra yang akan mitra ajak bergabung kelihatan ragu, maka kami menunjukkan apa yang telah diraih dalam menjalankan bisnis Paytren yaitu berupa data untuk meyakinkan calon mitra, seperti mengatakan bahwa transaksi menjadi lebih mudah atau mengatakan bahkan menunjukan jumlah komisi atau bonus yang telah didapatnya melalui aplikasi yang ada di *gadget* kita.
- P : Apakah pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
- MBU : Alhamdulillah belum pernah ingkar janji, karena bagi saya kepercayaan dan waktu itu sangatlah berharga.
- P : Apakah pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
- MBU : Tidak pernah, karena tidak berani dengan bersumpah, mengumbar sumpah sama dengan mempermainkan kepercayaan dengan sesama. Memang pelaku bisnis menyatakan atau memberi informasi yang berlebihan hingga berani bersumpah kepada pihak lain.
- P : Apakah pernah mendapatkan komplain produk ataupun pelayanan baik dari mitra bawah (*downline*)nya maupun calon mitra?
- MBU : Belum pernah
- P : Apakah pernah mendapat penilaian baik dari mitra dibawahnya mengenai pelayanan atau cara menjalankan bisnis?
- MBU : Belum Pernah.

WAWANCARA 11

- Narasumber : Saudara Tri Hermawan
Alamat : Kramatsari III Gang 12, Pekalongan



Usia : 30 Tahun
Pendidikan : SMA
Pekerjaan Utama : Karyawan Maem Chicken
Status : Mitra *Downline*
Hari, Tanggal : Senin, 30 September 2019
Waktu : Pukul 15:55 WIB
Tempat : Tempat Narasumber Bekerja, Rumah Makan 'Maem Chicken'

- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
- MD : Mempermudah transaksi untuk kebutuhan rumah tangga dan menambah wawasan.
- P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Apakah dijelaskan oleh mitra aktif? Apakah paham dengan etika bisnis berdasarkan empat sifat wajib Rasulullah?
- MD : Pernah mendengar kode etik bisnis. Belum begitu paham tetapi tidak dijelaskan oleh *upline*, karena saya tidak tanya. Saya kurang paham tentang empat sifat Rasulullah itu dapat menjadi pedoman dalam berbisnis apalagi pedoman etika bisnis Islam, karena saya juga tidak mengetahui istilah etika bisnis.
- P : Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?
- MD : Secara tatap muka dan lisan, tidak memaksa, hanya diyakinkan bahwa Paytren mempunyai fasilitas yang dapat memudahkan transaksi seperti pulsa, listrik, dll. Saya tertarik karena manfaat tersebut.
- P : Apakah pernah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?
- MD : Tidak dijelaskan kesulitannya, hanya menjelaskan tentang fasilitas bayar-bayar. Kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren adalah dalam meyakinkan orang untuk gabung menjadi mitra.
- P : Apakah mitra aktif selalu menyarankan menggunakan data asli untuk daftar atau masuk?



- MD : iya, waktu registrasi ataupun *login* disarankan menggunakan identitas sendiri dan asli.
- P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
- MD : Yang saya tahu, dia tidak melanggar janji terhadap saya.
- P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
- MD : Iya saya tahu bahwa dia tidak mengumbar sumpah, dia tidak bersumpah demi bisnis ini.
- P : Apakah pernah mengkomplain produk/pelayanan kepada mitra aktif?
- MD : Belum pernah, karena sadar bahwa adanya kendala itu sudah menjadi konsekuensi dalam menjalankan bisnis.
- P : Apakah mitra aktif (*upline*) memiliki kepribadian yang baik?
- MD : Iya, dia memiliki kepribadian baik. Dia mendukung para *downline*-nya untuk mengembangkan bisnisnya. Dan yang saya tahu dia rajin bersedekah.

WAWANCARA 12

- Narasumber : Saudari Asti Astutik
- Alamat : Sapugarut Gang 4, Pekalongan
- Usia : 22 Tahun
- Pendidikan : SMK
- Pekerjaan Utama : Karyawan Maem Chicken
- Status : Mitra *Downline*
- Hari, Tanggal : Senin, 30 September 2019
- Waktu : Pukul 15:00 WIB
- Tempat : Tempat Narasumber Bekerja, Rumah Makan 'Maem Chicken'

- P : Apa alasan bergabung menjadi mitra Paytren?
- MD : Kemudahan dalam bertransaksi.



P : Apakah pernah mendengar istilah Etika Bisnis? Apakah dijelaskan oleh mitra aktif?

MD : Pernah mendengar istilah Etika Bisnis. Tapi lebih paham kode etik mitra bisnis. Belum pernah dijelaskan oleh *upline*. Namun pernah disarankan membaca dan mempelajari kode etik mitra bisnis yang dibuat oleh perusahaan.

P : Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?

MD : Secara langsung menggunakan lisan, Beliau tidak pernah memaksa saya dalam hal bisnis Paytren ini, dari awal saya mendaftar melalui beliau, saya memang berminat sendiri dan tidak ada unsur paksaan dari siapapun bahkan dari beliau yang menawarkan produk. Sampai sekarang pun beliau tidak memaksa saya harus ini atau itu, harus ikut pertemuan atau harus mendaftarkan orang dengan jumlah sekian. Malah beliau selalu memotivasi saya untuk semangat menjalankan bisnis Paytren ini.

P : Apakah pernah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?

MD : Tidak dijelaskan kesulitannya, hanya menjelaskan tentang fasilitas bayar-bayar dan cara menjalankan bisnis Paytren.

P : Apakah mitra aktif selalu menyarankan menggunakan data asli untuk daftar atau masuk?

MD : Iya, waktu mendaftar maupun masuk disarankan menggunakan identitas sendiri dan asli.

P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

MD : Yang saya tahu, dia tidak melanggar janji terhadap saya.

P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

MD : Iya saya tahu bahwa dia tidak mengumbar sumpah, dia tidak bersumpah demi bisnis ini.

P : Apakah pernah mengkomplain produk/pelayanan kepada mitra aktif?



MD : Belum pernah, karena sadar bahwa adanya kendala itu sudah menjadi konsekuensi dalam menjalankan bisnis.

P : Apakah mitra aktif (*upline*) memiliki kepribadian yang baik?

MD : Iya, dia memiliki kepribadian baik. Dia mendukung para *downline*-nya untuk mengembangkan bisnisnya. Dan yang saya tahu dia rajin bersedekah.

WAWANCARA 13

Narasumber : Saudara M. Tarsono

Alamat : Desa Langkap, Kecamatan Kedungsuni, Kabupaten Pekalongan

Usia : 29 Tahun

Pendidikan : SD

Pekerjaan Utama : Wiraswasta

Status : Calon Mitra yang pernah ditawari bisnis Paytren oleh Leader Paytren

Hari, Tanggal : Kamis, 3 Oktober 2019

Waktu : Pukul 14:00 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Desa Langkap, Kecamatan Kedungsuni,
Kabupaten Pekalongan

P : Mengapa belum bergabung di bisnis Paytren?

CM : Karena saya belum berminat untuk menjadi mitra Paytren dan harus bayar diawal.

P : Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?

CM : Mitra mempromosikan secara langsung atau tatap muka. Dia menjelaskan jika Paytren dapat memudahkan transaksi bayar-bayar seperti pulsa, listrik, TV, bahkan tiket. Tetapi saat itu yang dia promosikan cenderung agar gabung ke mitra pebisnis yang administrasinya 350 ribu rupiah. Dia juga menjelaskan bahwa di Paytren dapat bersedekah kapan saja. Dia tidak memaksa saya harus gabung saat itu, namun dia terus mencoba meyakinkan



saya untuk menjadi mitra Paytren. Pernah saya tanya apa boleh menggunakan data orang lain? Dia menyarankan agar tidak melakukan itu, lebih baik jika mau daftar menggunakan data sendiri atau asli untuk kebaikan.

P : Apakah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?

CM : Tidak dijelaskan, hanya menjelaskan kelebihan dari produk Paytren itu.

P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?

CM : Tidak begitu tahu bahwa mitra pernah atau tidak melanggar janji. Tetapi saat itu dia menepati janji mau bertamu jam tertentu dan menjelaskan, dia tepati.

P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?

CM : Tidak begitu mengetahui, akan tetapi pada saat presentasi di depan saya dan mempromosikan Paytren, dia tidak mengucapkan sumpah apapun.

WAWANCARA 14

Narasumber : Bapak Ali

Alamat : Desa Banjarejo, Kecamatan Karanganyar, Kabupaten
Pekalongan

Usia : 37 Tahun

Pendidikan : SD

Pekerjaan Utama : Wiraswasta

Status : Calon Mitra yang pernah ditawarkan bisnis Paytren oleh Mitra Bisnis

Hari, Tanggal : Sabtu, 5 Oktober 2019

Waktu : Pukul 11:00 WIB

Tempat : Rumah Narasumber Desa Banjarejo, Kecamatan Karanganyar,
Kabupaten Pekalongan



- P : Mengapa belum bergabung di bisnis Paytren?
- CM : Karena saya belum berminat untuk menjadi mitra Paytren dan masih ragu.
- P : Bagaimana cara presentasi mitra aktif kepadanya? Apakah memaksa dan berlebihan?
- CM : Mitra mempromosikan secara langsung atau tatap muka. Dia menjelaskan jika Paytren dapat memudahkan transaksi bayar-bayar seperti pulsa, listrik, TV, bahkan tiket. Beliau, mitra bisnis Paytren yang pernah presentasi di depan saya dengan maksud mempromosikan produk Paytren tidak memaksa atau mengancam agar saya mau bergabung menjadi mitra. Beliau hanya menjelaskan tentang Paytren dan cara kerjanya. Selain itu juga ada unsur kekerasan darinya kepada saya.
- P : Apakah dijelaskan kesulitan dalam menjalankan bisnis Paytren oleh mitra aktif?
- CM : Tidak dijelaskan, hanya menjelaskan kelebihan dari produk Paytren itu.
- P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah melanggar janji dalam menjalankan bisnis?
- CM : Tidak begitu tahu bahwa mitra pernah atau tidak melanggar janji. Tetapi saat itu dia menepati janji mau bertemu jam tertentu dan menjelaskan.
- P : Apakah mengetahui mitra aktif pernah mengumbar sumpah dalam berbisnis?
- CM : Tidak begitu tahu, akan tetapi pada saat presentasi di depan saya dan mempromosikan Paytren, beliau tidak mengucapkan sumpah apapun.



Lampiran 5

PEDOMAN OBSERVASI

Peneliti menggunakan pedoman observasi yang dirancang/disusun dalam melakukan penelitian. Hal tersebut bertujuan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian. Adapun pedoman observasi dalam penelitian Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan) adalah sebagai berikut:

No.	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Kesesuaian Kode Etik Mitra Bisnis Payten dengan Etika Bisnis Islam		
2.	PEMAHAMAN MITRA BISNIS TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM		
a.	Mitra bisnis memahami etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.		
b.	Mitra bisnis memahami kode etik mitra bisnis dari perusahaan		
c.	Mitra bisnis memahami dan menerapkan etika bisnis yang dicontohkan Rasulullah saw.		
d.	Mitra bisnis memahami dan menerapkan kode etik mitra bisnis dari perusahaan		
e.	Mitra bisnis memahami etika yang sesuai syariah dalam bisnis membawa berkah		
3.	KEJUJURAN (<i>SHIDDIQ</i>)		
a.	Mitra bisnis mengatakan kelebihan atau manfaat apa adanya dalam mempromosikan Paytren		
b.	Mitra bisnis tidak memanipulasi data		



4.	DAPAT DIPERCAYA (<i>AMANAHAH</i>)		
a.	Mitra bisnis selalu menepati janji		
b.	Mitra bisnis tidak mengumbar sumpah dalam berbisnis		
5.	KOMUNIKATIF DAN TOLERANSI (<i>TABLIGH</i>)		
a.	Mitra bisnis menerapkan prinsip suka sama suka atau saling ridho dalam menjalankan bisnis		
b.	Mitra bisnis memberikan penjelasan yang mudah dipahami saat presentasi mempromosikan Paytren		
c.	Mitra bisnis selalu menjelaskan kesulitan bisnis MLM Paytren		
6.	CERDAS DAN TANGGUNG JAWAB (<i>FATHANAHAH</i>)		
a.	Mitra bisnis selalu memberikan informasi yang memadai tentang cara menjalankan bisnis Paytren		
b.	Mitra bisnis bertanggung jawab membimbing <i>downline</i> -nya		



Lampiran 6

HASIL OBSERVASI

Hasil observasi penelitian Penerapan Etika Bisnis Islam pada Mitra PT Veritra Sentosa Internasional dalam Menjalankan Bisnis *Multilevel Marketing* (Studi Kasus: Mitra Paytren di Pekalongan) adalah sebagai berikut:

No.	Aspek yang diobservasi	Keterangan	
		Ya	Tidak
1.	Kesesuaian Kode Etik Mitra Bisnis Payten dengan Etika Bisnis Islam	√	
2.	PEMAHAMAN MITRA BISNIS TENTANG ETIKA BISNIS ISLAM		
a.	Mitra bisnis memahami etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.	√	
b.	Mitra bisnis memahami kode etik mitra bisnis dari perusahaan	√	
c.	Mitra bisnis memahami dan menerapkan etika bisnis yang dicontohkan oleh Rasulullah saw.	√	
d.	Mitra bisnis memahami dan menerapkan kode etik mitra bisnis dari perusahaan	√	
e.	Mitra bisnis memahami etika yang sesuai syariah dalam bisnis membawa berkah	√	
3.	KEJUJURAN (<i>SHIDDIQ</i>)		
a.	Mitra bisnis mengatakan kelebihan atau manfaat apa adanya dalam mempromosikan Paytren	√	
b.	Mitra bisnis tidak memanipulasi data	√	
4.	DAPAT DIPERCAYA (<i>AMANAH</i>)		
a.	Mitra bisnis selalu menepati janji	√	
b.	Mitra bisnis tidak mengumbar sumpah dalam berbisnis	√	



5.	KOMUNIKATIF DAN TOLERANSI (<i>TABLIGH</i>)		
a.	Mitra bisnis menerapkan prinsip suka sama suka atau saling ridho dalam menjalankan bisnis	√	
b.	Mitra bisnis memberikan penjelasan yang mudah dipahami saat presentasi mempromosikan Paytren	√	
c.	Mitra bisnis selalu menjelaskan kesulitan bisnis MLM Paytren		√
6.	CERDAS DAN TANGGUNG JAWAB (<i>FATHANAH</i>)		
a.	Mitra bisnis selalu memberikan informasi yang memadai tentang cara menjalankan bisnis Paytren		√
b.	Mitra bisnis bertanggung jawab membimbing <i>downline</i> -nya	√	





Lampiran 7

Dokumentasi Foto bersama Mitra Paytren di Pekalongan



Wawancara dengan Bapak Tohir, Leader Paytren Pekalongan,
Downline Bapak Ahmad



Wawancara dengan Saudara Khoirul Umam, Mitra Bisnis Paytren



Wawancara dengan Saudari Asti Astatik, Mitra Bisnis Paytren,
Downline Bapak Tohir



Wawancara dengan Saudari Nurul P, Mitra Bisnis Paytren,
Downline Bapak Tohir



Wawancara dengan Saudara Tri Hermawan, Mitra Bisnis Paytren,
Downline Bapak Tohir



Wawancara dengan Saudara M. Tarsono, Calon Mitra yang pernah ditawari bisnis
Paytren



Wawancara dengan Saudari Nurul Khotimah, Mitra Bisnis Paytren,
Downline Bapak Tohir



Wawancara dengan Saudara Mahrus, Mitra Bisnis Paytren



Foto bersama Bapak Eko Hadi Wibowo, Junior Silver Leader Paytren dan Bapak Tohir, Leader Paytren



Foto bersama Bapak Eko Hadi Wibowo, New Bronze Leader Paytren 2019



Wawancara dengan Saudari Sri Wahyuningsih, Mitra Bisnis Paytren,
Downline Saudari Asti Astutik

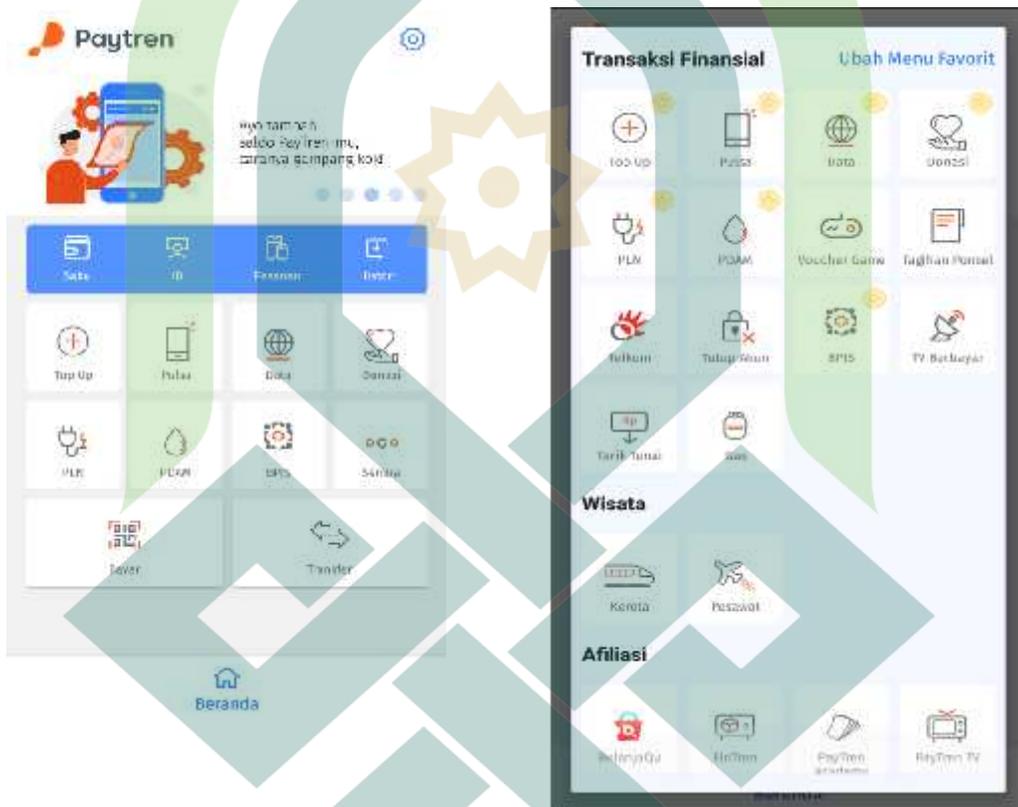


Wawancara dengan Bapak Ali, Calon Mitra yang pernah ditawari bisnis Paytren

Gambar Aplikasi Paytren 5.17 (untuk transaksi)

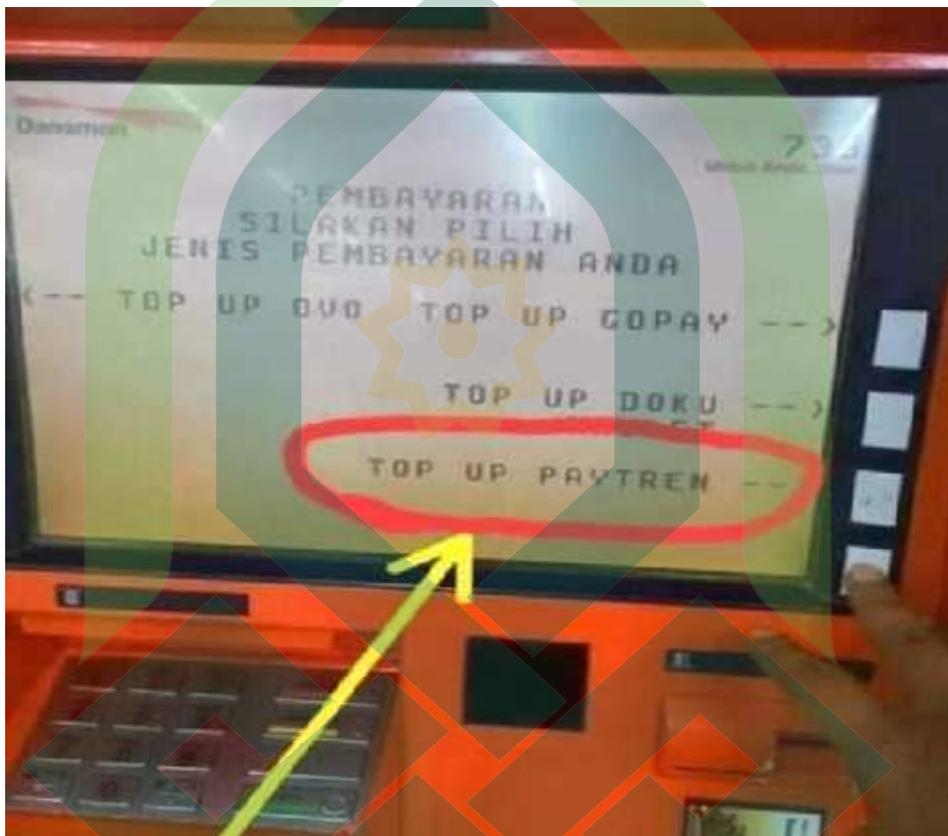


Tampilan Aplikasi Paytren untuk Transaksi





Paytren sudah terdapat di menu ATM untuk melakukan *Top Up* maupun Transaksi dengan Bank Lain





Gambar Mitra Bisnis saat melakukan Presentasi kepada Calon Mitra



Foto Bersama Mitra Bisnis Paytren dalam acara Sosialisasi Pebisnis Treni



**Lampiran 8****DAFTAR RIWAYAT HIDUP****A. IDENTITAS PRIBADI**

Nama : Vivin Dian Rustina
Tempat, Tanggal Lahir : Pekalongan, 27 Januari 1997
Alamat : Jl. Otto Iskandardinata, Duwet No. 461, Sokoduwet
RT/RW:01/09,
No. HP : 085802068738
E-mail : vivindianrustina@gmail.com
Riwayat Pendidikan :
1. MIS Duwet Pekalongan Lulus Tahun 2009
2. SMP Negeri 16 Pekalongan Lulus Tahun 2012
3. SMA Negeri 4 Pekalongan Lulus Tahun 2015
4. Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan Fakultas Ekonomi dan
Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah.

B. DATA KELUARGA

1. Ayah Kandung : Suwarjen;
Pekerjaan : Wiraswasta;
Agama : Islam.
2. Ibu Kandung : Kamilah;
Pekerjaan : Pedagang;
Agama : Islam.
3. Saudara Kandung :
 - a. Nama, Pekerjaan, Agama : Viviq Mela, Ibu Rumah Tangga, Islam;
 - b. Nama, Pekerjaan, Agama : Nur Vita Sari, Guru, Islam;
 - c. Nama, Pekerjaan, Agama : Nita Ftriani, Mahasiswa, Islam;
 - d. Nama, Pekerjaan, Agama : Aida Sakinah, Pelajar, Islam;
 - e. Nama, Pekerjaan, Agama : M. Andre Pancharyan, Pelajar, Islam;
 - f. Nama, Pekerjaan, Agama : Dewi Malita, Pelajar, Islam.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
UNIT PERPUSTAKAAN

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 Faks. (0285) 423418
Website : perpustakaan.iainpekalongan.ac.id Email : perpustakaan@iainpekalongan.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Vivin Dian Rustina
NIM : 2013115053
Jurusan : Ekonomi Syariah
E-mail address : vivindianrustina@gmail.com
No. Hp : 085802068738

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain (.....)

Yang berjudul :

PENERAPAN ETIKA BISNIS ISLAM PADA MITRA PT VERITRA SENTOSA
INTERNASIONAL DALAM MENJALANKAN BISNIS *MULTILEVEL MARKETING*
(STUDI KASUS : MITRA PAYTREN DI PEKALONGAN)

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 11 Juni 2020



VIVIN DIAN RUSTINA
NIM. 2013115053

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam CD.