

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS *PAYTREN*
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**



Oleh

**SUCI RAMADHANI
NIM. 14.2200.071**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS *PAYTREN*
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**



Oleh

**SUCI RAMADHANI
NIM. 14.2200.071**

Skripsi sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)
Pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam
Institut Agama Islam Negeri Parepare

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

**ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS *PAYTREN*
(STUDI DI KOTA PAREPARE)**

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai
Gelar Sarjana Hukum**

**Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah**

Disusun dan diajukan oleh

**SUCI RAMADHANI
NIM. 14.2200.071**

Kepada

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
JURUSAN SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PAREPARE**

2018

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis
: *Paytren* (Studi di Kota Parepare)
Nama : SUCI RAMADHANI
NIM : 14.2200.071
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
SK. Ketua STAIN Parepare No.
Dasar Penetapan Pembimbing : B.2840/Sti.08/PP.00.01/10/2017

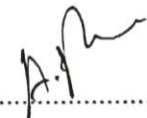
Disetujui Oleh


Pembimbing Utama : Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.

NIP : 19730925 200501 1 004

Pembimbing Pendamping : Syahriyah Semaun, S.E., M.M.

NIP : 19711111 199603 2 003

()

()

Mengetahui:
Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam



Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

SKRIPSI

ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS *PAYTREN*
(STUDI DI KOTA PAREPARE)

Disusun dan diajukan oleh

SUCI RAMADHANI
NIM. 14.2200.071

Telah dipertahankan di depan panitia ujian munaqasyah
Pada tanggal 7 Agustus 2018 dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat

Mengesahkan
Dosen Pembimbing

Pembimbing Utama : Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag.
NIP : 19730925 200501 1 004
Pembimbing Pendamping : Syahriyah Semaun, S.E., M.M.
NIP : 19711111 199603 2 003

(.....)
(.....)

Rektor IAIN Parepare

Ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi
Islam



Dr. Masnunad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002



Budiman, M.HI.
NIP. 19730627 200312 1 004

PENGESAHAN KOMISI PENGUJI

Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis
: *Paytren* (Studi di Kota Parepare)

Nama : SUCI RAMADHANI

NIM : 14.2200.071

Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam

Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Dasar Penetapan Pembimbing : SK. Ketua STAIN Parepare No.
: B.2840/Sti.08/PP.00.01/10/2017

Tanggal Kelulusan : 07 Agustus 2018


Disahkan Oleh Komisi Penguji

Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc., M.Ag. (Ketua) (.....)

Syahriyah Semaun, S.E., M.M. (Sekretaris) (.....)

Dr. St. Jamilah Amin, M.Ag. (Anggota) (.....)

Dr. Arqam Majid, S.Pd., M.Pd. (Anggota) (.....)

Mengetahui:
Rektor IAIN Parepare 




Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si
NIP. 19640427 198703 1 002

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Disetiap desiran aliran darah kita, ditiap tarikan napas kita, dan setiap langkah kaki kita, sudah seharusnya kita selalu mengucapkan syukur atas kemudahan dan kenikmatan dalam mencapai tujuan hidup. Rasa syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Memiliki Mahadaya Ilmu Pengetahuan karena telah mampu menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H) IAIN Parepare. Shalawat dan salam senantiasa mengalir kepada manusia terbaik, manusia pilihan kekasih Sang Maha Pengasih, Nabi mulia Muhammad saw. beserta para keluarga dan sahabatnya.

Penulis mengucapkan terima kasih yang setulus-tulusnya kepada Ayahanda Amiruddin dan Ibunda tercinta St.Hajrah (Almarhumah) serta seluruh keluarga khususnya kepada nenek saya tercinta (Amirah) dengan pembinaan dan berkah doa tulusnya, penulis mendapatkan kemudahan dalam menyelesaikan tugas akademik pada waktunya.

Penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari bapak Dr. H. Rahman Ambo Masse, Lc. M.Ag. selaku Pembimbing I dan ibu Syahriyah Semaun, S.E., M.M selaku Pembimbing II, atas segala bantuan dan bimbingan yang telah diberikan, penulis ucapkan banyak terima kasih.

Selanjutnya, penulis juga mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Ahmad Sultra Rustan, M.Si selaku rektor IAIN Parepare yang telah bekerja keras mengelola pendidikan di IAIN Parepare.
2. Bapak Budiman, M.HI. selaku ketua Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam atas pengabdianya telah menciptakan suasana pendidikan yang positif bagi mahasiswa

3. Bapak Aris, S.Ag., M.HI selaku penasehat prodi Hukum Ekonomi Syariah serta bapak dan ibu dosen jurusan Syariah dan Ekonomi Islam.
4. Kepala perpustakaan IAIN Parepare beserta seluruh jajarannya yang telah memberikan pelayanan kepala penulis selama menjalani studi di IAIN Parepare, terutama dalam penyelesaian skripsi ini
5. Bapak Dr. H. Mukhtar Yunus, Lc., M.Th.I selaku penehat akademik penulis sekaligus kepala Pusat PASIH beserta jajarannya yang telah mengizinkan penulis tinggal di Asrama Putri selama 4 tahun.
6. Kakak Faridah binti Abdul Rauf, S.Pd.I, M.Pd. dan teman-teman Pembina Asrama Putra dan Putri, teristimewa untuk Intan Pertiwi, Eka Safitri, Hasniati, Asriani, Hasbawati dan St. Sakinah yang selama ini berjuang bersama.
7. Saudara(i) seperjuangan pada prodi HES angk.2014. Spesial untuk Syamsul, Rismawati, Hartina Basri, Rezki Amaliah S, Sri Devi Sartika, Fitri Mustapa, dan Herma Mahir.

Penulis tidak lupa pula mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan motivasi, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Semoga Allah swt. bekenan menilai segala kebajikan sebagai amal jariah dan memberikan rahmat serta pahala-Nya.

Akhirnya, penulis menyampaikan kiranya pembaca berkenan memberikan saran konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini.

Parepare, 23 Juli 2018

Penulis



SUCI RAMADHANI
14.2200.071

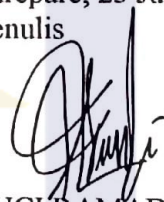
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Mahasiswa yang bertandatangan di bawahini:

Nama : SUCI RAMADHANI
NIM : 14.2200.071
Tempat/Tgl. Lahir : Masepe, 18 Januari 1996
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Jurusan : Syariah dan Ekonomi Islam
JudulSkripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren*
(Studi di Kota Parepare)

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar merupakan hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa ia merupakan duplikat, tiruan, plagiat, atau dibuat oleh orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Parepare, 23 Juli 2018
Penulis


SUCI RAMADHANI
14.2200.071

ABSTRAK

Suci Ramadhani. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis Paytren (Studi di Kota Parepare)* (dibimbing oleh H. Rahman Ambo Masse dan Syahriyah Semaun).

Paytren merupakan bisnis yang berbasis *Multi Level Marketing* dan berupa aplikasi yang digunakan untuk memudahkan melakukan transaksi pembayaran seperti pulsa, tagihan listrik, dan lain-lain. *Paytren* akan memberikan bonus, *reward*, dan *cashback* transaksi setelah menjalankan bisnisnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terhadap sistem transaksi, sistem pemasaran, serta penentuan komisi pada bisnis *paytren*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dan dalam mengumpulkan data menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

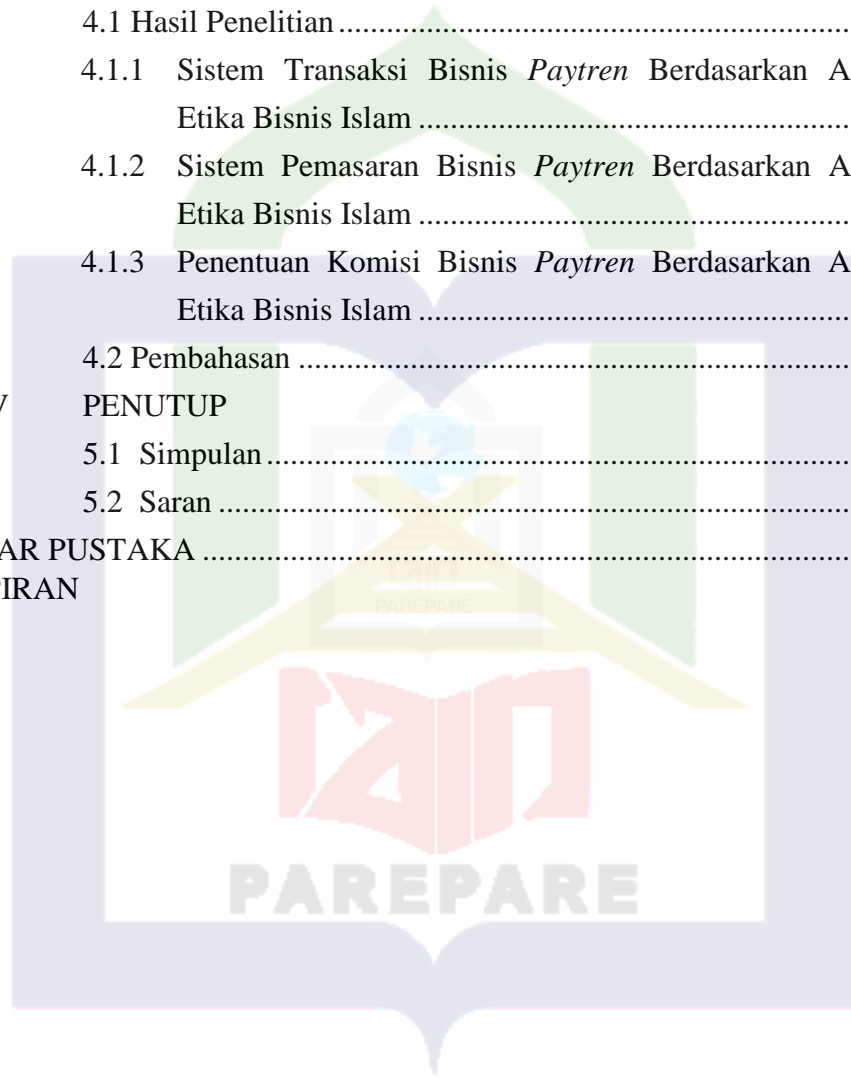
Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) sistem transaksi pada bisnis *paytren* menerapkan prinsip etika bisnis Islam yaitu prinsip kesatuan dan keseimbangan karena adanya kesatuan harga dan keseimbangan pemasukan dan pengeluaran; (2) sistem pemasaran bisnis *paytren* menerapkan prinsip kehendak bebas dan tanggung jawab karena mitra *paytren* bebas memasarkan bisnisnya dan *leader* bertanggung jawab terhadap mitranya; serta (3) penentuan komisi pada bisnis *paytren* menerapkan prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, dan tanggung jawab. Namun, tidak menerapkan prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran karena ada mitra yang mendapatkan bonus tidak sesuai dengan aturan yang ditetapkan.

Kata Kunci: *Paytren*, Etika Bisnis Islam, Bisnis *Online*

DAFTAR ISI

| | | Halaman |
|------------------------------------|---|---------|
| HALAMAN SAMPUL | | i |
| HALAMAN JUDUL..... | | ii |
| HALAMAN PENGAJUAN..... | | iii |
| PENGESAHAN SKRIPSI | | iv |
| PENGESAHAN KOMISI PEMBIMBING | | v |
| PENGESAHAN KOMISI PENGUJI..... | | vi |
| KATA PENGANTAR | | vii |
| PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI..... | | ix |
| ABSTRAK | | x |
| DAFTAR ISI..... | | xi |
| DAFTAR TABEL..... | | xiii |
| DAFTAR GAMBAR | | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | | xv |
| BAB I | PENDAHULUAN | |
| | 1.1 Latar Belakang Masalah | 1 |
| | 1.2 Rumusan Masalah..... | 5 |
| | 1.3 Tujuan Penelitian | 5 |
| | 1.4 Kegunaan Penelitian | 6 |
| BAB II | TINJAUAN PUSTAKA | |
| | 2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu..... | 7 |
| | 2.2 Tinjauan Teoritis..... | 11 |
| | 2.2.1 Teori Etika Bisnis..... | 11 |
| | 2.2.2 Teori Bisnis | 19 |
| | 2.2.3 Teori <i>Multi Level Marketing</i> (MLM)..... | 23 |
| | 2.3 Tinjauan Konseptual..... | 27 |
| | 2.4 Kerangka Pikir | 33 |
| BAB III | METODE PENELITIAN | |
| | 3.1 Jenis Penelitian | 35 |
| | 3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian | 35 |

| | | |
|---------------|---|----|
| | 3.3 Fokus Penelitian..... | 36 |
| | 3.4 Jenis dan Sumber Data yang Digunakan | 36 |
| | 3.5 Teknik Pengumpulan Data..... | 37 |
| | 3.6 Teknik Analisis Data | 39 |
| BAB IV | HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | |
| | 4.1 Hasil Penelitian | 43 |
| | 4.1.1 Sistem Transaksi Bisnis <i>Paytren</i> Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam | 43 |
| | 4.1.2 Sistem Pemasaran Bisnis <i>Paytren</i> Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam | 54 |
| | 4.1.3 Penentuan Komisi Bisnis <i>Paytren</i> Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam | 59 |
| | 4.2 Pembahasan | 65 |
| BAB V | PENUTUP | |
| | 5.1 Simpulan..... | 72 |
| | 5.2 Saran | 73 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 75 |
| | LAMPIRAN | |



DAFTAR TABEL

| No. Tabel | Judul Tabel | Halaman |
|-----------|---|---------|
| 4.1 | <i>Cashback</i> Transaksi Pribadi, Transaksi Mitra yang Kita Daftarkan Langsung dan Transaksi Komunitas | 62 |



DAFTAR GAMBAR

| No. Gambar | Judul Gambar | Halaman |
|------------|---|---------|
| 2.1 | Bagan Kerangka Pikir | 34 |
| 4.1 | Mekanisme Transaksi Bisnis <i>Paytren</i> | 43 |



DAFTAR LAMPIRAN

| No. Lamp. | Judul Lampiran |
|------------------|---|
| 1 | Surat Izin Usaha Perdagangan Langsung |
| 2 | Sertifikat DSN-MUI <i>Paytren</i> |
| 3 | Gambaran Umum Lokasi Penelitian |
| 4 | Pedoman Wawancara |
| 5 | Hasil Penelitian Melalui Aplikasi <i>Whatsapp</i> |
| 6 | Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari IAIN Parepare |
| 7 | Surat Izin Melaksanakan Penelitian dari Pemerintah Daerah |
| 8 | Surat Keterangan Meneliti |
| 9 | Surat Keterangan Telah Meneliti |
| 10 | Surat Keterangan Wawancara |
| 11 | Dokumentasi |
| 12 | Biografi Penulis |

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era digital, internet jelas telah mengubah hidup begitu banyak orang dalam waktu yang relatif singkat, kini siapapun bisa menghasilkan uang dari rumah melalui media sosial, hanya saja tidak semua orang siap berbisnis secara *online*, mulai dari kendala legalitas, modal, pengetahuan, produk, pemasaran dan pengiriman barang.

Motivasi utama kegiatan bisnis adalah laba yang didefinisikan sebagai perbedaan antara penghasilan dan biaya-biaya yang dikeluarkan. Dalam bisnis, para pengusaha harus dapat melayani pelanggan dengan cara yang menguntungkan untuk kelangsungan hidup perusahaan dalam jangka panjang, selain harus mengetahui kesempatan-kesempatan baru untuk memuaskan keinginan-keinginan pembeli.¹

Sebuah perusahaan, pemasar dituntut untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Daya saing yang semakin meningkat kemudian melatarbelakangi banyak perusahaan memunculkan formulasi baru dalam strategi pemasaran diantaranya MLM atau *Multi Level Marketing*.

Praktek penjualan dengan sistem MLM memungkinkan kerugian bagi banyak masyarakat. Adanya unsur *gharar* atau ketidakjelasan dalam bertransaksi dan menuntut para mitra membayar sejumlah uang tanpa mendapat produk seperti halnya *money game*. *Money Game* biasanya terdapat pada *marketing-plan* dengan skema piramida dan itu diharamkan dalam Islam. Allah swt. Berfirman dalam Q.S. An-Nisa (4): 29.

¹Husain Umar, *Bussiness an Introduction* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000) h. 34.

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالِكُمْ بَيْنَكُمْ بِلَبِطٍ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢١﴾

Terjemahnya:

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.²

Berdasarkan ayat di atas, Allah swt. melarang kita memakan harta secara bathil atau tidak sesuai dengan hukum syar'i seperti riba, jual beli atau hal serupa lainnya yang mengandung tipu daya tetapi yang dianjurkan dengan jalan suka sama suka atau saling ridho.

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK), manusia menjadi sangat terbantu, misalnya semakin mudahnya dalam hal komunikasi. Salah satu contohnya yaitu *handphone* yang dulunya adalah kebutuhan mewah, saat ini hampir seluruh masyarakat memilikinya.

Sekarang ini, semakin pesatnya aplikasi berbasis *android* mendorong masyarakat beralih dan menggunakan aplikasi ini untuk menunjang kegiatan sehari-harinya. Hal ini karena lebih banyak fitur-fitur kemudahan, kegunaan, lebih hemat dan bisa dilakukan dari mana saja dalam kegiatan betransaksi. Seperti halnya PPOB (*Payment Point Online Bank*) yang menyediakan loket-loket pembayaran pada umumnya. Namun, semakin hari mulai pudar dan tergeser dengan hadirnya kemudahan sebuah aplikasi berbasis *android*. Salah satu aplikasi yang dimaksud

²Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Surabaya: Mekar Surabaya, 2004), h. 122.

adalah aplikasi layanan teknologi di bidang *micropayment* dengan perangkat lunak bernama *Paytren*.

Paytren adalah salah satu perusahaan yang berbasis *e-commerce*.³ *Paytren* merupakan produk dari Treni (PT. Veritra Sentosa Internasional) yang dapat digunakan pada semua *handphone* (melalui aplikasi android), dengan mudah atau sederhana maka kita dapat melakukan pembayaran melalui ATM/ *Internet Banking* dan hanya berlaku di lingkungan komunitas tertutup/intern (Komunitas Treni). *Paytren* termasuk bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) yang bergerak dengan sistem pengembangan jaringan dengan konsep *binary* (bina kanan bina kiri). *Paytren* memberikan keuntungan kepada mitra berupa bonus, *reward* dan *cashback* transaksi baik transaksi pribadi atau transaksi komunitas pada jaringan.

Menjadi bagian dari bisnis *paytren* tidak serta merta digunakan begitu saja, tetapi harus membayar biaya pendaftaran atau biaya pembelian lisensi sebesar Rp. 350.000,-, setelah itu mitra baru *paytren* akan mendapatkan hak usaha full lisensi dan saldo *cashback* sebesar Rp. 15.000,-. Jika dilihat, *cashback* yang didapatkan sangat sedikit jika dibandingkan dengan biaya pendaftarannya.

Setiap melakukan transaksi akan ada *cashback* yang nominalnya berbeda tergantung dari jenis transaksi yang dilakukan. Peluang penghasilan ini sangat kecil dan tidak akan mampu menutupi modal awal dan biaya operasional perusahaan, maka ditambahkan sistem MLM sebagai bisnis utamanya supaya lebih menarik dan mudah merekrut member dan membuat perusahaan dapat beroperasi. Pola sistem MLM *Paytren* melalui sistem dimana nantinya *leader* mendapat keuntungan langsung dari

³*E-Commerce* didefinisikan sebagai proses pembelian dan penjualan produk, jasa dan informasi yang dilakukan secara elektronik dengan memanfaatkan jaringan komputer. Salah satu jaringan yang digunakan adalah internet. Suiyuk, "Pengertian E-Commerce", *Blog Suiyuk*. <https://suiyuk.wordpress.com/2012/10/17/pengertian-e-commerce/> (12 November 2017)

penjualan lisensi seperti bonus penjualan pengembangan komunitas dan pengembangan penjualan langsung.

Berdasarkan fakta tersebut, bonus pada bisnis *paytren* tersebut memang terlihat kecil. Tetapi penghasilannya bisa mencapai puluhan ribu perminggu. Melihat dari hasil bonus yang didapatkan jika sekilas memang terjadi eksploitasi. Sementara pada tahun 2009 DSN-MUI kemudian memunculkan fatwa tentang Penjualan Langsung Berjenjang Syariah (PLBS). Ada beberapa ketentuan yang harus dipenuhi oleh pemohon Penjualan Langsung Berjenjang Syariah yaitu: Obyek transaksi riil yang diperjualbelikan berupa barang atau produk jasa dan barang ataupun produk jasa yang diperdagangkan bukan sesuatu yang diharamkan dan atau yang dipergunakan untuk sesuatu yang haram. Transaksi dalam perdagangan tidak boleh mengandung unsur *gharar* atau ketidakjelasan, *maysir* atau judi, *riba*, *dzulm*, dan *maksiat*. Tidak adanya *excessive mark-up* yaitu kenaikan harga/biaya yang berlebihan, sehingga merugikan konsumen karena tidak sepadan dengan kualitas/manfaat yang diperoleh.⁴

Selain itu, bisnis yang dilakukan harus sesuai dengan etika. Bisnis merupakan aktivitas manusia secara keseluruhan dalam upaya mempertahankan hidup, mencari rasa aman, memenuhi kebutuhan sosial dan harga diri serta mengupayakan pemenuhan aktualisasi diri, yang pada kesemuanya secara intern terhadap nilai-nilai etika.⁵ Etika dibutuhkan dalam bisnis ketika manusia mulai menyadari bahwa di bidang bisnis justru telah menyebabkan manusia semakin tersisih dari nilai-nilai kemanusiaan dan mendorong munculnya egoisme dan praktek monopoli, sifat ingin menguasai apa saja tanpa pernah merasa puas.

⁴ Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, "Fatwa DSN-MUI No. 75 Tahun. 2009", *Situs Resmi DSN-MUI*, h. 6. 75-Pedoman_PLBS.pdf (12 Januari 2018)

⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islami* (Yogyakarta: UPP-AMP YKPN, 2004) h. 61.

Berdasarkan latar belakang diatas, penulis tertarik untuk membahas lebih dalam tentang operasional (tata cara) pada bisnis *Paytren* di Kota Parepare dan sehubungan dengan program kerja *Paytren* apakah sudah sesuai dengan etika bisnis Islam, sehingga untuk kedepannya tidak ada keraguan dalam berbisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penulis merumuskan beberapa pokok permasalahan yang akan menjadi pembahasan. Adapun pokok permasalahan tersebut sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana sistem transaksi bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam?
- 1.2.2 Bagaimana sistem pemasaran bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam?
- 1.2.3 Bagaimana penentuan komisi bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah dirumuskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1.3.1 Untuk mengetahui sistem transaksi bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam
- 1.3.2 Untuk mengetahui sistem pemasaran bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam
- 1.3.3 Untuk mengetahui penentuan komisi bisnis *paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Akademis

1.4.1.1 Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan untuk menambah keilmuan terutama dalam bidang hukum ekonomi syariah.

1.4.1.2 Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjelaskan analisis etika bisnis Islam terhadap bisnis *paytren*

1.4.2 Kegunaan Praktis

1.4.2.1 Bagi peneliti: Untuk pengembangan wawasan keilmuan dan sebagai sarana penerapan dari ilmu pengetahuan yang selama ini peneliti peroleh selama dibangku kuliah.

1.4.2.2 Bagi pemerintah setempat: penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pegangan awal bagi pemerintah dalam pengembangan dan pemberdayaan masyarakat.

1.4.2.3 Bagi masyarakat: hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi para pebisnis, khususnya bisnis *paytren* untuk mewujudkan bisnis yang sukses dan sesuai dengan etika bisnis Islam.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan hasil penelitian pada intinya dilakukan untuk mendapatkan gambaran tentang hubungan topik yang akan diteliti dengan penelitian sejenis yang pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya sehingga tidak ada pengulangan dalam penelitian kali ini.

Sepanjang penelusuran referensi yang telah penulis lakukan, ada beberapa penelitian terdahulu yang terkait dengan masalah bisnis *online* yang berbasis MLM (*Multi Level Marketing*).

2.1.1 Penelitian yang dilakukan oleh Sarah Mutiarani dengan judul “*Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*”. Pada penelitian ini dibahas mengenai sistem kerja MLM (*Multi Level Marketing*) pada bisnis *Oriflame* ditinjau dari hukum Islam. Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa mekanisme sistem kerja Bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) *Oriflame* pada umumnya adalah menjual, mengajak dan mengajarkan, membangun organisasi, serta membina dan memotivasi. Pandangan hukum Islam terhadap bisnis MLM (*Multi Level Marketing*) *Oriflame* adalah boleh dilakukan karena termasuk dalam kategori muamalah yang hukum asalnya mubah (boleh) sampai ada dalil yang melarangnya.⁶

⁶Sarah Mutiarani, *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri: Surakarta, 2017) h. 72-73. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/787/1/SKRIPSI%20FULLTEXT.pdf> (diakses 13 Januari 2018)

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Sarah Mutiarani dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis yaitu dari objek penelitiannya dan dari segi kajian keilmuannya, pada penelitian terdahulu tersebut objek penelitiannya adalah bisnis *Oriflame* dan kajian keilmuannya menggunakan hukum Islam sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan kajian keilmuan etika bisnis Islam dan objek penelitiannya adalah bisnis *Paytren*. Adapun persamaan dari penelitian Sarah Mutiarani dengan penelitian penulis yaitu sama-sama meneliti bisnis *online* dengan sistem *multi level marketing*.

2.1.2 Penelitian kedua oleh Wardatul Wildiana dengan judul “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)*”. Adapun hasil dari penelitian tersebut yaitu pertama, praktek jual beli pulsa *handphone* di PT. VSI, beberapa hal telah sesuai dengan syarat dan rukun jual beli. Namun terdapat pula hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan syariah maupun ketentuan perundang-undangan. Hal yang tidak sesuai atau kurang terpenuhi adalah pada syarat jual beli tidak diperbolehkan mengandung gharar atau ketidakjelasan, dalam hal ini terjadi pada fase perekrutan anggota menjadi mitra pengguna yaitu, pembelian KP25. Kedua, dalam perspektif hukum Islam pada pelaksanaan jual beli pulsa sistem MLM di PT. VSI Semarang telah sesuai dengan hukum Islam dalam hal ini telah sesuai dengan syarat dan rukun jual beli. Namun, dalam praktek pelaksanaan jual beli pulsa pada sistem ini terdapat unsur gharar. Dikatakan demikian karena pada sistem pembelian KP25, pihak perusahaan tidak menjelaskan diawal akad terkait keharusan untuk melakukan deposit kembali. Sehingga dalam hal ini unsur

'an-taradhin (kerelaan) diantara kedua pihak belum sepenuhnya terpenuhi. Adapun pada pembagian komisi ada beberapa tidak sesuai dengan ketentuan Fatwa DSN MUI No. 75 Tahun 2009, yaitu komisi atau bonus yang tidak berkaitan langsung dengan nilai penjualan atau volume penjualan.⁷

Penelitian yang dilakukan oleh Wardatul Wildiana memiliki persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis. Adapun persamaannya yaitu sama-sama objek penelitiannya tentang *paytren* atau PT. VSI. Sedangkan yang membedakan antara kedua penelitian tersebut terletak pada ruang lingkup objek penelitian, pada penelitian Wardatul Wildiana cakupannya hanya sebatas pulsa *handphone* akan tetapi penelitian penulis mencakup keseluruhan transaksi pada bisnis *paytren*. Selain itu, perbedaannya juga terletak pada kajian keilmuannya dan lokasi penelitian.

2.1.3 Penelitian ketiga dilakukan oleh Kurnia Maya dengan judul “*Strategi Pemasaran Multi Level Marketing pada PT. Raja Walet Parepare*”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) Pada dasarnya cara kerja pemasaran dengan strategi pemasaran *multi level marketing* pada PT. Raja Walet Parepare berorientasi pada prestasi dari setiap anggota atau distributornya. Para distributor dituntut untuk menjual produk dengan cara memprospek mitra baru dan mengembangkan jaringan seluas-luasnya. 2) Dari konsep strategi pemasaran, ditinjau dari manajemen bisnis syariah, dapat dikatakan belum sesuai, ada beberapa indikator yang belum memenuhi manajemen bisnis

⁷Wardatul Wildiana, *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Universitas Islam Walisongo: Semarang, 2015) h. 129-130 <http://eprints.walisongo.ac.id/4858/1/102311077.pdf> (diakses 13 Januari 2018)

syariah, yaitu terletak pada strategi produk yang menjadi objek bisnis tersebut, produk yang dipasarkan tersebut tidak memiliki izin sertifikasi halal dari LP POM MUI. Adapun dari segi pemberian komisi atau bonusnya, perusahaan memberikan iming-iming atau janji-janji kepada mitra bisnisnya yang berlebih-lebihan.⁸

Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Kurnia Maya dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu dari segi objek penelitiannya. Pada penelitian Kurnia Maya membahas tentang PT. Raja Walet sedangkan penelitian penulis membahas tentang *paytren*. Adapun persamaannya yaitu sama-sama membahas mengenai bisnis *multi level marketing* dan lokasi penelitian yang sama yaitu di kota Parepare.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu tersebut, terdapat persamaan dengan penelitian ini, yaitu dari segi bisnis *online* dan *multi level marketing*nya. Akan tetapi, penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti berbeda dengan penelitian terdahulu, karena belum ada yang membahas secara khusus mengenai mekanisme berbisnis dalam bisnis *Paytren* berdasarkan analisis etika bisnis Islam. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan judul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren*”.

⁸Kurnia Maya, *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing pada PT. Raja Walet Parepare*, (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare, 2017) h. 69.

2.2 Tinjauan Teoritis

2.2.1 Teori Etika Bisnis

2.2.1.1 Pengertian Etika Bisnis

Pengertian etika berasal dari bahasa Yunani *Ethos* berarti adat istiadat atau kebiasaan. Hal ini berarti etika berkaitan dengan nilai-nilai, tata cara hidup yang baik, aturan hidup yang baik, dan segala kebiasaan yang dianut dan diwariskan dari satu orang ke orang lain atau dari satu generasi ke generasi yang lainnya.⁹

Sementara *Ethics* yang menjadi padanan dan etika, secara etimologi berarti *'the discipline dealing with what is good and bad and with moral duty and obligation'*, *'a set of moral principles or values'*, *'a theory or system of moral values.'*¹⁰ Ini artinya, kedisiplinan mengarah pada kewajiban nilai dan moral yang baik dan buruk, seperangkat prinsip moral dan nilai, sebuah teori atau sistem nilai moral.

Sehingga etika merupakan studi standar moral yang tujuan eksplisitnya adalah menentukan standar yang benar atau didukung oleh penalaran yang baik. Etika mencoba mencapai kesimpulan moral antara yang benar dan salah, serta moral yang baik dan buruk.

Adapun moralitas berasal dari bahasa latin *Mos* yang dalam bentuk jamaknya *Mores* berarti adat istiadat atau kebiasaan. Jadi pengertian secara umum, etika dan moralitas, sama-sama berarti sistem nilai tentang bagaimana manusia harus hidup baik sebagaimana manusia yang telah diinstitusionalisasikan dalam sebuah adat

⁹Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011) h. 5.

¹⁰Faisal Badroen, *et al.*, ads., *Etika Bisnis dalam Islam*, Edisi I (Cet. 2; Jakarta: Kencana, 2007) h. 5.

kebiasaan yang kemudian terwujud dalam pola perilaku yang konsisten dan berulang dalam kurun waktu yang lama sebagaimana layaknya sebuah kebiasaan.¹¹

Berdasarkan uraian di atas, dapat dikatakan bahwa etika bisnis merupakan perangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma di mana para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.¹²

Etika bisnis dapat berarti pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja.

2.2.1.2 Macam-macam Etika dalam Bisnis

2.2.1.2.1 Etika dalam Kegiatan Produksi

Kegiatan produksi berarti membuat nilai yang bermanfaat atas suatu barang atau jasa, produksi dalam hal ini tidak diartikan dengan membentuk fisik saja. Sehingga kegiatan produksi ini mempunyai fungsi menciptakan barang dan jasa yang sesuai dengan kebutuhan. Para pakar ekonomi berkata bahwa kegiatan produksi pada hakikatnya hanyalah penciptaan bagi pemanfaatan, bukan penciptaan barang

¹¹Agus Arijanto, *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, h. 5.

¹²Faisal Badroen, *et al.*, ads., *Etika Bisnis dalam Islam*, h. 15.

(materi).¹³ Berkaitan dengan etika produksi ini Allah swt. berfirman dalam Q.S Al-Baqarah/2: 29

هُوَ الَّذِي خَلَقَ لَكُمْ مَّا فِي الْأَرْضِ جَمِيعًا ثُمَّ أَسْتَوَىٰ إِلَى السَّمَاءِ فَسَوَّاهُنَّ سَبْعَ سَمَوَاتٍ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ ﴿٢٩﴾

Terjemahnya:

Dia-lah Allah, yang menjadikan segala yang ada di bumi untuk kamu dan dia berkehendak (menciptakan) langit, lalu dijadikan-Nya tujuh langit. Dan Dia Maha mengetahui segala sesuatu.¹⁴

Oleh karena itu, akhlak utama yang wajib diperhatikan oleh kaum muslimin dalam produksi, baik secara individual maupun secara bersama ialah bekerja pada bidang yang dihalalkan oleh Allah swt. Menurut Qardhawi, tujuan produksi ialah untuk memenuhi kebutuhan setiap individu serta mewujudkan kemandirian umat.¹⁵

2.2.1.2.2 Etika dalam Kegiatan Pemasaran

Bisnis tidak dapat dipisahkan dari aktifitas pemasaran. Sebab pemasaran merupakan aktifitas perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengawasan atas program-program yang dirancang untuk menghasilkan transaksi pada target pasar, guna memenuhi kebutuhan perorangan atau kelompok berdasarkan asas saling menguntungkan, melalui pemanfaatan produk, harga, promosi dan distribusi. Namun, aktifitas pemasaran harus selalu mengedepankan konsep Islami yang mengahrapkan

¹³Warda, *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. (Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare, 2015) h. 15.

¹⁴Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, h. 13.

¹⁵ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 103.

rahmat dan ridha dari Allah swt. Dengan demikian, aktifitas pemasaran harus didasari pada etika dalam bauran pemasarannya yang diklasifikasikan sebagai berikut:

2.2.1.2.2.1 Etika pemasaran dalam konteks produk

1. Produk yang halal dan *thoyyib*
2. Produk yang berguna dan dibutuhkan
3. Produk yang berpotensi ekonomi dan benefit
4. Produk yang bernilai tambah yang tinggi
5. Dalam jumlah yang berskala ekonomi dan sosial
6. Produk yang dapat memuaskan masyarakat

2.2.1.2.2.2 Etika pemasaran dalam konteks harga

1. Beban biaya produksi yang wajar
2. Sebagai alat kompetisi yang sehat
3. Diukur dengan kemampuan daya beli masyarakat
4. Margin perusahaan yang layak
5. Sebagai alat daya tarik bagi konsumen

2.2.1.2.2.3 Etika pemasaran dalam konteks distribusi

1. Kecepatan dan ketetapan waktu
2. Keamanan dan keutuhan barang
3. Sarana kompetisi memberikan pelayanan kepada masyarakat
4. Konsumen mendapat pelayanan tepat dan cepat

2.2.1.2.2.4 Etika pemasaran dalam konteks promosi

1. Sarana memperkenalkan barang
2. Informasi kegunaan dan kualifikasi barang
3. Sarana daya tarik barang terhadap konsumen

4. Informasi fakta yang ditopang kejujuran¹⁶

2.2.1.2.3 Etika dalam Kegiatan Konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan utama dalam kegiatan produksi. Karena orang yang mengonsumsi yang akan mendorong terjadinya proses produksi dalam sebuah kegiatan bisnis yang disebut dengan konsumen. Tujuan utama konsumen adalah mencari kepuasan tertinggi dari barang atau jasa yang memenuhi kriteria kepuasan. Meskipun demikian konsumen tetap harus mempertimbangkan *mashlahah* dari pada *utilitas*.¹⁷

Jadi, konsumen tidak boleh melupakan *mashlahah* dalam kegiatan konsumsi hanya untuk memuaskan diri sendiri. Jika kita berbelanja hendaklah mendahulukan kepentingan diri dari pada keinginan. Karena keinginan sifatnya tidak terbatas dan akan membawa kepada sifat boros.

2.2.1.3 Etika Bisnis Rasulullah saw.

Agar kegiatan bisnis yang dilakukan dapat berjalan harmonis dan menghasilkan kebaikan dalam kehidupan, maka pelaku usaha harus menjadikan bisnis yang dilakukan terwarnai dengan nilai-nilai etika. Salah satu sumber rujukan etika dalam bisnis adalah etika yang bersumber dari tokoh teladan agung manusia di dunia, yaitu Rasulullah saw. beliau telah memiliki banyak panduan etika untuk praktek bisnis, antara lain :

¹⁶Muhammad, *Etika Bisnis Islam*, h. 100-101.

¹⁷Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, (Cet. 4; Jakarta: Rajawali Pers, 2012) h. 128.

- 2.2.1.3.1 Prinsip esensi dalam bisnis adalah kejujuran. Dalam doktrin Islam kejujuran merupakan syarat fundamental dalam kegiatan bisnis.
- 2.2.1.3.2 Kesadaran tentang signifikansi sosial kegiatan bisnis, pelaku bisnis menurut Islam tidak hanya sekedar mengejar keuntungan tetapi juga berorientasi kepada sikap *ta'awud* (menolong orang lain) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis.
- 2.2.1.3.3 Tidak melakukan sumpah palsu. Praktek sumpah palsu dalam kegiatan bisnis saat ini sering dilakukan karena dapat meyakinkan pembeli dan dapat meningkatkan daya beli atau pemasaran. Namun, harus disadari bahwa meskipun keuntungan yang diperoleh berlimpah, tetapi hasilnya tidak berkah.
- 2.2.1.3.4 Ramah-tamah. Seorang pelaku bisnis harus bersikap ramah dalam melakukan bisnis.
- 2.2.1.3.5 Tidak boleh berpura-pura menawar dengan harga tinggi, agar orang lain tertarik membeli dengan harga tersebut.
- 2.2.1.3.6 Tidak boleh menjelekkkan bisnis orang lain.
- 2.2.1.3.7 Tidak melakukan ihtikar. Ihtikar adalah menumpuk dan menyimpan barang dalam masa tertentu dengan tujuan agar harganya suatu saat menjadi naik dan memperoleh keuntungan besar.
- 2.2.1.3.8 Takaran, ukuran dan timbangan.
- 2.2.1.3.9 Bisnis tidak boleh mengganggu kegiatan ibadah kepada Allah.
- 2.2.1.3.10 Membayar upah sebelum kering keringat karyawan. Maksudnya pembayaran upah tidak boleh ditunda-tunda.
- 2.2.1.3.11 Tidak monopoli.

2.2.1.3.12 Tidak boleh melakukan bisnis dalam kondisi eksisnya bahaya (mudharat) yang dapat merugikan dan merusak kehidupan individu dan sosial. Misalnya larangan melakukan bisnis senjata disaat terjadi kekacauan.

2.2.1.3.13 Bisnis dilakukan dengan sukarela tanpa adanya paksaan.

2.2.1.3.14 Bisnis dilakukan bersih tanpa unsur riba.¹⁸

2.2.1.4 Prinsip-prinsip Etika Bisnis Islam

Pada dasarnya prinsip-prinsip yang berlaku dalam bisnis yang baik sesungguhnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan sehari-hari. Prinsip-prinsip ini sangat berhubungan erat dengan nilai-nilai yang dianut dalam kehidupan masyarakat. Berikut beberapa prinsip-prinsip yang dianut dalam etika bisnis Islam, yaitu:

2.2.1.4.1 Unity (Persatuan)

Alam semesta termasuk manusia, adalah milik Allah swt. yang memiliki kemahakuasaan (kedaulatan) sempurna atas makhluk-Nya. Konsep tauhid (dimensi vertikal) berarti Allah sebagai Tuhan Yang Maha Esa menetapkan batas-batas tertentu atas perilaku manusia sebagai khalifah, untuk memberikan manfaat pada individu tanpa mengorbankan hak-hak individu lainnya.¹⁹

Konsep ini menggabungkan kedalam sifat homogen semua aspek yang berbeda-beda dalam kehidupan seorang muslim: ekonomi, politik, agama, dan masyarakat, serta menekankan gagasan mengenai konsistensi dan keteraturan. Konsep ini juga memiliki pengaruh yang mendalam terhadap diri seorang muslim.²⁰

¹⁸ Veithzal Rivai, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa, *Islamic Business and Economic* (Jakarta: Pt. Bumi Aksara, 2012), h.39.

¹⁹Faisal Badroen, *et al.*, eds., *Etika Bisnis dalam Islam*. h. 89.

²⁰Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 53.

2.2.1.4.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

Keseimbangan atau *'adl*, menggambarkan dimensi horizontal ajaran Islam, dan berhubungan dengan harmoni segala sesuatu di alam semesta. Dalam beraktivitas di dunia kerja dan bisnis, Islam mengharuskan untuk berbuat adil, tak terkecuali kepada pihak yang tidak disukai. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholder* dari perilaku adil seseorang.²¹

2.2.1.4.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Pada tingkat tertentu, manusia diberikan kehendak bebas untuk mengendalikan kehidupannya sendiri manakala Allah swt. menurunkannya ke bumi. Dengan tanpa mengabaikan kenyataan bahwa ia sepeuhnya dituntun oleh hukum yang diciptakan Allah swt., ia diberi kemampuan untuk berpikir dan membuat keputusan, untuk memilih apapun jalan hidup yang ia inginkan dan yang paling penting, untuk bertindak berdasarkan aturan apapun yang ia pilih.²²

Manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak di pasar. Oleh sebab itu, pasar seharusnya menjadi cerminan dari berlakunya hukum penawaran dan permintaan yang dipresentasikan oleh harga, pasar tidak terdistorsi oleh tangan-tangan yang sengaja mempermainkannya.²³

2.2.1.4.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

²¹Faisal Badroen, *et al.*, ads., *Etika Bisnis dalam Islam*. h. 91.

²²Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 55-56.

²³Faisal Badroen, *et al.*, ads., *Etika Bisnis dalam Islam*. h. 94.

Berdasarkan konsep tanggung jawab, Islam membedakan antara *fard al 'ayn* (tanggung jawab individu yang tidak dapat dialihkan) dan *fard al kifayah* (tanggung jawab kolektif yang diwaliki oleh sebagian kecil orang).²⁴

Aksioma tanggung jawab individu begitu mendasar dalam ajaran-ajaran Islam. terutama jika dikaitkan dengan kebebasan ekonomi. Penerimaan pada prinsip tanggung jawab individu ini berarti setiap orang akan diadili secara personal di hari kiamat kelak.²⁵

2.2.1.4.5 Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Kebenaran dalam konteks ini selain mengandung makna kebenaran lawan dari kesalahan, mengandung pula dua unsur yaitu kebajikan dan kejujuran. Dalam konteks bisnis kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi) proses mencari atau memperoleh komoditas pengembangan maupun dalam proses upaya meraih atau menetapkan keuntungan. Dengan prinsip kebenaran ini maka etika bisnis Islam sangat menjaga dan berlaku preventif terhadap kemungkinan adanya kerugian salah satu pihak yang melakukan transaksi, kerjasama atau perjanjian dalam bisnis.²⁶

2.2.2 Teori Bisnis

Berdasarkan ilmu ekonomi, bisnis adalah suatu organisasi yang menukar barang atau jasa kepada konsumen atau bisnis lainnya, untuk mendapatkan laba. Secara historis kata bisnis berasal dari bahasa Inggris *business*, dari kata dasar *busy*

²⁴Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 56.

²⁵Faisal Badroen, *et al.*, ads., *Etika Bisnis dalam Islam*. h. 100.

²⁶Zona Ekis, "Prinsip-prinsip Dasar dalam Etika Bisnis Islam", *Situs Resmi Zona Ekis*. <http://zonaekis.com/prinsip-prinsip-dasar-dalam-etika-bisnis-islam/> (27 Desember)

yang berarti sibuk dalam konteks individu, komunitas ataupun masyarakat. Dalam artian, sibuk mengerjakan aktifitas dan pekerjaan yang mendatangkan keuntungan. Secara etimologi, bisnis berarti keadaan dimana seseorang atau sekelompok orang sibuk melakukan pekerjaan yang menghasilkan keuntungan.²⁷

Bisnis menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah usaha komersial di dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang.²⁸ Menurut Skinner bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menuntungkan atau memberi manfaat. Sementara Anogara dan Soegiastuti mendefinisikan bisnis sebagai aktivitas jual beli barang dan jasa. Selain itu, Straub dan Attner mendefinisikan bisnis adalah suatu organisasi yang menjalankan aktifitas produksi dan penjualan barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen untuk memperoleh profit.²⁹

Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa bisnis adalah suatu aktifitas jual beli barang dan jasa yang saling menguntungkan. Dalam dunia bisnis terdapat beberapa jenis bisnis seperti bisnis manufaktur, bisnis jasa, bisnis pengecer dan distributor, bisnis pertanian dan pertambangan, bisnis transportasi, bisnis informasi, bisnis utilitas, bisnis *real estate*, dan bisnis yang paling banyak dilakukan oleh masyarakat modern saat ini adalah bisnis *online*.³⁰

2.2.3 Teori Bisnis Online

2.2.3.1 Pengertian Bisnis Online

²⁷“Bisnis”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis> (20 Februari 2018)

²⁸Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008) h. 200.

²⁹ Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 37.

³⁰ “Bisnis”, *Wikipedia the Free Encyclopedia*. <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis> (20 Februari 2018)

Kehadiran internet membuat perusahaan bisa berubah secara radikal. Perusahaan yang ada di pelosok desa bisa berubah menjadi perusahaan global hanya dengan memasarkan produknya melalui internet, sehingga dikenal oleh konsumen/pembeli mancanegara. Di samping bisa memasarkan produk ke pelosok dunia, ternyata melalui internet aliran distribusi produk juga bisa ditelusuri.

Aktivitas bisnis dengan menggunakan media internet dinamakan *electronic commerce (E-Commerce)*³¹ atau yang sering disebut dengan bisnis *online*. *E-Commerce* dapat didefinisikan sebagai satu set dinamis teknologi, aplikasi dan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik.³²

Kemudahan yang ditawarkan oleh *e-commerce* bukan berarti tanpa resiko, terutama bagi pembeli. Sekalipun tiap negara sudah ada peraturan mengenai hukum kontrak, kemungkinan terjadinya penipuan selalu ada. Bentuk-bentuk penipuan yang biasanya terjadi dalam menggunakan *e-commerce* adalah barang yang dijadikan objek ternyata tidak sesuai dengan kualifikasi yang dicantumkan dalam situs, atau barang yang ditawarkan statusnya bukan milik penjual sehingga ia sebenarnya tidak mempunyai kewenangan untuk menjual barang tersebut. Bahkan lebih parah lagi jika terjadi barang yang dipasarkan tidak ada di penjual. Hal-hal tersebut sangat sulit diketahui bagi pembeli jika menggunakan *e-commerce*.³³

³¹Jusmaliani, *et al.*, eds., *Bisnis Berbasis Syariah*, (Cet. 1, Jakarta: Bumi Aksara, 2008) h. 199.

³²Muhammad, *Etika Bisnis Islam*. h. 221.

³³Jusmaliani, *et al.*, eds., *Bisnis Berbasis Syariah*. h. 202.

2.2.3.2 Ruang Lingkup Bisnis *Online*

Dalam melakukan bisnis *online*, permintaan dan penawarannya melalui perangkat lunak yang memiliki daya tarik tersendiri bagi para pelaku bisnis. Segmentasi atau ruang lingkup bisnis online terbagi menjadi tiga, yaitu:

2.2.3.2.1 Bisnis ke Bisnis (*Bussiness to Bussiness*)

Bisnis ke bisnis merupakan sistem komunikasi bisnis antara pelaku bisnis atau dengan kata lain transaksi secara elektronik atau perusahaan (dalam hal ini pelaku bisnis) yang dilakukan secara rutin dan dalam kapasitas atau volume produk yang besar.

Pebisnis yang mengadakan perjanjian tentu saja adalah para pihak yang bergerak dalam bidang bisnis yang dalam hal ini mengikatkan dirinya dalam suatu perjanjian untuk melaksanakan usaha dengan pihak pebisnis lainnya. Pihak-pihak yang mengadakan perjanjian dalam hal ini adalah *internet service provider* (ISP) dengan *website* atau *keybase* (ruang elektronik).

2.2.3.2.2 Bisnis ke Konsumen (*Bussiness to Consumers*)

Bisnis ke konsumen dalam bisnis *online* merupakan suatu transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan pelaku usaha dan pihak konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu. Transaksi bisnis ini produk yang diperjual belikan mulai produk barang dan jasa baik dalam bentuk berwujud maupun dalam bentuk elektronik atau digital yang telah siap untuk digunakan atau dikonsumsi, perkembangan segmentasi bisnis *online* khususnya pada ruang lingkup bisnis ke konsumen membawa keuntungan bukan saja pada pihak pelaku usaha, pihak

konsumen pun mendapat keuntungan yang sama. Walaupun demikian tetap saja kemungkinan-kemungkinan penyimpangan di dunia maya dapat terjadi.

2.2.3.2.3 Konsumen ke Konsumen (*Consumers to Consumers*)

Konsumen ke konsumen merupakan transaksi bisnis secara elektronik yang dilakukan antara konsumen untuk memenuhi suatu kebutuhan tertentu dan pada saat tertentu pula, segmentasi konsumen ke konsumen ini sifatnya lebih khusus karena transaksi dilakukan oleh konsumen ke konsumen yang memerlukan transaksi internet telah dijadikan sebagai sarana tukar menukar informasi tentang produk baik mengenai harga, kualitas dan pelayanannya. Selain itu, antar *customer* juga dapat membentuk komunitas pengguna atau penggemar produk tersebut. Ketidakpuasan *customer* dalam mengkonsumsi suatu produk dapat segera tersebar luas melalui komunitas-komunitas tersebut. Internet telah menjadikan *customer* memiliki posisi tawar yang tinggi terhadap perusahaan dengan demikian menuntut pelayanan perusahaan menjadi lebih baik.³⁴

2.2.4 Teori *Multi Level Marketing* (MLM)

2.2.4.1 Pengertian *Multi Level Marketing* (MLM)

Salah satu variasi dari ilmu *marketing* yang sekarang banyak digunakan perusahaan-perusahaan dalam memasarkan produknya adalah *Multi Level Marketing* atau biasa dikenal dengan sebutan MLM. Jika ditinjau dari segi kata, maka terdiri dari tiga kata, yaitu *multi*, *level* dan *marketing*. *Multi* berarti banyak dan *level* berarti

³⁴Jiwati Arum, *Pelaksanaan Bisnis Online di Kota Malang dalam Perspektif Masalah (Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)*, (Skripsi Sarjana; Fakultas Syari'ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2016) h. 22-26 <http://etheses.uin-malang.ac.id/4914/1/12220136.pdf> (diakses 13 Januari 2018)

jenjang atau tingkat. Sedangkan *marketing* artinya pemasaran. Jadi “*Multi Level Marketing*” adalah pemasaran yang berjenjang banyak. Dalam pengertian *marketing* mencakup beberapa aspek, antara lain adanya produk, harga, promosi, distribusi dan sebagainya. Dan dikatakan *multi level* karena organisasi distributor dalam hal ini penjualnya berjenjang banyak dan mempunyai tingkat yang berbeda-beda bahkan tanpa batas.³⁵

Secara etimologi, *multi level marketing* (MLM) adalah pemasaran yang dilakukan melalui banyak *level* (tingkatan), yang sering disebut dengan istilah *up line* (tingkat atas) dan *down line* (tingkat bawah). Bisnis MLM ini menerapkan sistem pemasaran modern melalui jaringan kerja (*network*) distribusi yang berjenjang, yang dibangun secara permanen dengan memosisikan pelanggan sekaligus sebagai tenaga pemasaran.³⁶ Artinya, keanggotaan merupakan inti dari pemasaran *multi level marketing* (MLM) dan tugas pokoknya adalah melakukan penjualan dan memperbesar jaringan dibawahnya.

Multi level marketing atau yang terkadang juga disebut dengan *networking selling* (jaringan penjualan) atau *direct selling* (penjualan langsung) adalah bentuk pemasaran suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan yang dilakukan secara perorangan atau berkelompok yang membentuk jaringan secara berjenjang, lalu dari

³⁵Firdaustuble, “Multi Level Marketing Perspektif Etika Bisnis”, *Blog Firdaustuble*. <https://firdaustuble.wordpress.com/2010/05/04/multi-level-marketing-perspektif-etika-bisnis/> (13 Januari 2018)

³⁶Anita Rahmawaty, “Bisnis *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Islam,” *Equilibrium*, vol. 2 no.1 (Juni 2014), h. 70. journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/716/pdf (diakses 21 Januari 2018)

hasil penjualan pribadi dan jaringan tersebut, setiap bulannya perusahaan akan memperhitungkan bonus atau komisi sebagai hasil usahanya.³⁷

Berdasarkan hal itu, *Multi Level Marketing* (MLM) merupakan salah satu cara yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan atau pabrik (produsen) untuk memasarkan/mendistribusikan/menjual produknya kepada pelanggan eceran dengan membudayakan distributor independenya untuk melakukan tugas pemasaran/pendistribusian/penjualan produk melalui pengembangan armada pemasaran/distributor/penjual langsung secara mandiri (independen) tanpa campur tangan langsung perusahaan. Sementara target penjualan sepenuhnya ditentukan oleh distributor independent dan jaringan pengembangan langsung yang dikembangkannya.

2.2.4.2 Tujuan Bisnis *Multi Level Marketing* (MLM)

Tujuan *Multi Level Marketing* sama dengan tujuan dari metode pemasaran yang lain, yakni untuk meningkatkan keuntungan perusahaan. Hal ini bisa dilakukan dengan dua cara, yaitu meningkatkan pemasukan dan mengurangi pengeluaran.

2.2.4.2.1 Meningkatkan pemasukan.

Biasanya perusahaan lebih memusatkan pada peningkatan omset penjualan dari pada meningkatkan laba yang didapat dari setiap produk dengan menaikkan harga produk.

2.2.4.2.2 Mengurangi Pengeluaran

³⁷Anis Tyas Kuncoro, "Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Ekonomi Syari'ah," *Sultan Agung*, vol. XLV no. 119 (September-November 2009), h. 24. <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=176229&val=308&title=KONSEP%20BISNIS%20MULTILEVEL%20MARKETING%20DALAM%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20SYARIAH> (diakses 13 Januari 2018)

Perusahaan dapat menggunakan dua cara untuk mengurangi pengeluaran, yang pertama memindahkan produk lebih dekat ke pelanggan, yang kedua merekrut tenaga penjualan berdasarkan komisi³⁸

2.2.4.3 Sistem Kerja *Multi Level Marketing* (MLM)

Bisnis MLM lebih memanfaatkan “kekuatan manusia” daripada institusi ritel dan lainnya, untuk mempromosikan dan menjual produk (barang atau jasa). MLM juga menitikberatkan pada kekuatan kontak pribadi dan persuasif dalam penjualan, di mana si penjual berfungsi lebih dari sekedar seorang juru tulis yang mencatat hasil penjualan. MLM berbeda dengan sistem penjualan lainnya. Dalam bisnis MLM, distributor *multilevel* tidak hanya berusaha menjual barang kepada konsumen secara eceran, tetapi juga mencari distributor lain untuk menjual produk (barang atau jasa) kepada konsumen.

Secara global sistem bisnis MLM dilakukan dengan cara menjaring calon nasabah yang sekaligus berfungsi sebagai konsumen dan member (anggota) dari perusahaan yang melakukan praktek MLM. Adapun secara terperinci bisnis MLM dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Mula-mula pihak perusahaan berusaha menjaring konsumen untuk menjadi member, dengan cara mengharuskan calon konsumen membeli paket produk perusahaan dengan harga tertentu.
2. Dengan membeli paket produk perusahaan tersebut, pihak pembeli diberi satu formulir keanggotaan (member) dari perusahaan.

³⁸Sarah Mutiarani, *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*, h. 36-37. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/787/1/SKRIPSI%20FULLTEXT.pdf> (diakses 13 Januari 2018)

3. Sesudah menjadi member maka tugas berikutnya adalah mencari member-member baru dengan cara seperti diatas, yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
4. Para member baru juga bertugas mencari calon member-member baru lagi dengan cara seperti diatas yakni membeli produk perusahaan dan mengisi formulir keanggotaan.
5. Jika member mampu menjaring member-member yang banyak, maka ia akan mendapat bonus dari perusahaan. Semakin banyak member yang dapat dijaring, maka semakin banyak pula bonus yang didapatkan karena perusahaan merasa diuntungkan oleh banyaknya member yang sekaligus mennjadi konsumen paket produk perusahaan.
6. Dengan adanya para member baru yang sekaligus menjadi konsumen paker produk perusahaan, maka member yang berada pada level pertama, kedua dan seterusnya akan selalu mendapatkan bonus secara estafet dari perusahaan, karena perusahaan merasa diuntungkan dengan adanya member-member baru tersebut.³⁹

2.3 Tinjauan Konseptual

Judul skripsi ini adalah “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)”, judul tersebut mengandung unsur-unsur pokok yang perlu dibatasi pengertiannya agar pembahasan dalam penelitian ini lebih fokus dan lebih spesifik. Di samping itu, dengan bantuan model konseptual, peneliti dapat menunjukkan bagaimana melihat fenomena yang diketengahkan dalam penelitiannya. oleh karena itu, berikut akan diuraikan pembahasan mengenai judul tersebut

³⁹ Sarah Mutiarani, *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*, h. 38-39. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/787/1/SKRIPSI%20FULLTEXT.pdf> (diakses 13 Januari 2018)

2.3.1 Analisis

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, analisis adalah penyelidikan terhadap suatu peristiwa (karangan, perbuatan, dan sebagainya) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya (sebab-musabab, duduk perkaranya dan sebagainya).⁴⁰

Gorys Keraf berpendapat bahwa analisis adalah sebuah proses untuk memecahkan sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu dengan yang lainnya. Menurut Dwi Prastowo Darminto, analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri, serta hubungan antara bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan. Sedangkan menurut Wiradi, analisis adalah sebuah aktivitas yang memuat kegiatan memilah, mengurai, serta membedakan sesuatu untuk digolongkan dan dikelompokkan menurut kriteria tertentu lalu dicari ditaksir makna dan kaitannya.⁴¹

Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa analisis adalah proses pemecahan masalah atau persoalan untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.

2.3.2 Etika Bisnis Islam

Etika dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral.⁴² Sedangkan bisnis adalah usaha komersial di dunia perdagangan; bidang usaha; usaha dagang.⁴³

⁴⁰ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, h. 58.

⁴¹ Master Pendidikan, "14 Pengertian Analisis Menurut Para Ahli," *Situs Resmi Master Pendidikan*. www.masterpendidikan.com/2017/03/14-pengertian-analisis-menurut-para-ahli.html (23 Februari 2018)

⁴² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. h. 383.

⁴³ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. h. 200.

Velasques berpendapat bahwa etika bisnis merupakan studi yang dikhususkan mengenai moral yang benar dan salah. Studi ini berkonsentrasi pada standar moral sebagaimana diterapkan dalam kebijakan, institusi, dan perilaku bisnis. sementara Hill dan Jones berpendapat bahwa etika bisnis merupakan suatu ajaran untuk membedakan antara salah dan benar guna memberikan pembekalan kepada setiap pemimpin perusahaan ketika mempertimbangkan untuk mengambil keputusan strategis yang terkait dengan masalah moral yang kompleks. Selain itu, menurut Sim etika bisnis adalah karakter dalam menyampaikan integritas moral dan nilai-nilai yang konsisten dalam pelayanan kepada masyarakat.⁴⁴

Jadi, dapat disimpulkan bahwa etika bisnis Islam merupakan pemikiran atau refleksi tentang moralitas dalam ekonomi dan bisnis, yaitu refleksi tentang perbuatan baik, buruk, terpuji, tercela, benar, salah, wajar, pantas, tidak pantas dari perilaku seseorang dalam berbisnis atau bekerja sesuai dengan tuntutan syariat Islam.

2.3.3 Bisnis *Paytren*

2.3.3.1 Sejarah Bisnis *Paytren*

Beranjak dari penggalian potensi masyarakat yang sudah terbiasa menggunakan teknologi mutakhir, lahirlah gagasan cemerlang seorang Yusuf Mansur yang ingin menjembatani kemudahan pembayaran semua kebutuhan masyarakat dengan menggabungkan kebiasaan menggunakan *gadget* dan kebiasaan membayar kewajiban.

⁴⁴Pelajaran, "Pengertian Etika Bisnis, Tujuan, Manfaat, Prinsip dan Contoh Etika Bisnis Menurut Para Ahli Terlengkap," *Situs Resmi Pelajaran*. www.pelajaran.co.id/2017/10/pengertian-etika-bisnis-tujuan-manfaat-prinsip-dan-contoh-etika-bisnis-menurut-para-ahli.html (23 Februari 2018)

Sejalan dengan itu, pada tahun 2013 lahirlah Veritra Sentosa Internasional (Treni) dengan produknya *Paytren*. *Paytren* adalah bisnis online yang berbasis syariah dengan menggunakan aplikasi untuk pembayaran online karya ustaz Yusuf Mansur. Dengan *paytren* kita bisa bertransaksi melalui *handphone* seperti beli pulsa, token listrik, tiket pesawat/kereta, bayar PDAM, BPJS, telkom, speedy, leasing, dan lain-lain, bahkan bisnis *paytren* bisa dijalankan dengan sistem *network* dengan cara memasarkan *paytren*.

Perusahaan ini didirikan pada tanggal 10 Juli 2013 berdasarkan Akta Pendirian Perseroan Terbatas No. 47 oleh Notaris/PPAT H.Wira Fransisca, S.H.,M.H. perusahaan ini didirikan langsung oleh pemilik perusahaan ustaz Yusuf Mansur.⁴⁵

2.3.3.2 Visi Misi Bisnis *Paytren*

Visi

“Menjadi perusahaan penyedia layanan teknologi perantara transaksi terbaik di tingkat nasional melalui pemberdayaan manusia potensial dan mandiri dengan konsep jejaring yang *up to date* sesuai perkembangan zaman dan kebutuhan masyarakat.”

Misi

1. Mendorong masyarakat pengguna *gadget*, khususnya *smartphone* berbasis IOS dan *android*, untuk meningkatkan fungsi dari hanya sekedar alat berkomunikasi menjadi alat untuk bertransaksi dengan manfaat dan keuntungan yang tidak akan didapatkan dari cara bertransaksi yang biasa.

⁴⁵ Treni, “Sejarah Perusahaan,” *Situs Resmi Old Treni*. <https://www.old.treni.co.id/sejarah-perusahaan/> (12 Agustus 2018).

2. Mewujudkan sistem layanan bagi seluruh pengguna *gadget*, khususnya telepon selular, untuk turut serta membantu pemerintah dalam mendorong pertumbuhan ekonomi yang berkualitas pada sektor berbasis biaya transaksi (*fee based income*)
3. Kami meluncurkan produk yang sejalan dengan program pemerintah untuk membentuk masyarakat tanpa uang tunai (*cashless society*).
4. Membentuk 1 Miliar pengguna dengan konsep jejaring secara nasional ataupun Internasional.⁴⁶

2.3.3.3 Nilai-nilai Strategis Paytren

2.3.3.3.1 *Trusworthy*

Trusworthy atau kepercayaan merupakan sebuah modal yang sangat berharga atas kepercayaan ummat dan pengguna paytren maka paytren bisa tumbuh dan berkembang menjadi suatu perusahaan dengan skala internasional, bukan hanya di akui oleh nasional tapi juga internasional.

2.3.3.3.2 *Responsibility*

Responsibility atau Tanggung jawab merupakan sifat yang selalu kami tanamkan kepada seluruh jajaran staf dan mitra paytren, dengan adanya rasa tanggung jawab yang tinggi maka semua elemen akan lebih diuntungkan dan tidak akan ada yang dirugikan.

2.3.3.3.3 *Excellence*

Kesempurnaan atau *excellence* merupakan target yang selalu kami programkan, kesempurnaan akan sistem, kesempurnaan akan produk, dan

⁴⁶ Treni, "About Us," *Situs Resmi Treni*. <https://www.treni.co.id/about-us/> (12 Agustus 2018)

kesempurnaan akan jaringan merupakan target yang selalu kami kejar demi kepuasan semua pihak.

2.3.3.3.4 *Nationality*

Kebangsaan atau *nationality* merupakan suatu landasan dasar dari PT Verita Sentosa Internasional melalui prinsip dasar kebangsaan maka kami selalu bertekad untuk mengangkat derajat bangsa ini menjadi bangsa yang lebih bermartabat.

2.3.3.3.5 *Integrity*

Integritas atau *integrity* merupakan suatu karakter yang selalu kita tanamkan dalam pribadi setiap staf dan mitra [bisnis paytren](#) dengan integritas yang tinggi maka pribadi yang terbentuk pun akan lebih tangguh, lebih bertanggung jawab dan memiliki etos [kerja](#) dan semangat yang luar biasa.

2.3.3.4 Sasaran Strategis Paytren

Untuk mewujudkan Visi, Misi dan Nilai-nilai Strategis tersebut, PT Verita Sentosa Internasional menetapkan sasaran strategis jangka pendek, menengah dan panjang, melalui:

- 2.3.3.4.1 Perwujudan fondasi dan infrastruktur perusahaan dari sisi teknologi informasi (TI)
- 2.3.3.4.2 Akuntabilitas sistem pengelolaan perantara transaksi
- 2.3.3.4.3 Yang meliputi peningkatan layanan dan fasilitas bagi seluruh mitra
- 2.3.3.4.4 Tumbuhkembangkan kerjasama dengan berbagai Merchant
- 2.3.3.4.5 Realisasi pengembangan dan pemeliharaan proses aliansi strategis dan persepsi positif terhadap Institusi terkait.
- 2.3.3.4.6 Efisiensi dan keefektifan menjadi tujuan dalam melakukan pengembangan bisnis yang berkelanjutan

2.3.3.4.7 Nilai-nilai ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, kebijaksanaan, dan keadilan sebagai dasar dalam mengembangkan komunitas, dipertahankan.⁴⁷

Jadi, berdasarkan pengertian-pengertian tersebut, maka yang penulis maksud dalam judul “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)” adalah pemecahan persoalan mengenai pemikiran tentang moralitas/perbuatan baik dan buruk yang sesuai dengan tuntutan syariat berdasarkan prinsip-prinsip etika bisnis Islam terhadap sistem bisnis online berbasis syariah karya ustad Yusuf Mansur yang menggunakan aplikasi untuk bertransaksi secara *online* atau yang disebut dengan bisnis *paytren* di kota Parepare.

2.4 Kerangka Pikir

Bisnis *Online* merupakan proses bisnis yang menghubungkan perusahaan, konsumen dan komunitas tertentu melalui transaksi elektronik dan perdagangan barang, pelayanan dan informasi yang dilakukan secara elektronik atau secara *online*. Salah satu bisnis yang dilakukan secara *online* adalah bisnis *paytren* yang merupakan bisnis yang menggunakan aplikasi serta sistem *Multi Level Marketing* (MLM) yang berbasis syariah.

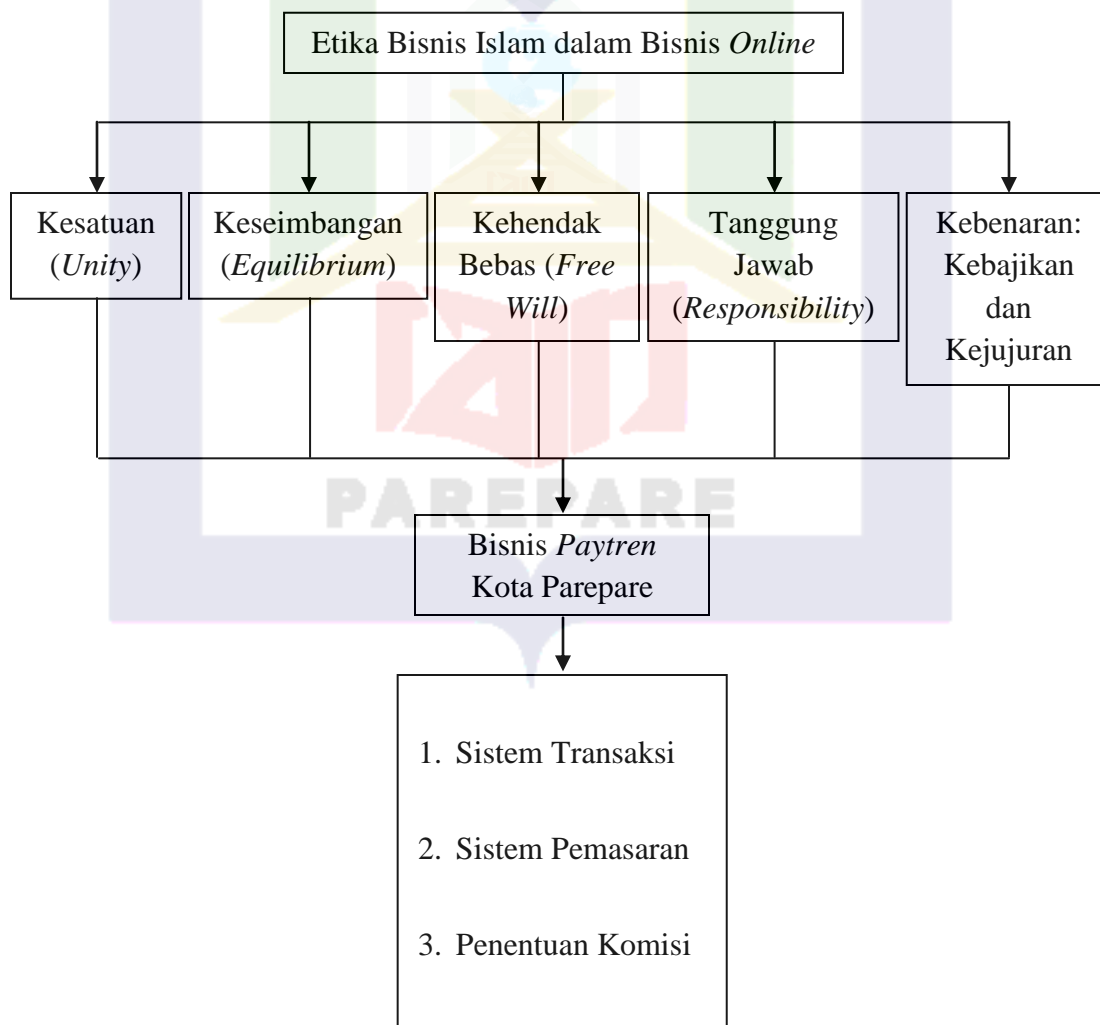
Bisnis pada umumnya terdapat sistem transaksi, sistem pemasaran dan penentuan komisi. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap etika, terutama dalam hal kepribadian, tindakan dan perilakunya. Etika bisnis merupakan perangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis berdasarkan pada prinsip-prinsip moralitas.

⁴⁷ Agen Bisnis Paytren, “Visi Misi Paytren,” *Situs Resmi Agen Bisnis Paytren*. <http://www.agenbisnispaytren.com/p/visi-misi-paytren.html> (12 Agustus 2018)

Bisnis yang dilakukan harus seusai dengan etika bisnis serta prinsip-prinsip etika bisnis Islam, yaitu kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas, tanggung jawab, dan kebenaran. Terutama Karena dalam etika bisnis Islam menganjurkan manusia berbisnis dengan cara yang baik dan sesuai dengan ketetapan hukum *syara'*. Sehingga para pelaku bisnis dapat bertransaksi, berperilaku, dan berelasi dengan baik guna mencapai daratan atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.

Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai penelitian ini, maka penulis membuat suatu bagan kerangka pikir sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir



BAB III

METODE PENELITIAN

Metode-metode penelitian yang digunakan dalam pembahasan ini meliputi beberapa hal yaitu jenis penelitian, lokasi penelitian, fokus penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.⁴⁸ Untuk mengetahui metode penelitian dalam penelitian ini, maka diuraikan sebagai berikut:

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian deskriptif kualitatif, yaitu mencari informasi atau dengan mengumpulkan data berupa uraian kata-kata yang dilakukan peneliti melalui wawancara, pengamatan, observasi maupun dokumentasi hingga akhirnya peneliti mengupayakan memahami dan menafsirkan data tersebut kemudian diolah untuk dapat menyimpulkan hasil akhir dari penelitian ini.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan dijadikan sebagai tempat pelaksanaan penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah di Kota Parepare.

⁴⁸Tim Penyusun, *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*, Edisi Revisi (Parepare: STAIN Parepare, 2013), h. 34.

3.2.2 Waktu Penelitian

Kegiatan penelitian ini dilakukan dalam waktu kurang lebih 2 bulan lamanya disesuaikan dengan kebutuhan penelitian.

3.3 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini difokuskan kepada penerapan etika bisnis Islam terhadap sistem transaksi, sistem pemasaran dan serta penentuan komisi bisnis *Paytren* di Kota Parepare.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Sumber data yang dimaksud adalah subjek di mana data dapat diperoleh. Apabila peneliti menggunakan kuesioner/wawancara dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon/menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, baik secara lisan maupun tulisan. Apabila peneliti menggunakan teknik observasi maka sumber datanya bisa berupa benda, gerak atau proses sesuatu.⁴⁹ Sumber data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

3.4.1 Data Primer

Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli dari responden melalui wawancara ataupun kuesioner untuk menunjang keakuratan data, dimana responden merupakan sampel intisari penelitian ini. Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer adalah agen dan member *Paytren* itu sendiri. Di mana *leader* sebanyak 4 orang yaitu A. Muh. Ridha P, Dr. Rahmawati, M.Ag, Lola Nabilla, dan Unianti

⁴⁹ Aji Damanuri, *Metodologi Penelitian Mu'amalah*, (Ponorogo: STAIN Po Press , 2010), h. 68

sedangkan mitra sebanyak 4 orang yaitu Wahyu Ananda, Muh. Yusuf Asnawir, Iis Sholihah, dan Ummy Syaidah.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh atau dicatat pihak lain). Data Sekunder yang digunakan dalam penelitian ini seperti buku, laporan, jurnal, literatur, situs internet, serta informasi dari beberapa instansi yang terkait.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti terlibat langsung di lokasi penelitian atau penelitian lapangan (*Field Research*) untuk mengadakan penelitian dan memperoleh data-data konkret yang ada hubungannya dengan penelitian ini.

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategi dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

3.5.1 Pengamatan (Observasi)

Suatu metode dalam penelitian yang mana proses pengambilan datanya melalui pengamatan secara sistematis terhadap objek yang diteliti, artinya sengaja atau terencana bukan hanya kebetulan terlihat sepintas.⁵⁰ Penelitian ini, peneliti menggunakan jenis observasi partisipatif. Dalam observasi ini, peneliti terlibat dalam

⁵⁰ Tim Penyusun Ensiklopedi Indonesia, *Ensiklopedi Indonesia*, (Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve Tarsito, 1980), h. 849.

kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian.⁵¹

3.5.2 Wawancara (Interview)

Wawancara dapat didefinisikan sebagai interaksi bahasa yang berlangsung antara dua orang dalam situasi saling berhadapan salah seorang, yaitu yang melakukan wawancara meminta informasi atau ungkapan kepada orang yang diteliti yang berputar di sekitar pendapat dan keyakinannya.⁵²

Teknik wawancara merupakan salah satu cara pengumpulan data dalam suatu penelitian. Karena menyangkut data, maka wawancara merupakan salah satu elemen penting dalam proses penelitian.⁵³ Wawancara sering disebut sebagai suatu proses komunikasi dan interaksi.

Sehingga dapat dikatakan bahwa wawancara merupakan teknik yang paling efektif dalam mencari data yang akurat dari responden. Walaupun terdapat kekurangan yaitu pada saat responden memberikan keterangan yang bersifat membela diri karena menghindari isu negatif nantinya. Namun peneliti meyakini dengan komunikasi yang baik dan suasana menyenangkan akan menimbulkan keterbukaan kepada responden tentang data yang diinginkan oleh peneliti.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, (Cet. 25; Bandung: Alfabeta, 2017), h.310

⁵² Emzir, *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), h. 50.

⁵³ Bagong Suryono, *Metodologi Penelitian Sosial*, (Jakarta: Kencana. 2007), h.69

3.5.3 Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data-data diperoleh dari dokumen-dokumen dan pustaka sebagai bahan analisis dan dalam penelitian ini. Metode ini merupakan suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Metode ini hanya mengambil data yang sudah ada seperti indeks prestasi, jumlah anak, pendapatan, luas tanah, jumlah penduduk dan sebagainya.⁵⁴

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam mengelola data, penulis menggunakan metode kualitatif dengan melihat aspek-aspek objek penelitian. Data yang telah diperoleh dari hasil pengumpulan data kemudian dianalisa, yakni dengan menggambarkan dengan kata-kata dari hasil yang telah diperoleh.

Analisis data pada penelitian kualitatif pada dasarnya dilakukan sejak memasuki lapangan, selama di lapangan, dan setelah selesai di lapangan. “Analisis data adalah pegangan bagi peneliti”, dalam kenyataannya analisis data kualitatif berlangsung selama proses pengumpulan data dan setelah selesai pengumpulan data.⁵⁵

⁵⁴ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2008) h. 158.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 336.

Analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yaitu suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis.⁵⁶

Pada penelitian ini menggunakan teknik analisa deduktif, artinya data yang diperoleh di lapangan secara umum kemudian diuraikan dalam kata-kata yang penarikan kesimpulannya bersifat khusus.

Teknik analisis data dalam penelitian ini ada tiga metode, yaitu reduksi data, model data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

3.6.1 Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian, pengabstraksian, dan pentransformasian data kasar dari lapangan.⁵⁷ Dalam proses reduksi ini, peneliti benar-benar mencari data yang benar-benar valid.

Reduksi data bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Ia merupakan bagian dari analisis, pilihan-pilihan peneliti potongan-potongan data untuk diberi kode, untuk ditarik ke luar, dan rangkuman pola-pola sejumlah potongan, apa pengembangan ceritanya, semua merupakan pilihan-pilihan analitis. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

Pada penelitian ini, penulis akan merangkum, mengambil data yang pokok dan penting dari seluruh hasil penelitian baik observasi maupun wawancara untuk

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, h. 335.

⁵⁷ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 209

kemudian dikelompokkan berdasarkan fokus penelitian dan membuang data yang dianggap tidak penting sehingga memudahkan dalam proses selanjutnya yaitu penyajian data.

3.6.2 Model Data/Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk penyajiannya antara lain berupa teks naratif, matriks, grafik, jaringan dan bagan. Tujuannya adalah untuk memudahkan membaca dan menarik kesimpulan. Oleh karena itu, sajiannya harus tertata secara apik.

Pada umumnya teks tersebut berpencar-pencar, bagian demi bagian, tersusun kurang baik. Pada kondisi seperti peneliti mudah melakukan suatu kesalahan atau bertindak secara ceroboh dan sangat gegabah mengambil kesimpulan yang memihak, tersekat-sekat dan tidak berdasar. Kecenderungan kognitifnya adalah menyederhanakan informasi yang kompleks ke dalam kesatuan bentuk yang disederhanakan dan selektif atau konfigurasi yang mudah dipahami.⁵⁸

Peneliti selanjutnya dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan dan bergerak ke analisis tahap berikutnya. Sebagaimana dengan reduksi data, menciptakan dan menggunakan model bukanlah sesuatu yang terpisah dari analisis. Merancang kolom dan baris dari suatu matrik untuk data kualitatif dan menentukan data yang mana, dalam bentuk yang sama, harus dimasukkan ke dalam sel yang mana adalah aktivitas analisis.⁵⁹

⁵⁸Hamid Patilima, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : CV Alfabeta, 2011), h. 101.

⁵⁹Emzir, *Analisis data : Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 132.

3.6.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan “makna” sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proporsi-proporsi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan-kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran dan kecurigaan.

Kesimpulan “akhir” mungkin tidak akan terjadi hingga pengumpulan data selesai, tergantung pada ukuran korpus dari catatan lapangan, pengodean, penyimpanan, dan metode-metode perbaikan yang digunakan, pengalaman peneliti, dan tuntutan dari penyandang dana, tetapi kesimpulan sering digambarkan sejak awal, bahkan ketika seorang peneliti menyatakan telah memproses secara induktif.⁶⁰

Penarikan kesimpulan hanyalah sebagian dari satu kegiatan dari konfigurasi yang utuh. Kesimpulan-kesimpulan juga diverifikasi selama penelitian berlangsung. Makna-makna yang muncul dari data harus selalu diuji kebenaran dan kesesuaiannya sehingga validitasnya terjamin.⁶¹

⁶⁰ Emzir, *Analisis data : Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 132.

⁶¹ Basrowi dan Suwandi, *Memahami Penelitian Kualitatif*, h. 210

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Sistem Transaksi Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

4.1.1.1 Mekanisme Transaksi Bisnis *Paytren*

Perkembangan teknologi sekarang ini seakan memiliki magnet untuk menarik manusia menggunakannya. Teknologi seakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia modern saat ini. Hal tersebut membuat manusia berpikir dan menggunakan teknologi secara positif untuk meningkatkan pendapatan dengan cara membuat peluang usaha melalui teknologi atau yang biasa dikenal dengan bisnis *online*.

Ada banyak bisnis *online* yang kerap kali digunakan dengan pemakaian internet. Salah satu bisnis yang sedang populer di kalangan masyarakat saat ini adalah bisnis *paytren*. Di mana banyak orang yang mulai bergabung dan mencari tau tentang cara mengembangkan bisnis *paytren* yang memang sedang menjadi salah satu bisnis *online* yang digemari saat ini. Bisnis *paytren* yang menjadi populer sekarang ini dikarenakan adanya kemudahan dalam berbagai transaksi harian yang penting dan akan memberikan pelayanan kemudahan hingga banyak pengguna yang akan sangat terbantu dan akan menyukai layanan tersebut. Berikut merupakan gambaran mekanisme transakis pada bisnis *paytren*.

Gambar 4.1 Mekanisme Transaksi Bisnis *Paytren*



4.1.1.1.1 Pendaftaran dan Verifikasi

Pendaftaran merupakan sebuah hal yang penting untuk mengetahui data diri kita. Dengan melakukan pendaftaran akan memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum kepada pemegang hak. Adapun proses pendaftaran untuk menjadi mitra *paytren* adalah sebagai berikut:

4.1.1.1.1.1 Pembayaran

Modal merupakan aset awal untuk memulai suatu bisnis. Tanpa adanya modal, tentunya ide atau gagasan yang kita miliki akan menjadi percuma, sebab tidak ada penunjang yang bisa membuat ide atau gagasan bisnis kita terlaksana. Modal sendiri berhubungan dengan suatu persiapan awal yang terkait erat dengan uang atau anggaran yang tentunya dibutuhkan untuk melaksanakan atau membangun usaha dan memajukannya.

Sebagaimana bisnis pada umumnya, untuk bergabung dalam bisnis *paytren* juga harus memiliki modal. Dalam bisnis *paytren*, bagi yang ingin memulai berbisnis harus membeli lisensi dengan harga Rp. 350.000,- per lisensi. Tersedia paket *basic* untuk 1 lisensi dan paket *titanium* untuk 31 lisensi. Selain paket yang berbayar, dalam *paytren* juga ada paket yang gratis, disebut dengan *paytren e-money*, akan tetapi paket jenis ini tidak dapat menjalankan bisnis dan tidak mendapatkan *cashback*. Sehubungan dengan hal ini, salah satu *leader paytren* mengatakan bahwa:

“Ketentuan dan syarat gampang sekali ji, cuman daftar saja melalui tinggal install aplikasi, kalau mau login tinggal beli id mitranya Rp. 350.000,-, 1 kali pakai untuk seumur hidup, beli lisensi. Karena kan ada dua macam, kalau kita pake *paytren e-money* sebenarnya gratis kalau *paytren e-money*, kecuali kalau kita mau pake *paytren* yang ke bisnis itu kita harus beli lisensinya dulu Rp. 350.000,- untuk paket *basic*.”⁶²

⁶²A. Muh. Ridha P, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di Kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

Kemudian ditambahkan juga oleh Rahmawati sebagai *leader paytren* yang mengatakan bahwa:

“Kalau dulu ketentuan dan syaratnya harus identitasnya lengkap, ada ktpnya, iya kan. Ada juga email aktif, kemudian syaratnya yang lain itu tadi membayar Rp. 350.000,- untuk mendapatkan nomor serialnya, kan? Untuk mendapatkan nomor serialnya, jadi aplikasinya itu ceritanya yang dibeli, modalnya toh. Itu ji.”⁶³

Lola Nabilla selaku *leader paytren* juga menambahkan bahwa:

“Kalau persyaratannya itu anu ji yang penting ada uang ta Rp. 350.000,- untuk mendaftar menjad anggota *paytren* bisa mi. Karena kan itu kan Rp. 350.000,- itu terbagi, ada yang bilang lisensi yang dibeli untuk menjadi ee punyata sendiri, itu Rp. 350.000,- sama saldo terisi kalau sudah maki bayar Rp. 350.000,-, ada *cashback*nya ceritanya saldo yang dikasi ki Rp. 15.000,-, saldo pertama kalau isi ki ee bayar ki itu Rp. 350.000,-. Nah selebihnya beliki saldo sendiri untuk transaksi sendiri. Seperti itu kak.”⁶⁴

Dikatakan juga oleh salah satu *leader paytren* saat diwawancarai melalui aplikasi *Whatsapp* bahwa:

“Pertama hrus ki melakukan transaksi sebesar 350.000 nnty otomatis masuk saldo deposit sebesar 15.000,,tpi kebtulan dlu sya masuk hari2 promo jdi saldo yg masuk 70.000.”⁶⁵

Selain *leader paytren*, salah satu mitra *paytren* juga menambahkan bahwa:

“Syaratnya paling itu ya, modal Rp. 350.000,-. Kalau itu Rp. 350.000 untuk beli lisensi, istilahnya itu beli lisensi kayak gabung ki join di situ beli ki lisensi, kalau bonusnya itu Rp. 15.000,- biasa.”⁶⁶

Muh. Yusuf Asnawir selaku mitra *paytren* juga menambahkan bahwa:

⁶³Rahmawati, dosen IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 4 Juni 2018.

⁶⁴Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁶⁵Unianti, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

⁶⁶Wahyu Ananda, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Mei 2018.

“Ee jadi ee kalau ketentuan dan syaratnya itu mungkin seorang apa namanya kalau ingin mau mendaftar mungkin hanya bermodalkan uang saja. Ee seperti ee apa ro 3.. 350 untuk ee pendaftaran ee masuk e *paytren*.”⁶⁷

Kemudian dikatakan pula oleh salah satu mitra *paytren* saat diwawancarai melalui aplikasi *whatsapp* bahwa:

“Untuk gabung di bayar 350 ribu.”⁶⁸

Iis Sholihah selaku mitra *paytren* mengatakan bahwa:

“Yg penting ada dana ta 350 toh bisa meki masuk.. ketentuannya jg kan bisa siapa saja.. tdk memberatkan semua ji.”⁶⁹

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa untuk mendaftar menjadi member *paytren* dan menjalankan bisnisnya, maka harus membayar sebesar Rp. 350.000 per lisensi dan dari Rp. 350.000 tersebut mitra baru akan mendapatkan *cashback* sebesar Rp. 15.000,-. Adapun paket yang gratis atau *paytren e-money* tidak perlu membayar Rp. 350.000 akan tetapi tidak bisa menjalankan bisnisnya dan tidak mendapatkan *cashback*.

4.1.1.1.1.2 Install Aplikasi

Setelah memiliki modal, maka ide atau gagasan bisnis sudah dapat diwujudkan dengan memulai berbagai tahapan sesuai dengan rancangan yang telah dibuat. Dalam bisnis *paytren*, setelah membeli lisensi dan telah mendapatkan *ePIN*⁷⁰ dari *leadernya* setelah melakukan pembelian lisensi, *ePIN* atau nomor serial biasanya

⁶⁷Muh. Yusuf Asnawir, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁶⁸Ummy Syaidah, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *Paytren*, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

⁶⁹Iis Sholihah, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren*, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

⁷⁰*EPIN* merupakan nomor serial atau kode aktivasi yang digunakan untuk mengupgrade level atau untuk mendaftar *paytren* bagi calon mitra.

terdiri dari 12 digit. Maka langkah selanjutnya adalah *mendownload* aplikasi melalui *playstore* dan *install* aplikasi *paytren* untuk memasukkan nomor serial yang telah didapatkan.

4.1.1.1.1.3 Melengkapi Identitas

Identitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah ciri-ciri atau keadaan khusus seseorang atau suatu benda; *jatidiri*.⁷¹ Identitas merupakan hal yang sangat penting dalam proses pendaftaran, karena dengan adanya identitas, orang lain akan mengenali diri kita. Dalam suatu perusahaan, tidak akan bisa seseorang menjadi anggota ketika tidak diketahui identitasnya, hal ini bisa saja memberikan ancaman bagi perusahaan.

Seperti halnya perusahaan lain, *paytren* juga mengharuskan anggotanya untuk mengisi dan melengkapi identitas yang telah disediakan oleh perusahaan. Bagi calon mitra *paytren* data harus diisi sesuai dengan Kartu Tanda Penduduk (KTP), selain itu pengisian identitas juga memerlukan nomor *handphone* dan *email* aktif.

4.1.1.1.1.4 Verifikasi

Setelah melakukan pengisian data diri atau identitas, maka tahap selanjutnya adalah melakukan verifikasi KTP. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan bonus dan *cashback* setiap selesai bertransaksi. Sebagaimana yang dikatakan oleh salah satu mitra *paytren* bahwa:

“Validasi KTP, Validasi KTP. Setelah itu, validasi nomor KTP, foto, ee harus ki foto dengan KTP ta’ baru ketemu dengan manajer.”⁷²

⁷¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. h. 538.

⁷²Wahyu Ananda, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren* di Kota parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Mei 2018.

Setelah keempat langkah tersebut dilakukan, maka calon mitra tadi sekarang sudah resmi dan sah untuk menjadi mitra sekaligus pengusaha *paytren*. Selain itu, mitra *paytren* akan mendapatkan *cashback* sebesar R. 15.000,- sebagai saldo awal dalam melakukan transaksi.

4.1.1.1.2 *Top Up* Saldo

Bisnis atau usaha seperti transaksi kebutuhan sehari-hari tidak akan bisa berjalan tanpa adanya isi deposit atau saldo yang akan digunakan untuk melakukan pembayaran. Dalam bisnis *paytren*, tata cara untuk melakukan *top up* saldo yaitu sebagai berikut

4.1.1.1.2.1 Buka aplikasi *paytren*

4.1.1.1.2.2 Pada halaman utama, pilih cek deposit atau pada menu sebelah kiri pilih saldo

4.1.1.1.2.3 Setelah itu, pilih *Top Up* dan masukkan nominal saldo yang ingin ditransfer.

4.1.1.1.2.4 Pilih media pembayarannya. Adapun media pembayaran dapat dilakukan melalui tiga tempat, yaitu bank Mandiri, bank CIMB Niaga Syariah, dan secara *cash*.

4.1.1.1.2.5 Pilih lanjutkan.

Adapun tata cara pembayaran melalui bank Mandiri, yaitu sebagai berikut:

4.1.1.1.2.1 *Top Up* dari bank lain di luar bank Mandiri melalui ATM/*Internet Banking/Mobile Banking*

1. Masuk ke menu transfer
2. Pilih transfer ke bank lain
3. Masukkan kode bank Mandiri (008) di kolom kode bank

4. Masukkan kode 88017 sebelum nomor *virtual account* anda
5. Masukkan nomor *virtual account* anda. Contoh: jika nomor *virtual account* anda adalah 109 6039 6617 maka format yang anda tuliskan di kolom nomor rekening tujuan menjadi 88017 109 6039 6617
6. Masukkan nominal yang ingin ditransfer
7. Lanjutkan sesuai prosedur

4.1.1.1.2.2 *Top Up* dari bank sesama bank Mandiri melauli *ATM/Internet Banking/Mobile Banking*

1. Masuk ke menu bayar/beli
2. Pilih pembayaran multi payment
3. Masukkan kode 70017 di kolom kode perusahaan atau pilih kode perusahaan *I-Pay*
4. Masukkan nomor *virtual account* anda pada kolom referensi
5. Masukkan nominal yang ingin ditransfer
6. Lanjutkan sesuai prosedur.

Top Up dari bank atau sesama bank Mandiri akan dikenakan biaya Rp. 2000,- per transaksi. Namun jika dari bank lain, selain biaya transaksi juga dikenakan biaya transfer antar bank sesuai kebijakan bank yang digunakan.

Adapun cara pembayaran melalui bank CIMB Niaga Syariah sebagai berikut:

4.1.1.1.2.1 *Top Up* dari bank lain di luar bank CIMB Niaga Syariah/CIMB Niaga melalui *ATM/Internet Banking/Mobile Banking*

1. Masuk ke menu transfer
2. Pilih transfer ke bank lain
3. Masukkan kode bank CIMB Niaga (002) di kolom kode bank

4. Masukkan nomor *virtual account* anda
5. Masukkan nominal yang ingin ditransfer
6. Lanjutkan sesuai prosedur

4.1.1.1.2.2 *Top Up* dari bank sesama bank CIMB Niaga Syariah/CIMB Niaga melalui ATM

1. Pilih menu transfer
2. Pilih tujuan transfer “Ke Rekening CIMB Niaga”
3. Masukkan nominal transfer
4. Masukkan nomor *virtual account* anda
5. Konfirmasi pemindah bukuan
6. Selesai

4.1.1.1.2.3 *Top Up* dari bank sesama bank CIMB Niaga Syariah/CIMB Niaga melalui *Internet Banking*

1. Pilih menu transfer dan pilih “Rekening Sumber Dana” pada bagian “Transfer Form”
2. Masukkan nominal transfer
3. Pada bagian “Transfer To” pilih *Other Account* (CIMB Niaga)
4. Masukkan nomor *virtual account* anda lalu klik *next* untuk melakukan konfirmasi
5. Masukkan MPIN
6. Selesai

4.1.1.1.2.4 *Top Up* dari bank sesama bank CIMB Niaga Syariah/CIMB Niaga melalui *Mobile Banking*

1. Pilih menu transfer dan pilih rekening CIMB Niaga

2. Pilih rekening tujuan: CASA
3. Masukkan nomor *virtual account* anda
4. Masukkan nominal transfer lalu konfirmasi pemindah bukuan
5. Masukkan kombinasi pin sesuai instruksi
6. Selesai

4.1.1.1.3 Pilih Fitur Transaksi

Langkah terakhir dalam mekanisme transaksi bisnis *paytren* adalah memilih fitur transaksi yang telah disediakan oleh perusahaan. Setelah saldo terisi, maka mitra *paytren* sudah bisa melakukan transaksi berdasarkan fitur-fitur yang ada dan sesuai saldo yang dimiliki.

4.1.1.2 Bentuk Transaksi Bisnis *Paytren*

Berkembangnya bisnis *online* saat ini, membuat salah satu *businessman* sekaligus ustaz yaitu ustaz Yusuf Mansyur menciptakan inovasi baru dengan memunculkan suatu aplikasi yang dapat memudahkan masyarakat dalam melakukan transaksi kebutuhan sehari-hari, seperti pulsa *handphone*, *voucher* listrik, dan lain-lain.

Sebagai sistem pembayaran *mobile*, *Paytren* dapat melakukan berbagai jenis transaksi dan memudahkan masyarakat dalam membayar tagihan-tagihan yang merupakan kewajiban serta menghilangkan kebiasaan masyarakat dalam menggunakan jasa orang lain untuk melakukan pembayaran tagihan, pembelian pulsa dan lain-lain. Adapun berbagai fitur transaksi yang ada dalam bisnis *paytren* yaitu sebagai berikut:

4.1.1.2.1 Tagihan

Tagihan adalah sebuah perincian pengiriman barang yang mencatat daftar barang, harga dan hal-hal lain yang biasanya terkait dengan pembayaran. Bisnis *paytren* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melakukan pembayaran tagihan-tagihan yang merupakan kewajiban sehingga tidak perlu lagi keluar rumah untuk menyelesaikan pembayaran tagihannya. Adapun yang termasuk dalam fitur tagihan ini yaitu tagihan televisi pascabayar: big TV, indovision, innovate TV, top TV, TV nexmedia, yes TV, okevision; pulsa *handphone* pascabayar: kartu halo, matrix (indosat), smartfren (postpaid), speedy, telkom, telkomvision, transv, 3 (postpaid), XL (XPLOR); BPJS Kesehatan; asuransi: finance BAF, finance MAF, finance MCF, finance WOM; PDAM; PLN pasca.

4.1.1.2.2 Pulsa

Era modern saat ini, pulsa seakan menjadi hal yang sangat penting, khususnya pulsa *handphone*, di mana ketika awal mula munculnya *handphone*, pulsa dibutuhkan ketika ingin menghubungi kerabat atau keluarga yang jauh, namun sekarang pulsa tidak hanya dibutuhkan ketika ada sesuatu yang mendesak, tapi setiap saat, apalagi dengan munculnya *handphone* android. Bukan hanya *handphone* yang butuh pulsa, tapi listrik juga sekarang membutuhkan yang namanya pulsa atau *voucher*. Pada aplikasi *paytren*, terdapat fitur transaksi pulsa, bukan hanya pulsa *handphone* semua operator yang disediakan, akan tetapi *voucher* listrik, pulsa game, dan *voucher* TV.

4.1.1.2.3 Pay by Qr

Sekarang ini, kejahatan marak terjadi mengakibatkan masyarakat enggan membawa uang *cash* ketika bepergian, mereka lebih suka membawa kartu kredit dan

sejenisnya karena lebih simpel dan mengurangi kekhawatiran. Maka dari itu, aplikasi *paytren* mmunculkan transaksi *Pay by Qr*. *Pay by Qr* adalah salah satu fitur pembayaran melalui mitra aplikasi *paytren* yang menggunakan *barcode* sebagai media pembayaran. *Pay by Qr* disebut juga sebagai suatu fasilitas di mana pengguna bisa melakukan pembelian dan pembayaran pada *merchant*⁷³. Pengguna bisa melakukan pembayaran pada *merchant* hanya dengan melakukan pemindaian/*scan* kode QR yang tersedia pada *merchant-merchant* pilihan. *Pay by Qr* dapat ditampilkan oleh *merchant* melalui berbagai cara, baik itu melalui monitor komputer, dicetak melalui mesin EDC, maupun langsung dari screen semua *smartphone*.

4.1.1.2.4 Tiket

Bepergian ke luar daerah atau ke tempat yang sangat jauh dan hanya bisa ditempuh dengan menggunakan pesawat. Pada bisnis *paytren*, tanpa meninggalkan tempat, kita bisa membeli tiket pesawat hanya dengan melalui satu aplikasi. Bukan hanya tiket pesawat yang bisa dibeli dengan aplikasi *paytren*, akan tetapi tiket kereta juga bisa dibeli. Caranya, kita tinggal menentukan asal dan tujuan, tanggal keberangkatan dan berapa orang yang akan berangkat, setelah itu kita tinggal memilih penerbangan atau kereta yang berangkat.

4.1.1.2.5 EPIN

Bagi seorang sponsor, memahami proses pendaftaran mitra baru merupakan hal yang penting, karena dengan demikian, jaringannya akan terus tumbuh dan berpotensi mendapatkan bonus dan *reward* dari perusahaan. Salah satu hal penting

⁷³*Merchant* adalah orang, perorangan atau badan usaha yang menajalankan usaha di bidang penjualan barang atau jasa dan dalam lingkup perjanjian ini adalah sebagai pihak yang menerima pembayaran dari user.

dalam pendaftaran mitra baru adalah adanya *ePIN* atau nomor serial. *EPIN* atau nomor serial adalah kode aktivasi yang digunakan oleh calon mitra untuk mendaftar sebagai mitra baru di *paytren*. Pembelian *ePIN* hanya bisa dilakukan oleh mitra *paytren full* lisensi.

4.1.2 Sistem Pemasaran Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

Era modern saat ini, kompetisi usaha yang semakin ketat telah membuat perusahaan-perusahaan, baik yang baru maupun lama, tidak bisa lagi mengandalkan strateginya dengan mengikuti kebiasaan-kebiasaan yang berlaku umum dalam membangun jaringan bisnis dan pemasaran. Pemasaran merupakan inti dan penggerak kegiatan usaha. Para pelaku bisnis dituntut untuk memasarkan produknya, baik secara *online* maupun *offline*. Dengan melakukan pemasaran, maka masyarakat akan mengetahui apa yang sedang kita produksi. Dari proses pemasaran itu juga masyarakat bisa menentukan kebutuhan mereka.

Bisnis *paytren*, meskipun merupakan bisnis yang berbasis *online*, namun strategi pemasaran yang dilakukan tidak hanya melalui jalur *online*, jalur *offline* juga digunakan. Berikut sistem pemasaran bisnis *paytren* dengan jalur *online* dan jalur *offline*:

4.1.2.1 Jalur *Online*

4.1.2.1.1 Menggunakan Media Sosial

Era saat ini, sudah berbagai media sosial yang bermunculan. Biasanya masyarakat menggunakannya hanya untuk sekedar hiburan, tapi tidak sedikit juga masyarakat menggunakannya untuk menghasilkan uang, mereka menggunakan media sosial tersebut untuk mempromosikan bisnisnya. Dari media sosial ini, orang-orang

yang tertarik dengan bisnis yang diposting tersebut akan mengikutinya sampai benar-benar sudah terdaftar menjadi anggota.

Begitupula dengan bisnis *paytren*, bisnis ini di kembangkan dengan dipasarkan pada media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, *whatsapp*, dan sebagainya. Seperti yang dikatakan oleh salah satu *leader paytren* bahwa:

“Sebenarnya itu kalau mau strategi menariknya yang diajarkan oleh *leadernya* seringki *upload* foto tentang *paytren* di jam-jam tertentu minimal satu kali itu ya sampai empat kali dalam satu hari. Terus selaluki ajak ngobrol, misalnya ada yang memang tertarik, kita harus eee seringki maksudnya *chat* tapi jangan terlalu memaksakan biar dia tu ee kita kasi tau bilang *paytren* itu begini dek, ada kemudahannya tapi ndak sampai bilang maksa sekali haruski masuk karena ya begitu kalau anunya *paytren* kak kalau rejeki datang sendiri ji ya.. *the power of doa*. Begitu kak.”⁷⁴

Hal tersebut menjelaskan bahwa bisnis *paytren* memasarkan bisnisnya pada berbagai media sosial, sistem pemasaran pada media sosial ini tidak perlu dilakukan sesering mungkin, menurut pemaparan *leader paytren* cukup empat kali dalam sehari di jam-jam tertentu. Selain itu, media sosial jangkauannya luas, sehingga memungkinkan banyak orang yang akan melihat promosi atau postingan-postingan yang telah di*upload*.

4.1.2.1.2 Sistem Jaringan

Sistem pemasaran dengan cara umum tidak akan bisa membuat bisnis yang dijalankan berkembang jika didasari dengan banyaknya bisnis yang berdiri saat ini. Salah satu cara pemasaran yang banyak digunakan pada bisnis yang berbasis *online* adalah pemasaran dengan sistem pengembangan jaringan. Sistem pengembangan jaringan ini, dilakukan untuk mengajak masyarakat ikut terlibat dan berbisnis

⁷⁴Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

bersama dalam bisnis yang sedang dikembangkan. Keuntungan terbesar diperoleh dari adanya sistem pengembangan jaringan ini. Seperti halnya pada bisnis *online* yang lain, bisnis *paytren* juga melakukan sistem pemasaran dengan mengembangkan jaringan bisnisnya. Dari pengembangan jaringan ini, maka perusahaan *paytren* akan mendapatkan omset yang cukup besar.

Setelah berhasil merekrut anggota, biasanya para *up line* melakukan bimbingan kepada *down linenya* agar *down line* tersebut bisa menjalankan kegiatan bisnis. Pada bisnis *paytren*, cara tersebut dilakukan bukan hanya bertujuan agar mitra baru yang direkrut bisa bertransaksi sendiri akan tetapi agar mitra baru itu bisa menjalankan bisnis dan bisa mengajak orang lain ikut bergabung dalam bisnis tersebut. Dengan cara seperti itu, jaringan bisnis dapat berkembang. Sebagaimana yang dikatakan oleh *leader paytren* bahwa:

“Paling membina jaringan ji, artinya mengajak semua downline-downline saya untuk transaksi setiap saat, untuk transaksi kebutuhan, minimal kebutuhan rutin yah, kayak tagihan listrik, pulsa.”⁷⁵

Hal serupa juga di katakan oleh Lola Nabilla sebagai *leader paytren* bahwa:

“Harus ki sering motivasi di bawah ta, kan ada di bilang kayak misal grup per wilayah toh, ada grup yang memang kan setiap pokoknya ada grup yang memang khusus di wilayah ini di wilayah ini ada juga yang khusus di gabung antar misalnya sulawesi dan jawa dan setiap hari itu saling support ki kak di dalamnya kayak misalnya di kasi bangunki shalat tahajjud di kasi ingatki masalah shalat dhuha, sedekah seperti itu.”⁷⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa pemasaran bisnis *paytren* dengan sistem jaringan perlu kerja keras, semangat, kesabaran dan ketekunan serta kerja cerdas, karena cara ini harus dilakukan dengan motivasi dan

⁷⁵A. Muh. Ridha, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁷⁶Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

pembinaan jaringan-jaringan atau mitra-mitra yang ada di bawah kita. Tanpa melakukan motivasi dan bimbingan yang rutin jaringan bisnis tidak akan bisa berkembang dengan baik. Selain itu, cara yang harus dilakukan untuk mengembangkan jaringan adalah (1) pelajari apa yang sudah diajarkan oleh *leader*; (2) sesudah menguasai, ajarkan kepada mitra dengan sabar dan tekun; (3) tahap demi tahap sesuai dengan kemampuan dari mitra; (4) menyediakan waktu tiap hari untuk membantu mitra yang mengalami kesusahan; dan (5) harus siap membayar harganya jika ingin mencapai sukses.

4.1.2.2 Jalur *Offline*

4.1.2.2.1 Mengajak Bertransaksi

Seseorang yang akan melakukan transaksi seperti membeli pulsa, biasanya mereka akan pergi ke konter dan menggunakan jasa orang lain. Berbeda ketika seseorang telah ikut bergabung dalam bisnis *paytren*, dia tidak lagi menggunakan jasa orang lain ketika akan bertransaksi, tetapi bisa melakukannya sendiri dan menikmati keuntungannya.

Salah satu kelebihan ketika bisa bergabung dalam bisnis *paytren* ini adalah bisa membuka *outlet* sendiri, dari sini kita bisa mengajak orang lain untuk menggunakan jasa kita dalam bertransaksi. Cara seperti ini juga merupakan cara pemasaran untuk mengembangkan jaringan. Seperti yang dikatakan oleh salah satu *leader paytren* bahwa:

“Pokoknya jangan dipaksakan, dikasi pilihan untuk ikut dalam bisnis *paytren*. Kalau misalnya dia tidak tertarik itu jangan dipaksakan. Yang kedua, ajak saja untuk melakukan transaksi dengan kita. Misalnya siapa tau. Misalnya ya, kita lihat orang-orang itu seperti tetangga saya dia beli token listrik biasanya keluar, dari pada keluar na tau ada saya, bisa beli pulsa sama saya, sama saya mi. Dan beberapa kali itu na telpon ka, bisa ka anu lagi minta lagi ini ta, saya bilang oh iya bisa. Itu beberapa bulan, satu bulan dua bulan berjalan, dia

sering malahan sampai 1 bulan itu sampai 1 jutaan dia butuhkan pulsa karenakan ada kos-kosannya, nanti setelah itu baru ku tanya mi, eh kenapa ki tidak sekalian anu ki bu, ikut maki bisnis ini karena ada anak kos-kosan ta, minimal lah untuk diri kita sendiri setiap bulan, toh setiap bulan. Ee selain kita dapat keuntungan toh, kita juga ini, ee akhirnya kita bisa berbisnis juga dengan orang lain kan.”⁷⁷

Berdasarkan hasil wawancara dengan *leader paytren* tersebut, dalam melakukan pemasaran bisnis, dia melakukannya dengan cara mengajak calon mitra untuk bertransaksi, dan lama kelamaan secara pelan-pelan dia mengajak calon mitra tersebut untuk ikut bergabung dalam bisnis *paytren*. Sehingga hal tersebut dapat mengembangkan jaringan bisnis dan menambah penghasilan.

4.1.2.2.2 Sarana Sosialisasi Pebisnis Treni

Selain menggunakan cara pemasaran melalui media sosial dan ajakan transaksi, sistem pemasaran pada bisnis *paytren* biasa juga dilakukan dengan cara membuat kegiatan sosialisasi treni. Melalui cara ini, bisnis yang sedang dijalankan dapat disosialisasikan dan dipromosikan kepada calon mitra baru. Seperti yang dilakukan oleh para pebisnis *paytren*, mereka membuat suatu kegiatan sosialisasi treni, kegiatan itu biasa terbuka untuk umum dan di sini kesempatan para pebisnis *paytren* untuk melakukan prospek dengan calon mitra baru. Kegiatan ini tidak terjadwal dari perusahaan, akan tetapi masing-masing daerah akan membuat kegiatan tersebut sebagai ajang promosi bisnis dengan tujuan untuk pengembangan jaringan.

⁷⁷Rahmawati, dosen IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 4 Juni 2018.

4.1.3 Penentuan Komisi Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

Pada awal menjalankan bisnis, tentunya para pebisnis akan memikirkan bagaimana keuntungan yang akan mereka dapatkan. Pada suatu perusahaan atau instansi, karyawan biasanya dibayar berdasarkan jam kerja atau gaji bulanan, sedangkan komisi biasanya dibayar berdasarkan harga barang dan jasa yang terjual. Pembayaran komisi adalah hal yang umum untuk komisi tertentu, khususnya bagi para karyawan bagian penjualan sebab pekerjaan utama mereka adalah menghasilkan uang bagi perusahaan.⁷⁸

Komisi atau bonus pendapatan merupakan hal yang paling penting dalam sebuah bisnis. Tanpa adanya komisi atau bonus maka bisnis yang dijalankan tidak akan berkembang, karena tujuan dari sebuah bisnis adalah untuk mendapatkan laba yang sebanyak-banyaknya.

Pada bisnis *paytren*, ada beberapa jenis komisi yang didapatkan apabila kita mampu menjalankan bisnisnya dengan baik, adapun jenis dan cara perhitungan komisi pada bisnis *paytren* adalah sebagai berikut.

4.1.3.1 Komisi Penjualan Lisensi atau Pendaftaran Mitra Baru dan Komisi Pasangan Penjualan Lisensi

Sebagaimana teori MLM, ketika kita mampu merekrut seseorang untuk ikut bergabung pada bisnis yang sedang kita jalani, maka perusahaan akan memberikan bonus. Sama halnya pada bisnis *paytren*, setiap berhasil menjual satu lisensi atau mendaftarkan mitra baru, maka perusahaan *paytren* akan memberikan komisi

⁷⁸WIKIHOW, "Cara Menghitung Komisi," *situs resmi wikipedia*.
<https://www.google.co.id/amp/s/id.m.wikihow.com/Menghitung-Komisi%3Famp=1> (3 Juli 2018)

penjualan Rp. 75.000,-. Kemudian, jika terjadi pasangan, baik penjualannya oleh kita maupun dibantu *leader* kita, besar bonusnya Rp. 25.000,- per pasangan.

Berkenaan dengan hal ini, salah satu *leader paytren* saat diwawancarai melalui aplikasi *whatsapp* mengatakan bahwa:

“Jadi termasuk aktivasi member member senilai Rp. 75.000 itu dibagikan oleh perusahaan dlm bentuk PUT.”⁷⁹

Berbeda dengan Lola Nabilla yang mengatakan bahwa:

“Pada saat saya merekrut seseorang menjadi anggota *paytren*, saya mendapatkan keuntungan Rp. 100.000,- satu kali masuk ee orang yang ingin ikut bergabung. Terus kalau misalnya, kan saya baru 2, e baru 1 pasang. Maksudnyakan kalau belum pasangan masih Rp. 60.000,- kalau sudah 1 pasang itu baru Rp. 100.000 kak. Jadi kalau misalnya ada 10 pasang yang dibawah ta. Ee keuntungannya itu setiap bulan ada pemasukan tersendiri dari transaksi-transaksi yang dilakukan.”⁸⁰

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat disimpulkan bahwa komisi yang akan didapatkan mitra *paytren* pada saat berhasil menjual 1 lisensi yaitu Rp. 75.000,- akan tetapi ada beberapa mitra yang hanya mendapatkan Rp. 60.000,- per lisensi. Adapun komisi pasangan penjualan lisensi yang didapatkan sebesar Rp 25.000,-. Namun, mitra yang mendapatkan komisi penjualan lisensi Rp. 60.000,-, komisi pasangannya sebesar Rp. 40.000,-. Jadi total komisi yang didapatkan sama pada umumnya.

4.1.3.2 Komisi Pengembangan Penjualan Langsung dan Pengembangan Komunitas

Bisnis yang sedang mengalami perkembangan merupakan impian dari setiap perusahaan. Begitupun dengan *paytren*, perusahaan *paytren* akan memberikan komisi

⁷⁹A. Muh. Ridha P, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di Kota Parepare, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

⁸⁰Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

pengembangan penjualan sebesar Rp. 2.000,- per lisensi, apabila mitra yang kita bimbing berhasil menjual lisensi, maksimal sampai 10 generasi. Berdasarkan hal tersebut, salah satu *leader paytren* mengatakan bahwa:

“Ketika kita mampu merekrut anggota, kita juga dapat bonus apa namanya itu, bonus kayak pendampingan yah. Itu karena kita pandu itu anggota ta Rp.1.000,-, masuk ke deposit ta.”⁸¹

Kemudian perusahaan *paytren* akan memberikan komisi pengembangan komunitas apabila mitra yang kita daftarkan mendapatkan bonus pasangan Rp. 25.000,-, maka kita juga akan mendapat bonus sebesar Rp. 1.000,- per pasangan untuk setiap mitra yang direferensikan maksimal 10 generasi. Semakin banyak mitra yang kita daftarkan, maka semakin banyak komisi yang akan kita dapatkan. Berikut ilustrasi komisi pengembangan penjualan langsung dan komisi pengembangan komunitas.

4.1.3.3 *Cashback* Transaksi Pribadi, Transaksi Mitra yang Kita Daftarkan Langsung dan Transaksi Komunitas

Perusahaan yang berdiri dengan sistem menawarkan jasa sebagai media transaksi kebutuhan masyarakat, tentunya akan memberikan kemudahan dan kenyamanan kepada masyarakat yang menggunakan jasanya. Seperti halnya bisnis *paytren*, setiap kali melakukan transaksi dengan aplikasi *paytren*, maka perusahaan akan memberikan *cashback* transaksi pribadi sebesar 17,27% dari margin bersih. Senilai Rp.75,- untuk transaksi pulsa dan Rp. 100,- sampai dengan Rp. 1.500,- untuk transaksi non pulsa. Adapun ketika mitra yang kita daftarkan langsung melakukan transaksi, maka perusahaan akan memberikan *cashback* kepada kita sebesar 11,5% dari margin bersih, sekitar Rp.50,- sampai Rp.1.000,- per transaksi. Berikut tabel *cashback* transaksi pribadi dan transaksi mitra yang kita daftarkan langsung.

⁸¹Rahmawati, dosen IAIN Parepare selaku leader *paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 4 Juni 2018.

Tabel 4.1 *Cashback* Transaksi Pribadi, Transaksi Mitra yang Kita Daftarkan Langsung dan Transaksi Komunitas

| Jenis Transaksi | <i>Cashback</i> | | |
|------------------------------------|-----------------|------------------|---------------|
| | Pribadi | Sponsor Langsung | Generasi 2-10 |
| Pulsa dan <i>Voucher Game</i> | 75 | 50 | 20 |
| PLN Pasca Bayar | 240 | 160 | 64 |
| PLN Prepaid | 240 | 160 | 64 |
| Speedy/Telkom/Telkomvision/Aora TV | 165 | 110 | 44 |
| Kartu Halo | 180 | 120 | 48 |
| Indovision | 195 | 130 | 52 |
| Adira | 195 | 130 | 52 |
| PDAM | 120 | 80 | 32 |
| Tiket Pesawat | 1500 | 1000 | 400 |
| FIF | 165 | 110 | 44 |
| MAF | 165 | 110 | 44 |
| BAF | 90 | 60 | 24 |
| MCF | 165 | 110 | 44 |
| WOM | 90 | 60 | 24 |
| TV Prabayar KVision | 165 | 110 | 44 |
| TV Prabayar Orange | 165 | 110 | 44 |
| TV Parabayar Topas | 165 | 110 | 44 |
| BPJS | 195 | 130 | 52 |
| Tiket KAI | 360 | 240 | 96 |

Sumber : Komunitas Paytren. <https://komunitaspaytren2016.wordpress.com/2016/05/14/penjelasan-cashback-transaksi/>

Sedangkan *cashback* transaksi komunitas diperoleh tidak hanya dari mitra yang kita daftarkan saja, akan tetapi dari seluruh mitra di bawah kita yang berada dalam satu garis sponsoring. Jadi, semakin banyak mitra di bawah kita, maka akan semakin banyak pula bonus yang kita dapatkan.

Berdasarkan aturan *cashback* transaksi, salah satu *leader paytren* mengatakan bahwa:

“Kalau *downline* saya setiap kali transaksi ada sebagian masuk ke hasil transaksinya itu sebagian masuk ke saya, jadi misalnya setiap 1 kali *downline* saya transaksi saya dapat misalnya Rp.50,- untuk 1 generasi, generasi pertama. Dari segi prospek bisnisnya ya, dari segi prospek MLMnya. Jadi kalau setiap transaksi *downline* saya generasi pertama saya dapat Rp.50,-, tapi semakin banyak kita punya *downline* itu kali berapa itu kaki di bawah yang transaksi terus, jadi ada *passif income* itu saya dapat, *passif income* secara otomatis ketika *downline* saya melakukan transaksi, saya dapat dia juga dapat sebagian juga ada sedekah, jadi nilainya terbagi rata, ada yang masuk ke

perusahaan, ada yang lari ke *up line*, ada yang dapat ke kita sendiri yang transaksi, ada untuk sedekah.”⁸²

Kemudian dikatakan pula oleh Lola Nabilla selaku *leader paytren* bahwa:

“Jadi misalnya ada 10 pasang yang dibawah ta keuntungannya itu setiap bulan ada pemasukan tersendiri dari transaksi-transaksi yang dilakukan.”⁸³

Salah satu mitra *paytren* juga mengatakan bahwa:

“Setiap selesai ka transaksi pasti ku cek *cashbacknya* pasti begitu, misalnya kayak pulsa, berapapun pulsa hp pasti bonusnya 75ribu, Rp. 75,-.”⁸⁴

Selanjutnya diperjelas lagi oleh Muh. Yusuf Asnawir yang mengatakan bahwa:

“Kalau untuk *cashbacknya* atau bonusnya terhadap kita itu setiap kali transaksi itu ee apa namanya ada *putnya* yang masuk di ee apa namanya di *paytren* atau usaha kita. Jadi kalau sudah cukup 150 itu sudah masuk ke rekening kita.”⁸⁵

Iis Sholihah selaku mitra *paytren* mengatakan bahwa:

“Bonus dlm *paytren* ada 2 *cashback* dan komisi.. *cashback* d dapat setelah bertransaksi nominal beda..”⁸⁶

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa setelah melakukan transaksi, baik transaksi pribadi, transaksi mitra yang kita daftarkan langsung maupun transaksi komunitas, mitra akan mendapatkan *cashback* sesuai dengan jenis transaksi yang dilakukan. Semakin sering melakukan transaksi maka *cashback* yang didapatkan semakin besar pula.

⁸²A. Muh. Ridha, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁸³Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁸⁴Wahyu Ananda, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Mei 2018.

⁸⁵Muh. Yusuf Asnawir, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁸⁶Iis Sholihah, mahasiswa IAIN Parepare selaku mitra *paytren*, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

Pada bisnis *paytren*, transaksi yang kita lakukan, tidak semuanya masuk pada perusahaan *paytren*. Namun, hasil transaksi itu terbagi, ada yang masuk ke kita sendiri (*cashback* pribadi), ada yang masuk ke *leader* kita dan ada pula yang dijadikan sedekah. Sebagaimana yang dikatakan oleh salah satu *leader paytren* bahwa:

“Jadi hasil keuntungan perusahaan itu tidak hanya sekedar perusahaan saja yang memakai tetapi selain ummat juga yang menikmati, juga sebagian untuk sedekah. Buktinya sudah ada jembatan yang dibangun di daerah Jawa yang sama sekali desa-desa terpencil yang tidak ada akses jembatan, anak-anak sekolah dibangun jembatan di situ, itu semua sumbangan dari mitra *paytren* rata-rata itu. Bahkan dari setiap transaksi mitra, sebagian dari transaksi itu disedekahkan untuk yang dibutuhkan.”⁸⁷

Seperti pula yang dikatakan oleh salah satu mahasiswa IAIN Parepare sebagai *leader paytren* yang mengatakan bahwa:

“Di *paytren* juga kalau satu kali transaksi bisa dapat *cashback* sendiri dan ada kita bersedekah Rp.12,- untuk ee yayasan anu kayak Al-Qur’an begitu kak, ya penghapal Al-Qur’an.”⁸⁸

Kemudian ditambahkan lagi oleh salah satu *leader paytren* saat diwawancarai melalui aplikasi *whatsapp* mengatakan bahwa:

“Kalau menurut saya kak *paytren* itu salah satu aplikasi yg dapat menguntungkan baik berupa uang maupun amal, mengapa saya mengatakan demikian karena dalam *paytren* mengajarkan kita arti bersedekah meskipun itu jumlah x tdk banyak, tapi kalau mau di perhitungkan sedikit kali sedikit pasti banyak kan..”⁸⁹

Berdasarkan prinsip etika bisnis Islam, program sedekah yang dilakukan oleh bisnis *paytren* termasuk dalam prinsip kesatuan, karena *paytren* mengajarkan

⁸⁷A. Muh. Ridha, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁸⁸Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁸⁹Unianti, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis pada aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

mitranya untuk tidak cenderung berlebihan terhadap materi dan membentuk pemikiran bertanggung jawab untuk mengolah aset-aset yang dimiliki, mereka dibimbing untuk membiasakan diri bersedekah, karena pada harta kita ada hak orang lain.

4.2 Pembahasan

Suatu bisnis baik yang secara *online* maupun *offline* tidak bisa terlepas dari etika, di mana etika ini sangat mendukung keberhasilan suatu bisnis. Dengan menerapkan etika maka tujuan-tujuan yang telah dirancang sedemikian rupa bisa terlaksana dengan baik. Memulai suatu bisnis secara *online* sangat mudah dan proses transaksinya pun juga mudah.

Etika bisnis Islam memiliki beberapa prinsip yang harus diterapkan oleh para pelaku bisnis, di antaranya, prinsip kesatuan (*unity*), keseimbangan (*equilibrium*), kehendak bebas (*free will*), tanggung jawab (*responsibility*), dan kebenaran. Kelima prinsip tersebut merupakan hal yang sangat penting dalam menjalankan kegiatan bisnis. Dalam bisnis *paytren* prinsip etika bisnis Islam yang diterapkan sebagai berikut:

4.2.1 Kesatuan (*Unity*)

Tauhid dapat diartikan sebagai iman, akidah dan tanggung jawab terhadap amanah. Ketiga makna tersebut, dalam konteks ekonomi memberikan suatu kesadaran pembebasan terhadap para pelaku ekonomi dari ketundukan dan kecenderungan yang berlebihan terhadap materi dan membentuk pemikiran bertanggung jawab dalam mengolah aset-aset ekonomi sesuai dengan aturan-aturan syariah.

Sebagaimana yang dikatakan oleh salah satu *leader paytren* bahwa:

“Jadi hasil keuntungan perusahaan itu tidak hanya sekedar perusahaan saja yang memakai tetapi selain ummat juga yang menikmati, juga sebagian untuk sedekah. Buktinya sudah ada jembatan yang dibangun di daerah Jawa yang sama sekali desa-desa terpencil yang tidak ada akses jembatan, anak-anak sekolah dibangun jembatan di situ, itu semua sumbangan dari mitra *paytren* rata-rata itu. Bahkan dari setiap transaksi mitra, sebagian dari transaksi itu disedekahkan untuk yang dibutuhkan.”⁹⁰

Seperti pula yang dikatakan oleh salah satu mahasiswa IAIN Parepare sebagai *leader paytren* yang mengatakan bahwa:

“Di *paytren* juga kalau satu kali transaksi bisa dapat *cashback* sendiri dan ada kita bersedekah Rp.12,- untuk ee yayasan anu kayak Al-Qur’an begitu kak, ya penghapal Al-Qur’an.”⁹¹

Kemudian ditambahkan lagi oleh salah satu *leader paytren* saat diwawancarai melalui aplikasi *whatsapp* mengatakan bahwa:

“Kalau menurut say kak *paytren* itu salah satu aplikasi yg dpat menguntungkan baik berupa uang maupun amal,,mengapa sya mengatakan demikian krna dlm *paytren* mnegajarkan kita arti bersedekah mskipun itu jumlah x tdk banyak, tpi kalau mau di perhitungkan sedikit kali sedikit pasti banyak kan..”⁹²

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis *paytren* menerapkan prinsip kesatuan dengan melakukan kebiasaan bersedekah kepada yang membutuhkan dan untuk pembangunan infrastruktur daerah khususnya daerah terpencil. Sedekah tersebut berasal dari hasil transaksi mitra *paytren*, jadi secara tidak langsung kita sudah bersedekah setelah melakukan transaksi.

Selain program sedekah, penerapan prinsip kesatuan juga diterapkan dalam penetapan harga antara mitra maupun *leader paytren*. Sebagaimana yang dikatakan oleh mitra *paytren* bahwa:

⁹⁰A. Muh. Ridha, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁹¹Lola Nabilla, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁹²Unianti, mahasiswa IAIN Parepare selaku *leader paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis pada aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

“Kalau di *paytren* sendiri sudah teratur memang, ee pulsa sekian, misalnya pulsa eee 10.000, 11.000 sekian.”⁹³

Kemudian dikatakan pula oleh salah satu *mitra paytren* bahwa:

“Memang kalau di *paytren* itu misalnya sudah ditentukan misalnya pulsa 5.000, 5.000 sekian, Rp. 5.400,-. Tapi tergantung dari kita ee berapa kita ee mau jualkan.”⁹⁴

Ummi Syahida selaku *mitra paytren* mengatakan bahwa:

“Kalau masalah harga ketentuannya itu beb dari kita ji sebenarnya, kan ada memang na tentukan di situ. Misalnya harga pulsanya itu ee 5.000 biasa 6.000, jadi biasa kita jualkan kayak 8.000 dari kita ji sebenarnya. kan ada ji na kasi ki harga di situ yang kita belikan i tapi kalau untuk anunya bisa ji dari kita mau ki jual berapa.”⁹⁵

Hasil wawancara tersebut menjelaskan bahwa perusahaan *paytren* menetapkan harga yang sama kepada seluruh anggotanya baik *leader* maupun *mitra*. Tidak ada perbedaan harga diantara keduanya. *Cashback* transaksi pribadi yang didapatkan pun sama. Hal ini membuktikan bahwa prinsip kesatuan diterapkan dalam bisnis *paytren*.

4.2.2 Keseimbangan (*Equilibrium*)

Konsep keseimbangan ini berkenaan dengan diharuskannya untuk bersifat adil dan dilarang untuk berlaku curang, salah satunya beraktifitas di dalam kerja dan bisnis. Pengertian adil dalam Islam diarahkan agar hak orang lain, hak lingkungan sosial, hak alam semesta dan hak Allah dan Rasul-Nya berlaku sebagai *stakeholder*

⁹³Wahyu Ananda, mahasiswa IAIN Parepare selaku *mitra paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 21 Mei 2018

⁹⁴Muh. Yusuf Asnawir, mahasiswa IAIN Parepare selaku *mitra paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis di Parepare, 7 Juni 2018.

⁹⁵Ummy Syaidah, mahasiswa IAIN Parepare selaku *mitra paytren* di kota Parepare, wawancara oleh penulis melalui *voice note* pada aplikasi *whatsapp*, 30 Juni 2018.

dari perilaku adil seseorang. Semua hak-hak itu harus ditempatkan sebagaimana mestinya. Sebagaimana yang dikatakan oleh A. Muh. Ridha P selaku *leader paytren* bahwa:

“Di aplikasi Paytren tdk ada berbicara keseimbangan keuangan krn ini tergantung dr member/mitra pengguna. Ilustrasinya begini.....Mitra/member Paytren yg lebih aktif dlm memasarkan produk aplikasi atau dlm hal ini mengajak org menggunakan aplikasi, pendapatannya bias lebih besar dr pd pengeluaran...dia bias saja seimbang bilamana pendapatan tersebut dia gunakan semua u/ transaksi kebutuhannya, bgt jg sebaliknya. Pendapatan tersebut bg mitra/member aktif bersumber dr bonus pemasaran produk/aplikasi (Binus aktivasi member, bonus pengembangan jaringa, cashback, dll).”⁹⁶

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dikatakan bahwa keseimbangan diterapkan dalam hal pemasukan dan pengeluaran. Meskipun pada dasarnya pemasukannya bisa dikatakan lebih besar dari pada pengeluarannya bagi mereka yang aktif dalam memasarkan bisnisnya. Hal tersebut dapat dikatakan adil atau seimbang karena pada prinsip keseimbangan menggambarkan sesuatu yang dapat dikatakan seimbang ketika sesuatu itu ditempatkan pada tempatnya atau dapat dikatakan adil. Seperti dalam bisnis *paytren* ini, mereka akan mendapatkan apa yang telah mereka usahakan.

Berkaitan dengan penentuan komisi, prinsip keseimbangan tetap diterapkan dengan adanya komisi-komisi yang akan didapatkan oleh *leader* maupun mitra *paytren*. Komisi-komisi tersebut akan diberikan ketika aktif menjalankan bisnisnya. Hal itu dikatakan seimbang karena *leader* maupun mitra *paytren* akan mendapatkan komisi sesuai dengan jenis transaksi yang dilakukan. Besar kecilnya komisi yang didapatkan sesuai dengan usaha mereka dalam menjalankan bisnis.

⁹⁶A. Muh. Ridha P, ASN/PNS Dinas Sosial Pemkot Parepare selaku *leader paytren* di Kota Parepare, wawancara oleh penulis melalui aplikasi *Whatsapp*, 30 Juni 2018.

4.2.3 Kehendak Bebas (*Free Will*)

Konsep kehendak bebas merupakan kebebasan yang diberikan kepada manusia untuk melakukan sesuai apa yang diinginkan tanpa adanya paksaan, akan tetapi manusia yang baik akan menggunakan kebebasan itu dalam rangka tauhid dan keseimbangan. Allah memberikan batasan yang boleh dan tidak boleh dilakukan, tentunya untuk kepentingan manusia itu sendiri. Akan tetapi manusia memiliki kecenderungan untuk berkompetisi dalam segala hal, tak terkecuali kebebasan dalam melakukan kontrak. Kebebasan sangat penting dalam nilai etika bisnis Islam tetapi tidak merugikan hak atau kepentingan orang lain.

Prinsip kehendak bebas telah diterapkan pada bisnis *paytren* dengan menerapkan kebebasan memasarkan bisnisnya di mana saja dan kapan saja, baik melalui jalur *online* maupun jalur *offline*. Tidak ada paksaan bagi *leader* maupun mitra *paytren* untuk melakukan pemasaran bisnis, mereka bebas memilih antara melakukan pemasaran atau tidak. Selain sistem pemasaran, kebebasan juga diterapkan dalam hal penentuan komisi dengan syarat melakukan transaksi terlebih dahulu untuk mendapatkan komisi sesuai dengan yang dikehendaki. Tentunya kebebasan-kebebasan tersebut dilandasi dengan tanggung jawab.

4.2.4 Tanggung Jawab (*Responsibility*)

Islam menekankan konsep tanggung jawab meskipun tidak mengabaikan kebebasan individu. Ini menunjukkan bahwa yang dikehendaki ajaran Islam adalah kebebasan yang bertanggung jawab. Karena segala perbuatan dan tindakan yang dilakukan oleh manusia akan dipertanggung jawabkan di hadapan Allah swt. Dalam suatu bisnis, adanya sikap bertanggung jawab sangat diperlukan, utamanya dalam hal

pemberian bonus, perusahaan harus bertanggung jawab terhadap apa yang telah dijanjikan mengenai komisi kepada anggotanya.

Tanggung jawab dalam bisnis *paytren* diterapkan dengan adanya tanggung jawab *leader* terhadap mitranya. Dalam hal ini, *leader* bertanggung jawab memberikan bimbingan dan motivasi kepada mitra baru yang berhasil direkrut sampai mitra baru tersebut mampu menjalankan bisnisnya bahkan mampu untuk merekrut dan melakukan pembinaan.

Selain tanggung jawab pembinaan *downline*, penerapan prinsip tanggung jawab juga dilakukan oleh perusahaan dengan memberikan komisi kepada anggotanya sesuai dengan apa yang telah dilakukan. Baik penjualan lisensi, pasangan penjualan lisensi, pengembangan penjualan langsung maupun komunitas, hingga *cashback* dari transaksi-transaksi yang dilakukan. Meskipun pada komisi penjualan lisensi, ada mitra yang mendapatkan komisi Rp. 60.000,-, tapi perusahaan bertanggung jawab memberikan bonus lebih ketika lisensi yang berhasil dijual telah berpasangan.

4.2.5 Kebenaran: Kebajikan dan Kejujuran

Konsep kebenaran juga mengandung arti kebajikan, yang mana semua keputusan dan tindakan harus menguntungkan manusia baik di dunia maupun di akhirat, selain hal itu seharusnya tidak dilakukan. Islam tidak membenarkan setiap tindakan yang dapat menimbulkan kerusakan terhadap diri, masyarakat bahkan makhluk lain seperti bintang, tumbuhan dan alam. Dalam konteks bisnis, kebenaran dimaksudkan sebagai niat, sikap dan perilaku benar yang meliputi proses akad (transaksi). Dalam hal ini, yang dimaksud dengan kebenaran: kebajikan dan kejujuran adalah bagaimana suatu perusahaan melakukan tindakan yang menguntungkan bagi anggotanya.

Pada bisnis *paytren*, prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran masih belum diterapkan secara sempurna, karena masih ada mitra-mitra *paytren* yang mendapatkan komisinya tidak sesuai dengan yang semestinya. Sebagaimana pernyataan salah satu *leader paytren* yang mengatakan bahwa pada saat berhasil menjual satu lisensi komisi yang didapatkan sebesar Rp. 60.000,- sementara yang lainnya mendapatkan Rp. 75.000,- per lisensi. Hal ini tentu merugikan pihak yang hanya mendapatkan Rp. 60.000,- meskipun pada saat lisensinya berpasangan tetap mendapatkan total komisi Rp. 100.000,-, akan tetapi merugikan apabila lisensi yang dijual belum berpasangan atau akan berpasangan dalam jangka waktu yang lama. Padahal aturan komisi yang ditetapkan *paytren* adalah mendapatkan komisi sebesar Rp. 75.000,- setiap kali berhasil menjual lisensi dan Rp. 25.000,- setiap lisensi yang terjual berpasangan.

Berdasarkan uraian pembahasan hasil penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bisnis *paytren* telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam kecuali prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran. Prinsip kesatuan karena adanya program sedekah dan penetapan harga yang sama, prinsip keseimbangan karena adanya keseimbangan pemasukan dan pengeluaran serta keseimbangan pemberian komisi, prinsip kehendak bebas karena adanya kebebasan dalam melakukan pemasaran bisnis dan prinsip tanggung jawab karena adanya tanggung jawab *leader* terhadap mitranya dan tanggung jawab perusahaan terhadap anggotanya dalam hal pemberian komisi, serta prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran karena adanya salah satu mitra mendapatkan komisi yang tidak sesuai dengan aturan komisi *paytren*.

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian sebelumnya, maka pada bagian penutup skripsi ini ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- 5.1.1 Mekanisme transaksi pada bisnis *paytren* yaitu dimulai dari pendaftaran, kemudian melakukan *top up* saldo dan selanjutnya memilih fitur transaksi yang akan digunakan. Sementara bentuk transaksi bisnis *paytren* terdiri dari transaksi pulsa, tagihan, tiket, *pay by qr*, dan epin. Berdasarkan bentuk transaksi tersebut terdapat kesatuan harga yang termasuk prinsip kesatuan karena adanya penetapan harga yang sama antara mitra maupun *leader paytren*, kemudian terdapat pula keseimbangan antara pemasukan dan pengeluaran yang merupakan prinsip keseimbangan dari etika bisnis Islam.
- 5.1.2 Sistem pemasaran pada bisnis *paytren* menggunakan jalur *online* dan jalur *offline*. Jalur *Online* dilakukan dengan melalui media sosial dan sistem jaringan, sedangkan jalur *offline* dilakukan dengan cara mengajak bertransaksi dan melakukan kegiatan pebisnis. Berdasarkan analisis etika bisnis Islam, dari berbagai cara tersebut termasuk dalam prinsip kehendak bebas dan tanggung jawab, karena cara tersebut tidak ada paksaan dari perusahaan untuk melakukan pemasaran atau tidak, pihak yang melakukan pemasaran juga tidak memaksa calon mitra untuk ikut bergabung, serta mereka memiliki tanggung jawab terhadap mitra baru yang direkrut sampai mitra tersebut mampu menjalankan bisnisnya.

5.1.3 Penentuan komisi pada bisnis *paytren* terdapat beberapa jenis dan cara perhitungan yaitu komisi penjualan lisensi dan komisi pasangan penjualan lisensi; komisi pengembangan penjualan langsung dan pengembangan komunitas; serta *cashback* transaksi pribadi, transaksi mitra yang kita daftarkan langsung, dan transaksi komunitas. Berdasarkan prinsip etika bisnis Islam, penentuan komisi pada bisnis *paytren* termasuk prinsip kesatuan, keseimbangan, kehendak bebas dan tanggung jawab. Namun, tidak terdapat prinsip kebenaran: kebajikan dan kejujuran karena ada beberapa bonus yang didapatkan mitra *paytren* tidak sesuai dari aturan yang ditetapkan perusahaan.

Berdasarkan ketiga hal di atas, dapat dikatakan bahwa bisnis *paytren*, baik dari segi bentuk transaksi, sistem pemasaran, maupun penentuan komisi telah menerapkan prinsip etika bisnis Islam, kecuali kebenaran: kebajikan dan kejujuran.

5.2 Saran

Menjalankan bisnis memang penting, namun menjalankan bisnis juga tidak hanya dijalankan begitu saja, memberikan harapan kepada orang lain dengan mengikuti bisnis yang kita buat, apalagi dengan bentuk *Multi Level Marketing* (MLM) yang saat ini dikenal dengan banyak tipuannya, tetapi harus berdasarkan etika. Karena dengan adanya etika, bisnis yang dijalankan bisa berjalan dengan baik.

Teruntuk para pebisnis di mana pun berada, tetap perhatikan etika-etika bisnis dalam menjalankan bisnisnya, karena dengan itu, visi suatu bisnis dapat dicapai dan misinya dapat berjalan dengan baik. Terkhusus buat PT. Veritra Sentosa Internasional (VSI) atau bisnis *paytren* agar tetap mempertahankan etika bisnisnya terutama tanggung jawab perusahaan dan perseorangan harus lebih ditingkatkan serta dalam

penentuan aturan maupun komisi harus konsisten sehingga bisnis yang dijalankan dapat berkembang dengan baik.



DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Arjianto, Agus. 2011. *Etika Bisnis bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badroen, Faisal, *et al.*, eds. 2007. *Etika Bisnis dalam Islam*. Edisi I. Cet. 2; Jakarta: Kencana
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Damanuri, Aji. 2010. *Metodologi Penelitian Mu'amalah*. Ponorogo: STAIN Po Press
- Departemen Agama RI. 2004. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Surabaya: Mekar Surabaya
- Departemen Pendidikan Nasional. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Edisi IV. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Emzir. 2011. *Analisis Data: Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Pers
- Jusmaliani, *et al.*, eds. 2008. *Bisnis Berbasis Syariah*. Cet. 1. Jakarta: Bumi Aksara
- Muhammad. 2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN
- Patilima, Hamid. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : CV Alfabeta
- Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI) Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. 2012. *Ekonomi Islam*. Cet. 4; Jakarta: Rajawali Pers
- Rivai, Veithzal, Amiur Nuruddin, dan Faisar Ananda Arfa. 2012. *Islamic Business and Economic*. Jakarta: Pt. Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Cet. 25; Bandung: Alfabeta.
- Suryono, Bagong. 2007. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Kencana
- Tim Penyusun Ensiklopedi Indonesia. 1980. *Ensiklopedi Indonesia*. Jakarta: Ikhtiar Baru Van Hoeve Tarsito
- Tim Penyusun. 2013. *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah (Makalah dan Skripsi)*. Edisi Revisi. Parepare: STAIN Parepare
- Umar, Husain. 2000. *Bussiness an Introduction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Sumber Skripsi

- Maya, Kurnia. 2017. *Strategi Pemasaran Multi Level Marketing pada PT. Raja Walet Parepare*. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare.
- Warda. 2015. *Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Persaingan Bisnis Pedagang Pakaian di Pasar Lakessi Kota Parepare*. Skripsi Sarjana; Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam: Parepare

Sumber Media Online

- “Bisnis.” 2018. *Wikipedia the Free Encyclopedia*.
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Bisnis> (20 Februari)
- “Harga.” 2018. *Wikipedia the Free Encyclopedia*.
<https://id.m.wikipedia.org/wiki/Harga> (8 Juli)
- Agen Bisnis Paytren. “Visi Misi Paytren.” *Situs Resmi Agen Bisnis Paytren*.
<http://www.agenbisnispaytren.com/p/visi-misi-paytren.html> (12 Agustus)
- Arum, Jiwati. 2016. *Pelaksanaan Bisnis Online di Kota Malang dalam Perspektif Masalah (Studi di Toko Serba Oleh Oleh Malang)*. Skripsi Sarjana; Fakultas Syari’ah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
<http://etheses.uin-malang.ac.id/4914/1/12220136.pdf>. (diakses 13 Januari)
- Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia. 2018. “Fatwa Dewan Syariah Nasional No: 75/DSN-MUI/VII/2009.” *Situs Resmi DSN-MUI*. 75-Pedoman-
 _PLBS.pdf (12 Januari)
- Ekis, Zona. “Prinsip-prinsip Dasar dalam Etika Bisnis Islam”. *Situs Resmi Zona Ekis*.
<http://zonaekis.com/prinsip-prinsip-dasar-dalam-etika-bisnis-islam/> (27 Desember)
- Firdaustuble. 2010. “Multi Level Marketing Perspektif Etika Bisnis”. *Blog Firdaustuble*.
<https://firdaustuble.wordpress.com/2010/05/04/multi-level-marketing-perspektif-etika-bisnis/> (13 Januari)
- Kuncoro, Anis Tyas. 2009. “Konsep Bisnis *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Ekonomi Syari’ah,” *Sultan Agung*, vol. XLV no. 119 (September-November 2009).
<http://download.portalgaruda.org/article.php?article=176229&val=308&title=KONSEP%20BISNIS%20MULTILEVEL%20MARKETING%20DALAM%20PERSPEKTIF%20EKONOMI%20SYARIAH> (diakses 13 Januari)
- Mutiarani, Sarah. 2017. *Bisnis Multi Level Marketing Oriflame Menurut Tinjauan Hukum Islam*. Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri:

- Surakarta. <http://eprints.iain-surakarta.ac.id/787/1/SKRIPSI%20FULLTEXT.pdf> (diakses 13 Januari)
- Pelajaran. 2018. "Pengertian Etika Bisnis, Tujuan, Manfaat, Prinsip dan Contoh Etika Bisnis Menurut Para Ahli Terlengkap." *Situs Resmi Pelajaran*. www.pelajaran.co.id/2017/10/pengertian-etika-bisnis-tujuan-manfaat-prinsip-dan-contoh-etika-bisnis-menurut-para-ahli.html (23 Februari)
- Pendidikan, Master. 2017. "14 Pengertian Analisis Menurut Para Ahli." *Situs Resmi Master Pendidikan*. www.masterpendidikan.com/2017/03/14-pengertian-analisis-menurut-para-ahli.html (23 Februari)
- Rahmawaty, Anita. 2014. "Bisnis *Multi Level Marketing* dalam Perspektif Islam," *Equilibrium*, vol. 2 no.1. (Juni 2014) journal.stainkudus.ac.id/index.php/equilibrium/article/download/716/pdf (diakses 21 Januari)
- Suiryuk. "Pengertian E-Commerce". *Blog Suiryuk*. <https://suiryuk.wordpress.com/2012/10/17/pengertian-e-commerce/> (12 November)
- Treni. "About Us." *Situs Resmi Treni*. <https://www.treni.co.id/about-us/> (12 Agustus)
- Treni. "Sejarah Perusahaan." *Situs Resmi Old Treni*. <https://www.old.treni.co.id/sejarah-perusahaan/> (12 Agustus).
- Wikihow. "Cara Menghitung Komisi." *Situs Resmi Wikihow*. <https://www.google.co.id/amp/s/id.m.wikihow.com/Menghitung-Komisi%3Famp=1> (3 Juli)
- Wildiana, Wardatul. 2015. *Tinjauan Hukum Islam Terhadap Jual Beli Pulsa Hand Phone dengan Sistem Multi Level Marketing (Studi Kasus di PT Veritra Sentosa Internasional Semarang)*. Skripsi Sarjana; Fakultas Syariah Universitas Islam Walisongo: Semarang. <http://eprints.walisongo.ac.id/4858/1/102311077.pdf> (diakses 13 Januari)

Lampiran



Nomor : 21 /1/IU/PMDN/2015
Halaman : 5 (6)

- c. Menjual dan/atau memasarkan barang yang pada label produknya tidak tercantum nama perusahaan yang memasarkan dengan sistem penjualan langsung;
- d. Menjual barang dan/atau jasa yang tidak mempunyai tanda daftar dari instansi teknis yang berwenang khususnya bagi barang dan/atau jasa yang wajib terdaftar menurut ketentuan perundang-undangan;
- e. Usaha perdagangan yang dikaitkan dengan penghimpunan dana masyarakat;
- f. Menarik dan/atau mendapatkan keuntungan melalui iuran keanggotaan atau pendaftaran sebagai mitra usaha secara tidak wajar.

KETIGA : Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Tetap PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL ini berlaku :

1. Selama perusahaan menjalankan kegiatan usahanya dan wajib melakukan pendaftaran ulang setiap 5 (lima) tahun;
2. Untuk melaksanakan kegiatan usaha penjualan langsung melalui jaringan pemasaran yang dikembangkan mitra usaha (direct selling) dengan mengikuti ketentuan yang berlaku;
3. Untuk pemakaian gudang atau tempat penyimpanan yang berada dalam kompleks/tempat usaha yang bersangkutan.

KEEMPAT : Berdasarkan data formulir Izin Usaha perusahaan telah siap operasi pada bulan Juli 2013.

KELIMA : Apabila ketentuan dalam keputusan ini tidak dipenuhi, dapat dikenakan sanksi sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku.

KEENAM : Keputusan ini dapat diubah apabila di kemudian hari terdapat kekeliruan, dan akan diadakan perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Jakarta,
Pada tanggal : 09 JUL 2015

a.n. MENTERI PERDAGANGAN
KEPALA BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL
REPUBLIK INDONESIA

u.b.
Desiminasi Penanaman Modal
Bidang Pelayanan Penanaman Modal



[Handwritten Signature]
Yostari Indan

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

SPIPISE / PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL / BO-LKM - 08/07/2015
BKPM Pengurusan Perizinan dan Nonperizinan di PTSP BKPM tanpa dikenakan biaya.

Nomor : 21 /1/IU/PMDN/2015
Halaman : 4 (6)

TelkomGroup, TV Berlangganan, PDAM, Pulsa Isi Ulang GSM/CDMA dan lain-lain, Perjanjian kerja sama nomor 022/GTN/AFL-B2B/VSI/II/2015 antara PT. Global Tiket Network dengan PT. Veritra Sentosa Internasional tentang Surat Pemberitahuan Persetujuan Partner Afiliasi.

9. Investasi
- a. Modal Tetap
 - 1) Pembelian dan Pematangan Tanah : Rp. 0,00
 - 2) Bangunan / Gedung : Rp. 0,00
 - 3) Mesin Peralatan : Rp. 0,00
 - 4) Lain-lain : Rp. 22.000.000.000,00
 - Sub Jumlah : Rp. 22.000.000.000,00
 - b. Modal Kerja (untuk 1 turn over) : Rp. 10.000.000.000,00
 - c. Jumlah Nilai Investasi : Rp. 32.000.000.000,00
10. Tenaga Kerja Indonesia : 41 Orang (24 L / 17 P)
11. Luas Tanah : Sewa seluas 350 M2

KEDUA : Mewajibkan perusahaan sebagaimana tersebut pada diktum PERTAMA untuk mentaati ketentuan sebagai berikut :

1. Mengajukan izin perubahan, jika perusahaan melakukan penambahan jenis barang/jasa dagangan;
2. Menyampaikan LKPM setiap 6 (enam) bulan sekali (semester) kepada BKPM;
3. Memberikan keterangan lisan dan tertulis perihal produk/barang dan/atau jasa yang dijual dengan cara penjualan langsung dan keterangan lainnya kepada calon Tenaga Penjual/Mitra Usaha dan konsumen sesuai dengan keterangan pada berkas permohonan SIUPL yang disampaikan kepada kami;
4. Memberikan komisi, bonus, dan penghargaan lainnya kepada para Mitra Usaha berdasarkan hasil kegiatan penjualan produk barang dan/atau jasa;
5. Sesuai Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen;
 - a. Memberikan kompensasi ganti rugi, atas kerugian kepada konsumen akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan produk yang dipasarkan akibat kesalahan perusahaan yang dibuktikan dengan perjanjian;
 - b. Menjamin mutu dan pelayanan purna jual kepada konsumen atas barang dan/atau jasa yang dijual.
6. Dilarang melakukan kegiatan :
 - a. Menjual dan/atau memasarkan barang dan/atau jasa dengan sistem penjualan langsung untuk barang dan/atau jasa yang tidak tercantum dalam SIUPL;
 - b. Menjual dan/atau memasarkan barang dan/atau jasa yang tidak tercantum dalam SIUPL diluar sistem penjualan langsung;



8. Jenis dan kapasitas produksi terpasang / jenis jasa pertahun :

| Jenis Barang / Jasa | Nomor Pendaftaran BPOM / Kemenkes / Instansi Terkait | Keterangan |
|---|--|------------|
| - Penjualan alat pembayaran berupa alat pembayaran online dengan merk pay tren yaitu software/teknologi pulsa pra/pasca bayar, PLN pra/pascabayar, telkom pra/pasca bayar, tv berbayar, multifinance, ticketing | - | a) |
| - Penjualan buku baik online maupun offline | - | - |
| - E-book | - | - |

Catatan :

- a) - Surat perjanjian kerjasama Nomor 024/PKS-PLN-MB/VSI/JPA/0314 antara PT. Jatelindo Perkasa Abadi dengan PT. Veritra Sentosa Internasional untuk pembayaran listrik secara online. Berita Acara Kerjasama PT. Indotama Palapa Nusantara dengan PT. Veritra Sentosa Internasional, Perjanjian kerja sama nomor pihak pertama 002/PKS-PPOB/GSP-TRENI/I/2015, nomor pihak kedua 001/treni/PKS/MD/I/2015 antara PT. Gerbang Sinergi Prima, dengan PT. Veritra Sentosa Internasional tentang Perencanaan dan Pengembangan Serta Operasional System Online Realtime Payment Tagihan PLN menggunakan Sistem Aplikasi Standar Bank Artha Graha Internasional, Perjanjian kerja sama Nomor Treni 008/treni/PKS/MD/XII/2014, Nomor SPI 001/SPI/PKS/XII/2014 antara PT. Super Pembayaran Indonesia dengan PT. Veritra Sentosa Internasional tentang Jasa Pengelolaan Sistem Informasi PPOB dan Reload Pulsa dan Koneksi Host To Host Pelayanan Pembayaran Rekening, Pulsa PLN Kendali, PLN Non Taglis,

Nomor : 21 /1/IU/PMDN/2015
Halaman : 2 (6)

7. Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 5 Tahun 2013 tentang Pedoman dan Tata Cara Perizinan dan Nonperizinan Penanaman Modal sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Nomor 12 Tahun 2013.

MEMUTUSKAN

Menetapkan :

PERTAMA : Memberikan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Tetap kepada perusahaan penanaman modal dalam negeri :

1. Nama Perusahaan : **PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL**
2. a. Akta Pendirian dan Perubahannya : - Notaris H. Wira Franciska, SH., MH.,
Nomor 47 tanggal 10 Juli 2013
- Notaris Cut Sari Luffiana Dewi Lufti, SH.,
M.Kn.,
Nomor 1 tanggal 1 Oktober 2014
- b. Pengesahan/
Persetujuan/
Pemberitahuan
Menteri Hukum dan
HAM : - Nomor AHU-41742.AH.01.01.Tahun 2013,
tanggal 31 Juli 2013
- Nomor AHU-38160.40.22.2014,
tanggal 29 Oktober 2014
3. Bidang Usaha : Penjualan langsung melalui jaringan
pemasaran yang dikembangkan melalui mitra
usaha (direct selling)
4. KBLI : 00000
5. NPWP : 66.604.585.1.424.000
6. Alamat Kantor Pusat : Jl. Soekarno Hatta No. 543 A, Gumuruh,
Batununggal, Kota Bandung 40275
Telepon/Faksimili : (022) 31191111 / (022) 7302462
7. Penanggung Jawab Perusahaan
 - a. Nama Penanggung Jawab : Yusuf Mansur
 - b. Jabatan : Direktur Utama
 - c. Alamat : Ketapang, RT. 001/ RW. 003, Kelurahan
Ketapang, Kecamatan Cipondoh, Tangerang
Telepon/Faksimili : (022) 31191111 / (022) 7302462



BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL
KEPUTUSAN KEPALA BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL

Nomor : 21 /1/IU/PMDN/2015

TENTANG

SURAT IZIN USAHA PENJUALAN LANGSUNG (SIUPL) TETAP
PENANAMAN MODAL DALAM NEGERI
KEPALA BADAN KOORDINASI PENANAMAN MODAL

- Menimbang** : a. bahwa berdasarkan penelitian terhadap permohonan yang diterima tanggal 29 Juni 2015 dan Laporan Kegiatan Penanaman Modal (LKPM) Triwulan IV Tahun 2014 atas pelaksanaan Izin Prinsip Penanaman Modal Dalam Negeri Nomor 80/1/IP/PMDN/2014 tanggal 7 April 2014 sebagaimana telah diubah dengan Nomor 33/1/IP-PB/PMDN/2014 tanggal 23 Juni 2014, Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Sementara Nomor 45/1/IU/PMDN/2014 tanggal 7 Juli 2014, Berita Acara Pemeriksaan/Survey Lokasi Perusahaan MLM sesuai Surat Tugas Nomor 24/PDN.2.1/ST-SIUPL/6/2015 tanggal 5 Juni 2015 serta Surat Rekomendasi Penerbitan SIUPL Tetap Nomor 627/PDN.2/6/2015 tanggal 17 Juni 2015 atas nama PT. VERITRA SENTOSA INTERNASIONAL yang bergerak di bidang usaha penjualan langsung yang dikembangkan melalui mitra usaha (direct selling) dengan lokasi di Kota Bandung telah memenuhi syarat-syarat sesuai dengan peraturan perundang-undangan;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud huruf a, perlu menerbitkan Keputusan Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal tentang Surat Izin Usaha Penjualan Langsung (SIUPL) Tetap.

- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 tentang Penanaman Modal;
2. Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan;
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota;
4. Peraturan Presiden Nomor 90 Tahun 2007 tentang Badan Koordinasi Penanaman Modal sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Nomor 86 Tahun 2012;
5. Peraturan Presiden Nomor 97 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pelayanan Terpadu Satu Pintu;
6. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 55/M-DAG/PER/10/2009 tentang Pendelegasian Wewenang Penerbitan Surat Izin Usaha Penjualan Langsung Kepada Kepala Badan Koordinasi Penanaman Modal Dalam Rangka Pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu di Bidang Penanaman Modal;

Nomor : 21 /1/IU/PMDN/2015
Halaman : 6 (6)

1. Menteri Perdagangan;
2. Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri;
3. Direktur Jenderal Pajak;
4. Gubernur Jawa Barat;
5. Kepala Badan Penanaman Modal dan Perijinan Terpadu Provinsi Jawa Barat;
6. Kepala Badan Pelayanan Perizinan Terpadu Kota Bandung.





DEWAN SYARIAH NASIONAL - MUI
National Sharia Board - Indonesian Council of Ulama

SERTIFIKAT



Dengan memanjatkan puji syukur ke hadirat Allah Subhanafu wa Ta'ala. Setelah mempelajari, mengkaji, meninjau dan memeriksa, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia menyatakan bahwa:

Nama : PT Veritra Sentosa Internasional
 Kelompok : Penjualan Langsung Berjenjang Syariah
 Alamat : The Suites Metro Blok E5-E7
 Jl. Soekarno Hatta No. 693 Bandung 40233
 Produk : Layanan Pembayaran Multiguna

telah memenuhi prinsip syariah

berdasarkan SK No. 010.37.01/DSSN-MUI/VIII/2017. Sertifikat ini berlaku sampai tanggal 01 Agustus 2020.
 Jakarta, 02 Agustus 2017 M / 09 Dzulhijjah 1438 H

**DEWAN SYARIAH NASIONAL-
 MAJELIS ULAMA INDONESIA**



Handwritten signature of Prof. Dr. KH. MA'RUF AMIN

PROF. DR. KH. MA'RUF AMIN
Ketua

Handwritten signature of Dr. H. Anwar Abbas, MM, M.A.G.

DR. H. ANWAR ABBAS, MM, M.A.G.
Sekretaris

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Kota Parepare

Awal perkembangan perbukitan yang sekarang ini disebut kota Parepare, dahulunya merupakan semak-semak belukar yang diselang-selingi oleh lubang-lubang tanah yang agak miring sebagai tempat yang keseluruhannya tumbuh secara liar tidak teratur, mulai dari utara (Cappa Ujung) hingga ke jurusan selatan kota. Kemudian dengan melalui proses perkembangan sejarah sedemikian rupa dataran itu dinamakan Kota Parepare.

Lontara Kerajaan Suppa menyebutkan, sekitar abad XIV seorang anak Raja Suppa meninggalkan Istana dan pergi ke selatan mendirikan wilayah tersendiri pada tepian pantai karena memiliki hobi memancing. Wilayah itu kemudian dikenal sebagai kerajaan Soreang, kemudian satu lagi kerajaan berdiri sekitar abad XV yakni Kerajaan Bacukiki.

Kata Parepare ditenggarai sebagian orang berasal dari kisah Raja Gowa, dalam satu kunjungan persahabatan Raja Gowa XI, Manrigau Dg. Bonto Karaeng Tunipallangga (1547-1566) berjalan-jalan dari kerajaan Bacukiki ke Kerajaan Soreang. Sebagai seorang raja yang dikenal sebagai ahli strategi dan pelopor pembangunan, Kerajaan Gowa tertarik dengan pemandangan yang indah pada hamparan ini dan spontan menyebut “Bajiki Ni Pare” artinya “(Pelabuhan di kawasan ini) di buat dengan baik”. Parepare ramai dikunjungi termasuk orang-orang Melayu yang datang berdagang ke kawasan Suppa.

Kata Parepare punya arti tersendiri dalam bahasa Bugis, kata Parepare bermakna “Kain Penghias” yang digunakan diacara seperti pernikahan, hal ini dapat kita lihat dalam buku sastra lontara La Galigo yang disusun oleh Arung Pancana Toa

Naskah NBG 188 yang terdiri dari 12 jilid yang jumlah halamannya 2851, kata Parepare terdapat di beberapa tempat di antaranya pada jilid 2 hal 62 baris no. 30 yang berbunyi “*pura makkenna linro langkana PAREPARE*” (KAIN PENGHIAS depan istana sudah dipasang).

Melihat posisi yang strategis sebagai pelabuhan yang terlindungi oleh tanjung di depannya, serta memang sudah ramai dikunjungi orang-orang, maka Belanda pertama kali merebut tempat ini kemudian menjadikannya kota penting di wilayah bagian tengah Sulawesi Selatan. Di sinilah Belanda bermarkas untuk melebarkan sayapnya dan merambah seluruh dataran timur dan utara Sulawesi Selatan. Hal ini yang berpusat di Parepare untuk wilayah Ajatappareng.

Pada zaman Hindia Belanda, di Kota Parepare, berkedudukan seorang Asisten Residen dan seorang *Controlur* atau *Gezag Hebber* sebagai Pimpinan Pemerintah (Hindia Belanda) dengan status wilayah pemerintah yang dinamakan “*Afdeling Parepare*” yang meliputi, *Onder Afdeling Barru, Onder Afdeling Sidenreng Rappang, Onder Afdeling Enrekang, Onder Afdeling Pinrang dan Onder Afdeling Parepare*.

Pada setiap wilayah/*Onder Afdeling* berkedudukan *Controlur* atau *Gezag Hebber*. Di samping adanya aparat pemerintah Hindia Belanda tersebut, struktur pemerintahan Hindia Belanda ini dibantu pula oleh aparat pemerintah raja-raja bugis, yaitu Arung Barru di Barru, Addatuang Sidenreng di Sidenreng Rappang, Arung Enrekang di Enrekang, Addatung Sawitto di Pinrang, sedangkan di Parepare berkedudukan Arung Mallusetasi.

Struktur pemerintahan ini berjalan hingga pecahnya Perang Dunia II yaitu pada saat terhapusnya pemerintahan Hindia Belanda sekitar tahun 1942. Pada zaman kemerdekaan Indonesia tahun 1945, struktur pemerintahan disesuaikan dengan

Undang-undang no. 1 tahun 1945 (Komite Nasional Indonesia). Selanjutnya Undang-undang Nomor 2 Tahun 1948, di mana struktur pemerintahannya juga mengalami perubahan, yaitu di daerah hanya ada Kepala Daerah atau Kepala Pemerintahan Negeri (KPN) dan tidak ada lagi semacam Asisten Residen atau Ken Karikan.

Pada waktu status Parepare tetap menjadi *Afdeling* yang wilayahnya tetap meliputi 5 Daerah seperti yang disebutkan sebelumnya. Dengan keluarnya Undang-undang Nomor 29 tahun 1959 tentang pembentukan dan pembagian Daerah-daerah tingkat II dalam wilayah Provinsi Sulawesi Selatan, maka ke empat *Onder Afdeling* tersebut menjadi Kabupaten Tingkat II, yaitu masing-masing Kabupaten Tingkat II Barru, Sidenreng Rappang, Enrekang dan Pinrang, sedangkan Parepare sendiri berstatus Kota Praja Tingkat II Parepare. Kemudian pada tahun 1963 istilah Kota Praja diganti menjadi Kotamadya dan setelah keluarnya Undang-undang No. 29 Tahun 1959 tentang Pembentukan Daerah Tingkat II di Sulawesi, maka status Kotamadya berganti menjadi “KOTA” sampai sekarang ini.

Berdasarkan pada tanggal pelantikan dan pengambilan sumpah Wali Kotamadya Pertama H. Andi Mannaungi pada tanggal 17 Februari 1960, maka dengan Surat Keputusan Dewan Perwakilan Rakyat Daerah No. 3 Tahun 1970 ditetapkan hari kelahiran Kotamadya Parepare tanggal 17 Februari 1960.

B. Kependudukan Kota Parepare

Secara administrasi kota Parepare terbagi menjadi empat kecamatan yaitu kecamatan Bacukiki meliputi empat kelurahan, kecamatan Bacukiki Barat meliputi enam kelurahan, kecamatan ujung meliputi lima kelurahan, kecamatan Soreang meliputi tujuh kelurahan. Berdasarkan data BPS pada tahun 2016, jumlah penduduk

Parepare ada 140.423 jiwa yang terdiri dari etnis Bugis, Makassar, Mandar, dan Tionghoa.

| Kecamatan | 2016 | | | | |
|-----------------|-----------------|------------|-------------------------|------------|--|
| | Penduduk (Jiwa) | | Luas (Km ²) | | Kepadatan Penduduk (Jiwa/Km ²) |
| | Penduduk | Persentase | Luas Wilayah | Persentase | |
| Bacukiki | 17.953 | 12,78 | 66,70 | 67.15 | 269 |
| Bacukiki Barat | 42.900 | 30,55 | 13 | 13,09 | 3.300 |
| Ujung | 34.305 | 24,43 | 11,30 | 11,38 | 3.036 |
| Soreang | 45.265 | 32,23 | 8,33 | 8,38 | 5.434 |
| Parepare | 140.423 | 100 | 99,33 | 100 | 1.414 |

Sumber : Badan Pusat Statistik Kota Parepare Tahun 2016

C. Visi dan Misi Kota Parepare Tahun 2013-2018

Visi : Terwujudnya Kota Parepare yang Maju, Peduli, Mandiri dan Bermartabat

Misi :

1. Meningkatkan optimalisasi pelayanan pendidikan dan kesehatan secara berkeadilan, berkualitas dan berkesinambungan.
2. Mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah yang berbasis pada sumber daya lokal, mengembangkan investasi dan peningkatan kesejahteraan masyarakat sesuai dengan prinsip pembangunan berkelanjutan.
3. Mempercepat pemerataan pembangunan infrastruktur wilayah melalui keseimbangan penataan ruang dan adaptibilitas perubahan lingkungan hidup.
4. Memantapkan penegakan supremasi hukum, menyelenggarakan pemerintahan yang bersih dan meningkatkan partisipatif aktif masyarakat.

5. Mengaktualisasikan nilai-nilai agama dan budaya lokal dalam mengembangkan kehidupan bersama yang lebih baik.



PEDOMAN WAWANCARA

Nama : Suci Ramadhani
Nim : 14.2200.071
Fakultas : Syariah dan Ilmu Hukum Islam
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren*
(Studi di Kota Parepare)

A. Sistem Transaksi Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

1. Bagaimana gambaran tentang profil *Paytren*?
2. Bagaimana sejarah bisnis *Paytren*?
3. Apa-apa saja yang menjadi ruang lingkup bisnis *Paytren*?
4. Bagaimana ketentuan dan syarat bergabung dalam bisnis *Paytren*?

B. Sistem Pemasaran Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

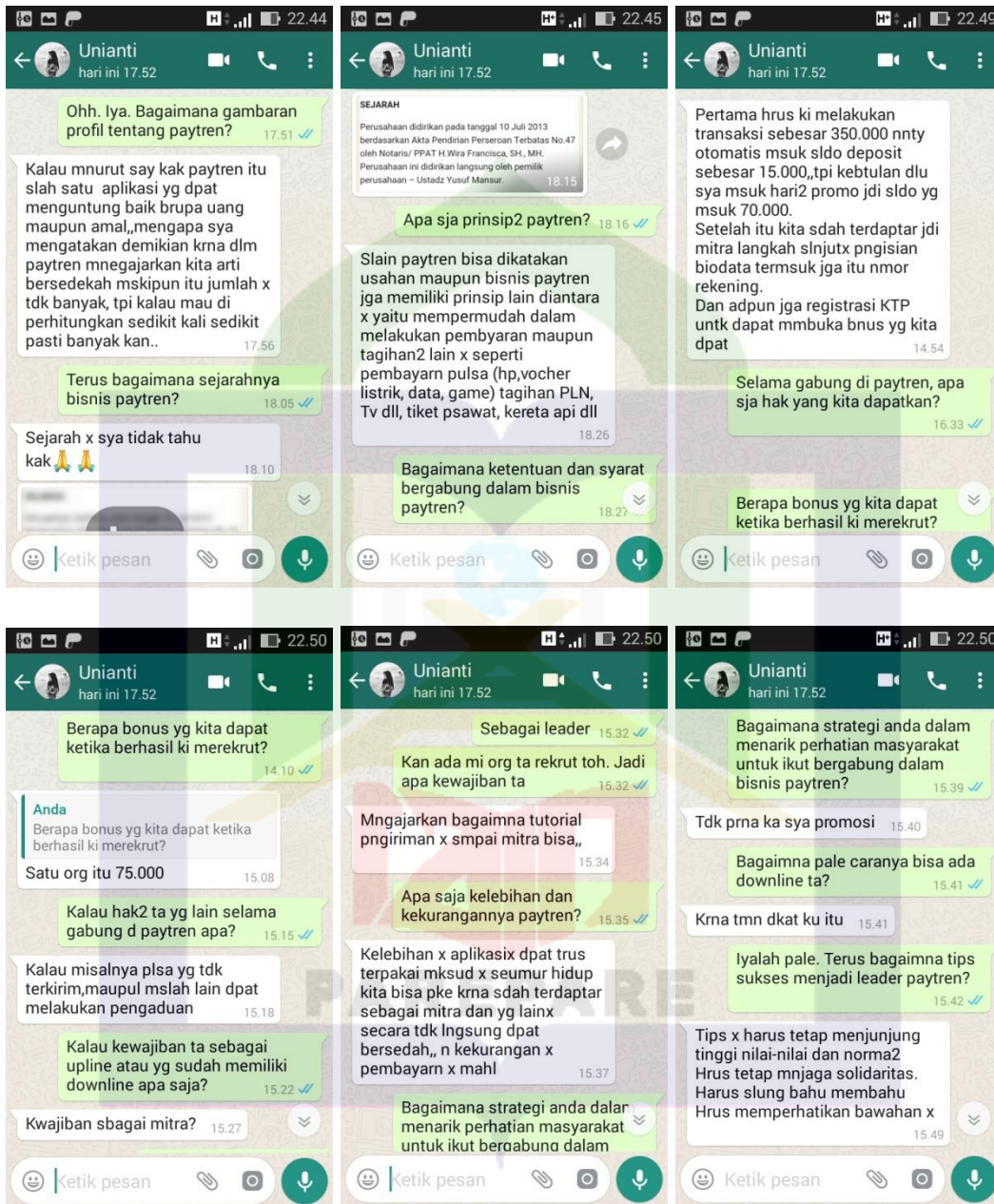
1. Apa saja kewajiban untuk *leader* bisnis *Paytren*?
2. Bagaimana strategi Anda dalam menarik perhatian masyarakat supaya tertarik bergabung dalam bisnis *Paytren*?
3. Bagaimana tips sukses dalam berbisnis *Paytren*?
4. Bagaimana strategi sukses menjadi mitra?

C. Penentuan Komisi Bisnis *Paytren* Berdasarkan Analisis Etika Bisnis Islam

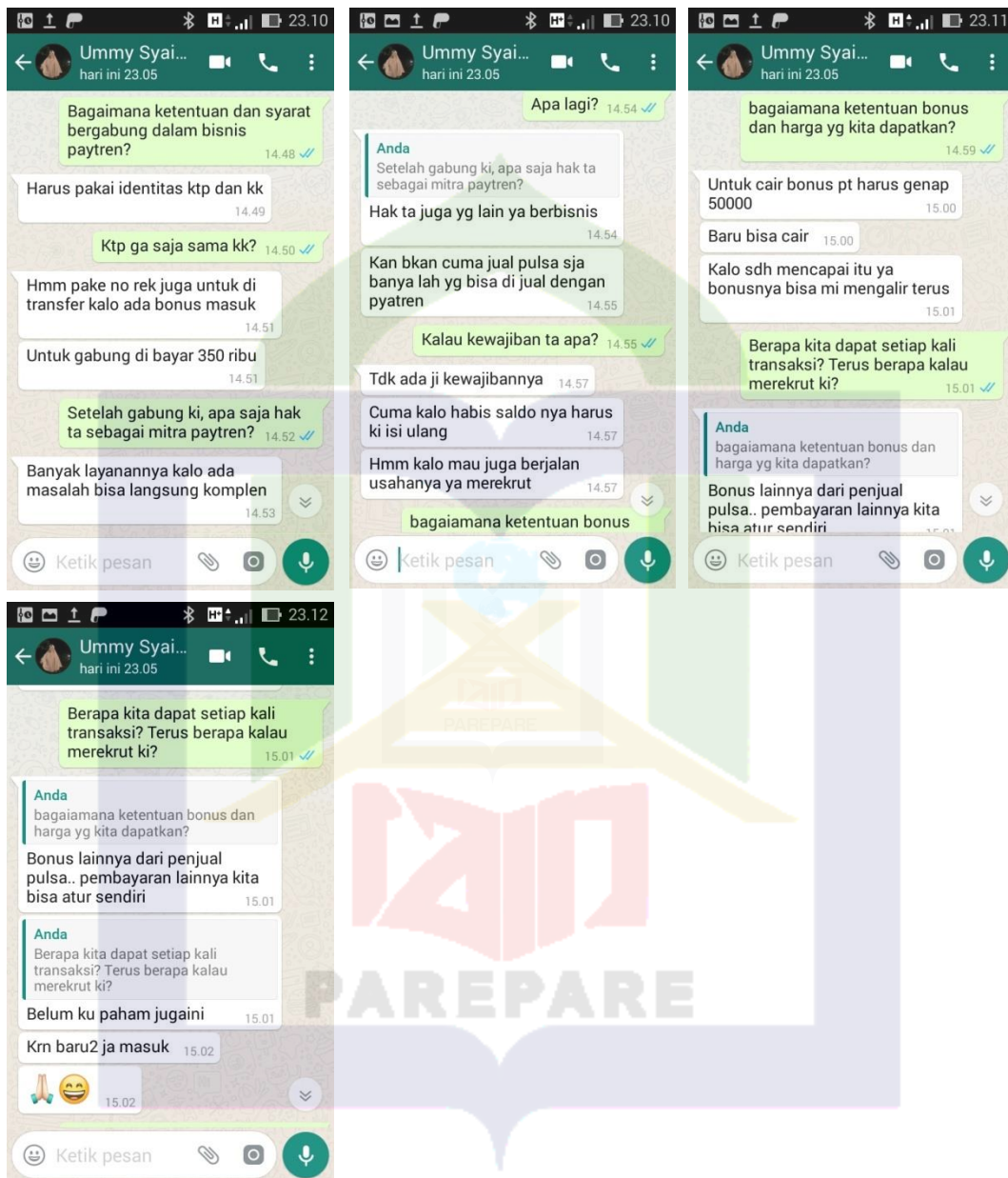
1. Prinsip-prinsip apa saja yang ada dalam bisnis *Paytren*?
2. Apa saja hak untuk *leader* bisnis *Paytren*?
3. Apa saja kelebihan dan kekurangan bisnis *Paytren*?
4. Apa saja hak mitra dalam bisnis *Paytren*?

HASIL WAWANCARA MELALUI APLIKASI WHATSAPP

Hasil Wawancara dengan Unianti, Mahasiswa IAIN Parepare selaku Leader *Paytren*



Hasil Wawancara dengan Ummi Syaidah, Mahasiswa IAIN Parepare selaku Mitra Paytren



Hasil Wawancara dengan Iis Sholihah, Mahasiswa IAIN Parepare selaku Mitra Paytren





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE

Alamat : Jl. Amal Bakti No. 08 Soreang Kota Parepare ☎ (0421) 21307 ✉ (0421) 24404
Website : www.stainparepare.ac.id Email: email.stainparepare.ac.id

Nomor : B - 1543 2 /Sti.08/PP.00.9/04/2018
Lampiran : -
Hal : Izin Melaksanakan Penelitian

Kepada Yth.
Kepala Daerah KOTA PAREPARE
Cq. Badan Perencanaan Pembangunan Daerah
di
KOTA PAREPARE

Assalamu Ajaikum Wr. Wb.

Dengan ini disampaikan bahwa mahasiswa SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI (STAIN) PAREPARE :

Nama : SUCI RAMADHANI
Tempat/Tgl. Lahir : MASSEPE, 18 Januari 1996
NIM : 14.2200.071
Jurusan / Program Studi : Syariat dan Ekonomi Islam / Muamalah
Semester : VIII (Delapan)
Alamat : MASSEPE, KEC. TELLU LIMPOE, KAB. SIDRAP

Bermaksud akan mengadakan penelitian di wilayah **KOTA PAREPARE** dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul :

"ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS PAYTREN (STUDI DI KOTA PAREPARE)"

Pelaksanaan penelitian ini direncanakan pada hulan **April** sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diharapkan kiranya yang bersangkutan diberi izin dan dukungan seperlunya.

Terima kasih,

19 April 2018

An Ketua

Wakil Ketua Bidang Akademik dan
Pengembangan Lembaga (APL)





PEMERINTAH KOTA PAREPARE
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jln. Jend. Sudirman Nomor 76, Telp. (0421) 25250, Fax (0421) 28111, Kode Pos 91122
Email : bappeda@pareparekota.go.id; Website : www.bappeda.pareparekota.go.id

PAREPARE

Parepare, 27 April 2018

Nomor : 050 / 296 / Bappeda
Lampiran : -
Perihal : **Izin Penelitian**

Kepada
Yth. Para Camat Lingkup Pemerintah Kota Parepare
DI -

Parepare

DASAR :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 tentang Sistem Nasional Penelitian, Pengembangan dan Penerapan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 20 Tahun 2011 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
3. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
4. Peraturan Daerah Kota Parepare No. 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah.
5. Surat Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare, Nomor : B 1343/Sti.08/PP.00.9/04/2018 tanggal 19 April 2018 Perihal Izin Melaksanakan Penelitian.

Setelah memperhatikan hal tersebut, maka pada perinsipnya Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah kota Parepare) dapat memberikan **Izin Penelitian** kepada :

N a m a : SUCI RAMADHANI
Tempat/Tgl. Lahir : Massepe / 18 Januari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswi
A l a m a t : Massepe, Kec. Tellu Limpoe, Kab. Sidrap

Bermaksud untuk melakukan **Penelitian/Wawancara** di Kota Parepare dengan judul :
"ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS PAYTREN (STUDI DI KOTA PAREPARE)"

Selama : Tmt. April s.d Juni 2018

Pengikut/Peserta : **Tidak Ada**

Sehubungan dengan hal tersebut pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan harus melaporkan diri kepada Instansi/Perangkat Daerah yang bersangkutan.
2. Pengambilan Data/penelitian tidak menyimpang dari masalah yang telah diizinkan dan semata-mata untuk kepentingan ilmiah.
3. Mentaati ketentuan Peraturan Perundang-undangan yang berlaku dengan mengutamakan sikap sopan santun dan mengindahkan Adat Istiadat setempat.
4. Setelah melaksanakan kegiatan Penelitian agar melaporkan hasilnya kepada Walikota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare)
5. Menyerahkan 1 (satu) berkas Foto Copy hasil "**Penelitian**" kepada Pemerintah Kota Parepare (Cq. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Parepare).
6. Kepada Instansi yang dihubungi mohon memberikan bantuan.
7. Surat Izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku, apabila ternyata pemegang Surat Izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.

Demikian izin penelitian ini dibenikan untuk dilaksanakan sesuai ketentuan berlaku.



TEMBUSAN : Kepada Yth.

1. Gubernur Provinsi Sulawesi Selatan Cq. Kepala BKB Sulsel di Makassar
2. Walikota Parepare di Parepare
3. Ketua Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga (APL) STAIN Parepare di Parepare



PEMERINTAH KOTA PAREPARE KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare
Email : soreang@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN

Nomor : 893.7/139/KCS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : **ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP**
Nip : 19870403 200602 1 003
Jabatan : Penata, III/c

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswi **STAIN Kota Parepare** yang tersebut di bawah ini :

Nama : **SUCI RAMADHANI**
NTM : 14.2200.071
Program Studi : Muamalah
Jurusan : Syariah Dan Ekonomi Islam
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Massepe, Kec. Tellu Limpoe, Kab. SIDRAP

Bermaksud untuk melakukan penelitian/wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan judul “ **ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS PAYTREN (STUDI DI KOTA PAREPARE)**”, Selama TMT April s.d Juni 2018, berdasarkan surat dari Kantor Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Parepare Nomor : 050/296/BAPPEDA, Tanggal 27 April 2018 Perihal : *Izin Penelitian*.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

PEMERINTAH KOTA PAREPARE,
Plt. Sekelompok Camat

ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP

Pangkat : Penata, III/c
NIP : 19870403 200602 1 003

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Kepala BAPPEDA Kota Parepare;
3. Inspektur Kota Parepare;
4. Arsip.



PEMERINTAH KOTA PAREPARE KECAMATAN SOREANG

Jalan Laupe No. 163 Telepon (0421) 25694 Parepare
Email : soreang@pareparekota.go.id Website : www.pareparekota.go.id

SURAT KETERANGAN

No: 800 - 143 /KCS

Yang Bertanda di bawah ini :

Nama : **ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP**
N I P : 19870403 200602 1 003
Jabatan : Sekretaris Camat

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa mahasiswa STAIN Parepare yang tersebut di bawah ini :

Nama : **SUCI RAMADHANI**
Tempat Tanggal Lahir : Masepe, 18 Januari 1996
Jenis Kelamin : Perempuan
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Masepe, Kec.Tellu Limpoe Kab Sidrap

Dinyatakan selesai melaksanakan penelitian/wawancara dalam rangka penyusunan/pembuatan skripsi dengan judul " **ANALISIS ETIKA BISNIS ISLAM TERHADAP BISNIS PAYTREN (STUDI DI KOTA PAREPARE)** " sejak April s/d Juni 2018, berdasarkan Surat dari Badan Perencanaan Pembangunan Daerah, Nomor : 050/296/Bappeda, tanggal 27 April 2018 Perihal : Izin Penelitian.

Demikian surat keterangan ini di buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 06 Juli 2018

An. Camat Soreang

PIL.Sekretaris Camat

ANDI SATRIA BURHANUDDIN, S.STP
Pangkat : Penata
N I P : 19870403 200602 1 003

Tembusan :

1. Walikota Parepare sebagai Laporan;
2. Kepala BAPPEDA Kota Parepare;
3. Inspektur Kota Parepare;
4. Arsip.

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Wahyu Ananda
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Pondo BTN Pondok Indah
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 21 - Mei - 2018

Yang bersangkutan



Wahyu Ananda

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dr. Pohanawati, M. Ag.
Pekerjaan : Dosen UIN Parepare
Alamat : RTW Pondok Babel, Sorong, Parepare
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 4 Juni 2018

Yang bersangkutan


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : A. Muh Ridha P
Pekerjaan : ASN/PNS Dmat 20811 Pankot Parepare
Alamat : Jl. Rusa No. 00
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 7 Juni 2018

Yang bersangkutan



PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

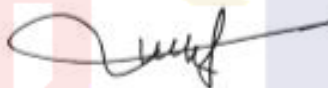
Nama : Muh. Yusuf Asnawir
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Cempale Jl. Petta alda
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 7 Juni 2018

Yang bersangkutan



Muh. Yusuf Asnawir

PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Lola Nabilla
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jereang, Parepare, Pondok Al-Manar
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)**".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 2018
Yang bersangkutan

PAREPARE



Lola Nabilla

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : *Ug Spolihah*
Pekerjaan : *Mahasiswa*
Alamat : *Soreang, Parepare*
Agama : *Islam*

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Juni 2018

Yang bersangkutan


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Uluanti
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Jl. P. Canggur Bilalang
Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "**Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)**".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 20 Juni 2018

Yang bersangkutan


PAREPARE

SURAT KETERANGAN WAWANCARA

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Ummy Syaibah

Pekerjaan : Mahasiswa

Alamat : Soreang, Parepare

Agama : Islam

Menerangkan bahwa benar telah memberikan keterangan wawancara kepada saudari SUCI RAMADHANI yang sedang melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)".

Berdasarkan surat keterangan ini diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Parepare, 30 Juni 2018

Yang bersangkutan


PAREPARE

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Informan



Wawancara dengan Informan



BIOGRAFI PENULIS



Suci Ramadhani, lahir di Massepe pada tanggal 18 Januari 1996, anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan suami istri Amiruddin dan St. Hajrah. Penulis memulai pendidikannya di TK Dharma Wanita Massepe Kec. Tellu Limpoe Kab. Sidrap dan lulus pada tahun 2002, kemudian melanjutkan pendidikannya di SDN 4 Massepe dan lulus pada tahun 2008, selanjutnya penulis melanjutkan pendidikannya di SMP Negeri 2 Tellu Limpoe pada tahun 2008 dan lulus pada tahun 2011. Setelah lulus di SMP penulis kemudian melanjutkan pendidikannya di SMA Negeri 1 Tellu Limpoe pada tahun 2011 dan lulus pada tahun 2014. Pada tahun yang sama penulis

melanjutkan pendidikan Program S1 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri (STAIN) Parepare atau yang sekarang ini dikenal dengan Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare dengan memilih jurusan Syariah dan Ekonomi Islam, Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

Selama menempuh perkuliahan penulis bergabung disalah satu organisasi kampus yaitu Korp Sukarela Palang Merah Indonesia (KSR-PMI) Unit 01 IAIN Parepare, namun hanya sampai semester 4 dan menjadi pembina asrama putri IAIN Parepare mulai semester 3. Saat ini, penulis telah menyelesaikan studi Program S1 di Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Program Studi Hukum Ekonomi Syariah pada tahun 2018 dengan judul skripsi “Analisis Etika Bisnis Islam Terhadap Bisnis *Paytren* (Studi di Kota Parepare)”.

PAREPARE