







## PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Laila Istiq Farin NIM. G94214143 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada 23 Juli hari Selasa 2019, dan dapat diterima sebagai salah satu prasyarat untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

### Majelis Munaqosah Skripsi

Penguji I



Abdul Hakim, M.EI

NIP. 197008042005011003

Penguji II



Lilik Rahmawati, M.EI

NIP.198106062009012008

Penguji III



Ana Toni Roby Candra Yudha, M.SEI

NIP.201603311

Penguji IV



Hastanti Agustin Rahayu, SE, M. Acc,

Ak, CA, BKP

NIP. 198308082018012001

Surabaya, 8 Agustus 2019

Mengesahkan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dekan,

Dr. H. Ah. Ali Arifin, MM

NIP. 196212141993031002



**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA  
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300  
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : LAILA ISTIA FARIN  
NIM : G9424143  
Fakultas/Jurusan : FEBI / EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : LAILA.ISTIAFOT@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

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

yang berjudul :

ANALISIS SISTEM WARALABAN (FRANCHISE) PADA SEKTOR MAKANAN MENELITI  
PRINSIP EKONOMI ISLAM ( Studi Kasus Waralaba Sepi Njomer Surabaya)

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

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

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 3 Agustus 2019

Penulis

( LAILA ISTIA FARIN )  
nama terang dan tanda tangan

## ABSTRAK

Skripsi yang berjudul “**Analisis Sistem Waralaba (*Franchise*) Pada Sektor Makanan Menurut Prinsip Ekonomi Islam (Studi Kasus Waralaba Sego Njamoer Surabaya)**” merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola kemitraan dan waralaba yang diterapkan pada Sego Njamoer Surabaya serta bagaimana prinsip Ekonomi Islam yang terdapat didalamnya.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus diambil dengan cara wawancara pihak internal Sego Njamoer Surabaya dan *franchisee*, observasi, maupun dokumentasi pada objek yang sedang diteliti.

Hasil penelitian ditemukan bahwa sistem waralaba yang dianut adalah waralaba format bisnis dimana pihak *franchisor* dan *franchisee* melakukan kerjasama terkait logo, merek dagang dan sistem yang ada didalamnya dengan jenis kerjasama atau *syirkah* jenis *syirkah inan*. *Syirkah inan* berarti kerjasama antara dua pihak yang mana kedua nya sama sama mengeluarkan modal dengan proporsi yang berbeda dan keuntungannya dibagi menurut kesepakatan. Alur – alur yang terdapat pada proses waralaba Sego Njamoer Surabaya sudah sesuai dengan prinsip ekonomi Islam.

Dalam penelitian ini disarankan bahwa pihak *franchisor* dapat mempertahankan pola *franchise* yang ada sekarang dan menambahkan lebih banyak produk olahan jamur yang lain karena melihat animo masyarakat yang tinggi.

**Kata kunci :** *franchise*, *syirkah*, ekonomi Islam.



<b>BAB II KERANGKA TEORITIS .....</b>	<b>21</b>
A. Waralaba .....	21
1. Waralaba .....	21
2. Kemitraan.....	29
B. Prinsip Etika Bisnis Islam .....	38
1. Keadilan dalam Berbisnis .....	39
2. Kejujuran dalam Berbisnis.....	41
<b>BAB III HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
A. Gambaran umum usaha waralaba Sego Njamoer Surabaya .....	47
1. Sejarah berdiri Waralaba Sego Njamoer Surabaya.....	47
2. Visi dan Misi .....	50
3. Strukur Organisasi.....	50
4. Produk Sego Njamoer Surabaya .....	51
5. Pasar Sego Njamoer Surabaya .....	53
B. Bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya .....	54
1. Penerapan Pola Kemitraan Sego Njamoer Surabaya .....	54
2. Penerapan Pola Waralaba Sego Njamoer Surabaya.....	57
3. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam pada Waralaba Sego Njamoer Surabaya.....	60
<b>BAB IV ANALISIS SISTEM WARALABA (<i>FRANCHISE</i>) PADA SEKTOR MAKANAN MENURUT PRINSIP EKONOMI ISLAM .....</b>	<b>68</b>
A. Pola Waralaba dan Kemitraan Sego Njamoer Surabaya.....	68
B. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Waralaba Sego Njamoer Surabaya.....	72
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>76</b>
A. Kesimpulan .....	76
B. Saran.....	77





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Tahapan Bisnis Menjual Sistem <i>Franchise</i> .....	27
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	50
Gambar 3.2 Skema Kemitraan Sego Njamoer Surabaya .....	57
Gambar 3.3 Skema Waralaba Sego Njamoer Surabaya.....	60
Gambar 3.4 Alur Sistem Produksi Dan Distribusi .....	62
Gambar 3.5 Alur Promosi .....	63
Gambar 3.6 Alur Keuangan dan Akuntansi .....	64
Gambar 3.7 Alur Sistem SDM dan Pengembangan.....	64
Gambar 3.8 Pengelolaan dan Pelayanan Konsumen.....	66
Gambar 3.9 Alur sistem pembukaan dan penutupan usaha .....	67





Istilah waralaba berakar dari sejarah praktek bisnis di Eropa. Dimana para tuan tanah diberikan oleh para raja hak untuk memanfaatkan tanah tersebut untuk dikemudian membayarkan sejumlah upeti atau pajak kepada kerajaan atas tanah yang digunakan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Sistem tersebut menyerupai royalty, atau yang kini disebut waralaba.<sup>1</sup>

Pada tahun 1980 hingga 1990 sistem ini mulai masuk ke Indonesia dengan masuknya nama perusahaan asing seperti MC Donald, KFC dan lain sebagainya. Pada tahun 1998 Indonesia mengalami krisis moneter yang mengakibatkan merosotnya jumlah perusahaan asing yang melakukan *franchise* di Indonesia karena turunnya nilai mata uang saat itu. Menurut konsultan waralaba Amir Karamoy, pertumbuhan waralaba asing di Indonesia pada kurun waktu 1998 – 2000 tercatat minus 86%.<sup>2</sup> Hingga pada tahun 2003 kondisi ekonomi dan politik mulai stabil dan geliat usaha *franchise* mulai kembali pesat. Di Indonesia sendiri tercatat ada 698 waralaba dengan jumlah gerai 24.400 yang terdiri dari 63% waralaba lokal serta 37% mancanegara. Dengan omzet mencapai Rp 172 triliun.<sup>3</sup>

Maraknya bisnis waralaba di Indonesia melatarbelakangi berdirinya AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Organisasi ini didirikan atas inisiatif

---

<sup>1</sup> Rizal cavity M, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise* (Jakarta:Elex Media, 2007), 1

<sup>2</sup> Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), 42.

<sup>3</sup> Muhammad Damar W, 'RI Punya 689 Waralaba, Omzetnya Rp 127T', <http://finance.detik.com/read/2016/09/05/202011/3291709/1036/ri-punya-698-waralaba-omzetnya-rp-172-t>, diakses pada 27 Maret 2019

perusahaan pemberi waralaba yang fungsinya untuk pusat informasi waralaba, memberikan masukan kepada pemerintah untuk UKM menjadi usaha – usaha waralaba, dan menjadi tempat bagi pebisnis waralaba untuk meningkatkan usaha, profesionalisme serta kode etik.<sup>4</sup> Bagi penerima waralaba organisasi ini berfungsi untuk memberikan informasi mengenai perusahaan waralaba yang memang dapat direkomendasikan untuk menanamkan modalnya ditempat tersebut supaya tidak tertipu dengan “kedok” bisnis waralaba.

*Franchise* dikatakan salah satu sistem bisnis yang sangat menguntungkan untuk dewasa ini, selain untuk meminimalisir resiko kegagalan usaha juga dapat menghemat biaya, tenaga dan waktu. Dengan adanya *franchise* maka akan mendapatkan dukungan dan panduan dari pemilik usaha dan sudah memiliki merek usaha yang dikenal oleh masyarakat. Pengembangan usaha dengan model *franchise* dapat mendorong berkembangnya spesialisasi dan modernisasi usaha tradisional, menumbuhkan kreativitas dalam mengembangkan berusaha, sehingga pada gilirannya akan membuka akses pasar yang luas bagi Indonesia itu sendiri.<sup>5</sup>

Menurut British Association juga mengungkapkan adanya tiga elemen pada *franchise*, antara lain<sup>6</sup>:

1. Merek, untuk dipinjamkan lisensinya pada *franchisee*.

---

<sup>4</sup> Lukman Hakim, *Info Lengkap ...*, 46.

<sup>5</sup> M. Fuad et al, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2006), 49.

<sup>6</sup> Dyna Novitasari, *50 Waralaba Potensial Dibawah 10 Juta*, (Yogyakarta: G-Media, 2010), 8.

2. Sistem bisnis, suatu pedoman yang digunakan oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menjalankan suatu bisnis. Bisa berupa SOP, standar periklanan, sistem akuntansi, control persediaan, kebijakan dagang, dan lain- lain.
3. Biaya, penarikan sejumlah biaya atas penggunaan merek dan partisipasi dalam sistem waralaba yang dijalankan.

Waralaba bagian dari salah satu bentuk kerjasama atau *syirkah* yang dalam prinsip bermuamalah adalah diperbolehkan selama tidak ada dalil yang mengaramkannya, sesuai dengan al quran QS. Al Baqarah ayat 275 yang berbunyi:

... وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا...

Artinya: “.... Dan Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba....”

Dalam ayat diatas Allah telah dengan jelas membolehkan adanya jual beli, yang artinya ketika seseorang itu berbisnis atau bermitra dalam hal jual beli Allah memperbolehkan. Rasulullah SAW sebagai seorang suri tauladan terbaik dalam berbisnis tidak menjadikan keterbatasan modal materil membuat seseorang tersebut enggan untuk berbisnis. Bagi seorang muslim berusaha di muka bumi ini merupakan kewajiban yang Allah tetapkan sebagai wujud ibadah dan ketaatan hamba kepada RabNya. Sesuai dengan al quran QS al jumuah ayat 10, Allah telah berfirman:

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ وَاذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

“apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak banyak supaya kamu beruntung”.

Dalam ayat tersebut mengandung penjelasan bahwa ketika seorang muslim telah selesai menjalankan kewajibannya yaitu shalat, Allah meminta umatNya untuk tidak bermalas-malasan dengan cara berusaha, baik itu bekerja maupun berbisnis atau bermitra untuk memenuhi kebutuhan dasar manusia. Lantas tidak lupa untuk selalu mengingat Allah.

Berbisnis adalah bagian dari wujud kekhalifaan manusia di muka bumi. Bekerja adalah aktivitas yang melelahkan. Karena itu bekerja adalah bagian dari ibadah yang akan menghilangkan dosa pelakunya<sup>7</sup>. sesuai dengan hadits Nabi Rasulullah SAW

عَنْ كَعْبِ بْنِ عُجْرَةَ قَالَ: مَرَّ عَلَيَّ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مِنْ جَلْدِهِ وَنَسَاطِهِ، فَقَالَ: يَا رَسُولَ اللَّهِ لَوْ كَانَ هَذَا فِي سَبِيلِ اللَّهِ، فَقَالَ رَسُولُ اللَّهِ: إِنْ كَانَ خَرَجَ يَسْعَى عَلَى وَدَيْهِ صِبْغًا فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ، وَإِنْ كَانَ خَرَجَ يَسْعَى عَلَى أَبِي وَابْنَيْ شَيْخَيْنِ كَبِيرَيْنِ فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ، وَإِنْ كَانَ خَرَجَ يَسْعَى عَلَى نَفْسِهِ يَعْفُهَا فَهُوَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ، وَإِنْ كَانَ خَرَجَ رِيَاءً وَمُفَاخَرَةً فَهُوَ فِي سَبِيلِ الشَّيْطَانِ. الطبراني رقم، 19: 129: الك: 282 في

“Dari Ka’ab bin ‘Ujrah, ia berkata, “Ada seorang laki-laki lewat di hadapan Nabi SAW, maka para shahabat Rasulullah SAW melihat kuat dan sigapnya orang tersebut. Lalu para shahabat bertanya, “Ya Rasulullah SAW, alangkah baiknya seandainya orang ini ikut (berjuang) *fii sabiilillaah*”. Lalu Rasulullah SAW menjawab, “Jika ia keluar untuk bekerja mencarikan kebutuhan anaknya yang masih kecil, maka ia *fii*

<sup>7</sup> Erni Tisnawati Sule, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Bandung : Refika aditama, 2016), 20.



*sabiilillaah*. Jika ia keluar bekerja untuk mencarikan kebutuhan kedua orang tuanya yang sudah lanjut usia maka ia *fii sabiilillaah*. Jika ia keluar untuk bekerja mencari kebutuhannya sendiri agar terjaga kehormatannya, maka ia *fii sabiilillaah*. Tetapi jika ia keluar karena riya' (pamer) dan kesombongan maka ia di jalan syaithan".<sup>8</sup>

Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis waralaba. Waralaba dalam Islam diperbolehkan selama tidak merugikan salah satu maupun kedua belah pihak yang sedang kerja sama. Waralaba menjanjikan keuntungan yang menggiurkan sehingga saat ini orang-orang berlomba membuat bisnis mereka menjadi waralaba. Salah satu yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis waralaba makanan maupun minuman, bisnis ini tidak akan susah mencari pelanggan karena setiap orang membutuhkannya. Sego Njamoer Surabaya hadir untuk memberikan oase baru dikalangan bisnis makanan. Sego Njamoer Surabaya merupakan salah satu usaha dibidang makanan yang berbahan dasar jamur yang dibentuk seperti *onigiri*<sup>9</sup> yang sudah terkenal di Jepang. Makanan ini menjadi populer dikalangan masyarakat karena bentuknya yang praktis, sehat, dan harga yang bersahabat. Awal mula bisnis ini hadir karena keinginan sang pemilik memajukan petani jamur yang ada di Jawa Timur khususnya, selain harganya yang murah jamur juga kaya akan manfaat yang baik untuk tubuh. Sesuai dengan *taglinenya* yaitu 'ada doa petani jamur di tiap gigitnya' pemilik usaha ingin sekali membantu petani jamur yang sangat melimpah di sekitar kita.

---

<sup>8</sup> HR. Thabrani dalam Al-Kabir juz 19, hal. 129, no. 282, hadist shahih

<sup>9</sup> menurut KBBI merupakan adalah nama Jepang untuk makanan berupa *nasi* yang dipadatkan sewaktu masih hangat sehingga berbentuk segitiga, bulat, atau seperti karung beras.

Produk andalan yang mereka miliki yaitu nasi yang didalamnya terdapat jamur dengan bumbu khas Sego Njamoer Surabaya. Selain nasi jamur, ada pula berbagai variasi menu yang berbahan dasar jamur. Untuk saat ini outlet Sego Njamoer telah memiliki kurang lebih 50 cabang yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. Bisnis ini sangat menjanjikan dengan modal awal yang tidak banyak namun sudah memiliki nama yang besar, sehingga menarik calon *franchisee* meninvestasikan dananya pada usaha tersebut. Bisnis ini bisa menghabiskan dua ton jamur tiran di kawasan Jawa Timur. Syarat yang mudah dan harga untuk berwaralaba yang senilai Rp 45.000.000 sudah bisa mendapatkan fasilitas berupa booth, teknik memasak dan memasarkannya tanpa harus membagi presentase hasil yang didapatkan, terkecuali jika bahan yang dibeli berasal dari pusat usaha dan supplier yang sudah ditunjuk. Sego Njamoer Surabaya beralamatkan di jl Klampis Semolo Timur XII/ 2 Surabaya.

Namun apakah bisnis tersebut sesuai dengan prinsip ekonomi Islam yang mengajarkan cara berbisnis yang baik, tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak.

Atas dasar keresahan diatas, peneliti ingin membuat judul **“Analisis Sistem Waralaba (*franchise*) Pada Sektor Makanan Menurut Prinsip Ekonomi Islam Studi Kasus Usaha Waralaba Sego Njamoer Surabaya”**

besar harapannya bahwa penelitian yang telah dilakukan dapat menjawab permasalahan yang terjadi.

## **B. Identifikasi dan Batasan Masalah**

### **1. Identifikasi masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah di paparkan diatas, terdapat berbagai permasalahan yang ada. Antara lain sebagai berikut :

- a. Sistem waralaba yang diterapkan oleh bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
- b. Pola kemitraan yang diterapkan oleh bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
- c. Tinjauan *fiqh muamalah* terhadap bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
- d. Keunggulan yang diberikan bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
- e. Perhitungan *franchise fee* dan *royalty fee* di bisnis waralaba Sego Njamoer

### **2. Batasan Masalah**

Untuk memudahkan penelitian yang lebih terfokus, maka penulis memberikan batasan permasalahan pada skripsi ini. Adapun sebagai berikut:

- a. Tinjauan ekonomi Islam pada pola kemitraan dan Sistem waralaba yang diterapkan oleh bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
- b. Tinjauan prinsip ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya

### C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana sistem waralaba dan kemitraan yang diterapkan bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya?
2. Bagaimana Prinsip etika bisnis Islam pada bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya?

### D. Kajian Pustaka

Dalam kajian pustaka terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berfungsi untuk mengetahui apakah permasalahan yang akan di bahas masih baru atau telah terjadi pengulangan. Sehingga nantinya hasil penelitian yang ada bersifat otentik atau *original*.

Berikut beberapa penelitian terdahulu beserta pemaparannya:

Tabel 1.1  
Persamaan Dan Perbedaan Dengan Penelitian Terdahulu

No	Penelitian Terdahulu	Penulis	Persamaan	Perbedaan
----	----------------------	---------	-----------	-----------

1.	sistem bisnis waralaba restoran ayam bakar wong solo dalam perspektif ekonomi islam.	Taufiqur Rahman	Terletak pada tinjauan kepada objek yang akan diteliti.	Pada penelitian taufiq, peneliti hanya berfokus pada bagaimana metode kemitraan secara islam pada objek penelitian, sedangkan milik peneliti tidak hanya membahas bagaimana sistem kemitraan pada objek dan waralaba apa yang digunakan, tetapi juga bagaimana islam memandang bisnis tersebut.
2.	Sistem Bisnis <i>Franchise</i> dalam Pandangan Islam	Abdullah Taufik	Penelitian tersebut membahas tentang bisnis <i>franchise</i> dalam pandangan Islam.	Pada penelitian Abdullah hanya membahas bisnis <i>franchise</i> secara teori saja. Sedang milik peneliti diperkuat dengan praktiknya langsung pada objek penelitian.
3.	Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Ekonomi Islam studi kasus pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris Kabupaten Kampar	Mufti Hasan Alfani	Pada objek yang akan diteliti yaitu sektor makanan. Dan dalam salah satu aspek permasalahannya.	Pada penelitian mufti lebih menjelaskan mengenai konsep waralabanya saja. Sedangkan milik peneliti tidak hanya menjelaskan mengenai aspek waralabanya saja, tetapi juga mengenai tinjauan ekonomi Islam.
4.	Bisnis Waralaba ( <i>franchise</i> ) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam	M. Azwar Nur Akbar	Pada jenis usaha yang diteliti yaitu waralaba.	Pada penelitian Azwar diketahui bahwa jenis penelitian yang dilakukan adalah

				studi kepustakaan, sedangkan milik peneliti mengarah pada studi lapangan atau <i>field research</i> .
5.	Analisis Usaha Makanan yang Dijalankan dengan Sistem Waralaba Pada Mie Pangsit ABC Di Kota Semarang	Stanley	Terletak pada objek yang akan diteliti yaitu sektor makanan.	Penelitian Stanley berfokus mengenai sistem waralaba secara umum dan penerapannya pada objek yang diteliti. Sedangkan milik peneliti akan membahas waralaba secara umum dan juga secara Islam.

### E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dilakukan yaitu:

1. Mengetahui tinjauan ekonomi Islam pada pola kemitraan dan sistem waralaba pada bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya
2. Mengetahui tinjauan prinsip etika bisnis Islam pada bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya

### F. Kegunaan Hasil Penelitian

Kegunaan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktisi, antara lain:

1. Aspek teoritis,
  - a. diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan mengenai analisis sistem waralaba *franchise* pada sektor makanan menurut prinsip ekonomi Islam yang nantinya bisa digunakan untuk menambah informasi maupun sumbangsih terhadap penelitian terkait.
  - b. Menjadi referensi pada penelitian yang akan datang.
2. Aspek praktisi,
  - a. Bagi penulis, diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan penulis mengenai analisis sistem waralaba (*franchise*) pada sektor makanan menurut prinsip ekonomi Islam, dan dijadikan capaian mencapai gelar sarjana ekonomi syariah.
  - b. Bagi akademisi, diharapkan penelitian ini dapat diimplementasikan dari bangku perkuliahan kedalam praktik lapangan kerja sesungguhnya.

## **G. Definisi Operasional**

### **1. Sistem waralaba**

Sistem dalam kamus KBBI yaitu perangkat unsur yang secara teratur saling berkaitan sehingga membentuk suatu totalitas. Sedangkan waralaba merupakan suatu bentuk usaha kerja sama antara pemilik usaha dengan

penerima waralaba dalam mengadakan persetujuan jual beli hak monopoli untuk menyelenggarakan usaha.<sup>10</sup>

Jadi dalam penelitian ini sistem waralaba yang dimaksud yaitu usaha bisnis waralaba Sego Njamoer Surabaya.

## 2. Kemitraan

Merupakan suatu kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam berbagai hal, terutama kemitraan bentuk bisnis. Kemitraan bisa juga diartikan sebagai kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar yang disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan.<sup>11</sup>

Kemitraan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah kemitraan antara pemilik usaha *franchisor* Sego Njamoer Surabaya dengan *franchisee*.

## 3. Prinsip Ekonomi Islam

Dalam berbisnis patutnya setiap makhluk Allah diwajibkan menjalannya sesuai dengan aturanNya. Aturan tersebut dapat digunakan sebagai landasan dalam melakukan kegiatan bermuamalah. Antar prinsi – prinsip tersebut adalah keadilan kejujuran. Prinsip keadilan yaitu menempatkan sesuatu pada tempatnya, dan memberikan sesuatu sesuai

<sup>10</sup> Dyna Novitasari, *50 Waralaba...*, 3.

<sup>11</sup> Anonymous, “PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan Pasal 1 No.1” [http://www.depkop.go.id/phocadownload/regulasi/pp/UKM03PP\\_1997\\_44\\_kemitraan.pdf](http://www.depkop.go.id/phocadownload/regulasi/pp/UKM03PP_1997_44_kemitraan.pdf), diakses pada 28 maret 2019



hanya pada yang berhak serta memperlakukan sesuatu sesuai dengan porsinya. Sedang kejujuran merupakan salah satu sifat yang harus dimiliki oleh setiap muslimin, akhlak tersebut dapat dijadikan sebagai pondasi dalam melakukan setiap aktivitas.

#### 4. Sego Njamoer Surabaya

Merupakan salah satu usaha bisnis dibidang makanan yang awalnya hadir karena PKM di ITS Surabaya. Usaha ini memiliki kantor pusat di jl. Klampis Semolo Timur XII/2 Surabaya yang kemudian mewaralabakan bisnis tersebut dan memiliki sejumlah cabang di kota kota besar di Indonesia.

## H. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah

1. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian deskriptif kualitatif. Dimana pendekatan kualitatif adalah jenis penelitian yang temuan-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur statistik atau bentuk hitungan lainnya dan bertujuan mengungkapkan gejala secara holistik-kontekstual melalui pengumpulan data dari latar alami dengan memanfaatkan diri penulis sebagai instrumen kunci.<sup>12</sup> Penelitian ini menggunakan jenis

---

<sup>12</sup> Eko Sugiarto, *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*, (Yogyakarta: Suaka Media, 2015), 8.

penelitian kualitatif, karena sumber data yang akan disampaikan berupa hasil wawancara, dan dokumentasi sesuai dengan ciri ciri penelitian kualitatif.

## 2. Data dan Sumber Data

a. Data yang ada dalam penelitian ini, antara lain:

### 1) Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh penulis untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survei ataupun observasi.<sup>13</sup> Secara rinci berikut teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif<sup>14</sup>:

- a) Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan teknik mencatat dan merekam berbagai peristiwa, sikap, dan perilaku yang diamati oleh peneliti secara. Observasi bisa dilakukan secara partisipasi maupun observasi langsung.
- b) Wawancara mendalam (*Indepth Interview*) yaitu teknik pengumpulan data dengan cara peneliti mengajukan pertanyaan – pertanyaan terbuka, lalu kemudian melanjutkan diskusi yang lebih spesifik berdasarkan jawaban partisipan.

---

<sup>13</sup> Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*, (Jakarta: Grasindo, 2005), 168.

<sup>14</sup> Agustinus Bandur, *Penelitian Kualitatif*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), 105-106.

c) FGD (*Focus Grup Discussion*), merupakan teknik pengumpulan data dengan teknik mengumpulkan beberapa informan kunci untuk mendiskusikan masalah penelitian.

d) Analisis dokumen, yaitu teknik pengumpulan data dengan mengumpulkan bukti – bukti formal guna menunjang penelitian terkait.

## 2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang berasal dari pihak kedua yang didapatkan secara tidak langsung, data bisa berasal dari internal perusahaan, buku, jurnal maupun referensi yang lain. Data sekunder dinilai penting sebab menjadi rujukan penelitian terkait.

### b. Sumber Data

Sumber data penelitian ini adalah melakukan wawancara terhadap pihak internal usaha waralaba Sego Njamoer Surabaya dan penerima waralaba, observasi lingkungan usaha waralaba Sego Njamoer, dan dokumentasi sebagai sumber data primer. Sedangkan data sekunder diperoleh dari buku buku maupun sumber referensi yang lain terkait penelitian ini.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Wawancara merupakan teknik tanya jawab antara subjek penelitian dengan penulis guna menemukan jawaban atas permasalahan yang

diangkat. Wawancara terstruktur dilakukan oleh penulis dengan pihak internal Sego Njamoer Surabaya dan penerima waralaba Sego Njamoer Surabaya.

- b. Observasi merupakan kegiatan mengamati perilaku, sikap maupun individu sebagai bahan- bahan keterangan pelengkap. Kegiatan ini dilakukan dengan mengamati usaha Sego Njamoer Surabaya.
- c. Dokumentasi merupakan satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek.<sup>15</sup>

Dokumentasi dapat terkait foto subjek yang diteliti guna menambah data pelengkap penelitian.

#### 4. Teknik Pengolahan Data

Menurut Moleong (2006: 280), teknik pengolahan data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategoris, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan data.

Secara umum langkah langkah pengolahan data menurut Pohan (2007:94) adalah sebagai berikut:

---

<sup>15</sup> Haris Herdiansyah, *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2012), 143.

- a. *Editing*, yaitu melakukan pemeriksaan terhadap jawaban jawaban informan, hasil observasi, hasil dokumentasi, memilih foto, serta catatan catatan lainnya.
- b. Klasifikasi, yaitu tahap menggolongkan jawaban dan data lainnya menurut kelompok variabel.
- c. Memberi kode, yaitu tahap pencatatan judul singkat (menurut indikator dan variabelnya), serta memberikan catatan tambahan yang dinilai perlu dan dibutuhkan.<sup>16</sup>

#### 5. Teknik analisis data

Pada hakikatnya analisis data adalah teknik yang digunakan dalam menganalisis suatu permasalahan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan cara mengumpulkan data - data yang ditemukan di lapangan dapat berupa hasil wawancara kepada pihak terkait, dokumentasi maupun hasil observasi disekitar usaha Sejo Njamoer. Setelah data dikumpulkan, maka penulis akan menganalisis data yang diterima untuk selanjutnya ditemukan sebuah pemecahan masalah yang disajikan dalam bentuk teks naratif.

### I. Sistematika Pembahasan

---

<sup>16</sup> Connie Chairunnissa, *Metode Penelitian Ilmiah Aplikasi Dalam Pendidikan dan Sosial*, (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017), 182-183.

Dalam penelitian ini sistematika pembahasan disesuaikan dengan panduan penulisan skripsi yang telah ada, sebagai berikut:

1. Bab I Pendahuluan. Terdiri dari latar belakang masalah, indentifikasi dan batasan masalah supaya penelitian tidak melebar dari permasalahan yang ada, rumusan masalah sebagai pertanyaan yang akan dijawab dalam penelitian, tinjauan pustaka berupa penelitian terdahulu, tujuan penelitian dilakukan, kegunaan hasil penelitian untuk akademisi maupun praktisi, definisi operasional mengenai penjelasan mengenai variabel yang akan dijelaskan, metode penelitian dan sistematika pembahasan.
2. Bab II kerangka teoritis. Membahas mengenai kerangka teoritis terkait teori yang selaras dengan permasalahan yang akan dibahas sehingga memiliki dasar dalam menemukan pemecahan masalah. Dalam Bab II penulis akan menggunakan dua teori, pertama teori waralaba yang didalamnya terdapat sub bab pengertian, jenis jenis waralaba, dan kemitraan. Teori yang kedua yaitu sistem ekonomi Islam.
3. Bab III Hasil Penelitian. Membahas mengenai gambaran umum yang ada di usaha waralaba Sego Njamoer Surabaya, terkait sejarah, visi misi organisasi, struktur organisasi, perkembangan usaha Sego Njamoer Surabaya, perhitungan *royalty fee* dan produk yang diperjualbelikan.
4. Bab IV Analisis Sistem Waralaba (*franchise*) pada Sektor Makanan menurut Ekonomi Islam. Membahas mengenai pemecahan masalah yang sudah terkumpul melalui proses analisis. Dalam bab ini penulis akan



## BAB II

### KERANGKA TEORITIS

#### A. Waralaba

##### 1. Pengertian Waralaba

Waralaba menurut KBBI merupakan kerjasama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Dalam hal ini penerima waralaba membayarkan sejumlah *fee* kepada pemilik usaha sebagai penggantian atas hak lisensi yang digunakan. Dengan kata lain waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh pewaralaba (*franchisor*) kepada pihak independen atau terwaralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan standarisasi kesepakatan.<sup>17</sup> Sistem bisnis tersebut berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, system reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, dan kebijakan dagang, dan lain sebagainya.<sup>18</sup> Dalam peraturan pemerintah Republik Indonesia no 42 tahun 2007 tentang waralaba pasal 1 yang berbunyi

---

<sup>17</sup> Arif Rahman, *Investasi Cerdas*, (Jakarta: Gagas Media, 2011), 76.

<sup>18</sup> Riezka Eka Mayasari, “waralaba (franchise) dalam sistem hukum islam dan hukum positif di Indonesia”, *anonym*, Vol. 19 No. 02 “Mei– Agustus, 2017”, 247.



waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sistem *franchise* merupakan bentuk khusus dari sistem lisensi, karena dalam sistem franchise tidak hanya memberikan suatu lisensi untuk memproduksi dan/atau menjalankan suatu produk tertentu saja melainkan juga dikaitkan dengan cara pemasarannya, sedangkan dalam sistem ijin penggunaan merek, teknologi, *know how* tanpa adanya pengawasan yang terus menerus atas pelaksanaan usaha tersebut.<sup>19</sup> Sistem waralaba ini menawarkan berbagai kemudahan bagi penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjadi pengusaha tanpa harus repot mengurus bisnisnya sendiri karena didukung sistem operasional oleh pemilik merek atau pemberi waralaba (*franchisor*). Sistem waralaba ini juga akan mengurangi resiko kegagalan karena telah teruji baik produk maupun sistemnya dan *franchisor* secara penuh memberikan supportnya.<sup>20</sup>

---

<sup>19</sup> Tami Rusli, “analisis terhadap perjanjian waralaba (franchise) usaha toko alfa mart”, *keadilan progresif*, vol 6 nomer 1 “maret, 2015”, 64.

<sup>20</sup> Cahyaningtyas Ria Uripi, Wisnu Wijayanto, “faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan hubungan bisnis waralaba makanan lokal”, *anonymous*, 2.

Dapat disimpulkan bahwa usaha waralaba (*franchise*) merupakan bentuk usaha dengan sistem memberikan hak lisensi atas standar suatu perusahaan. Standar tersebut bisa berupa SOP, pemasaran, pengolahan, manajemen, maupun produksi. Hak tersebut diberikan kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk dikelola menjadi usaha sejenis, dengan persyaratan *franchisee* memberikan sejumlah dana kepada *franchisor* sebagai ganti atas hak lisensi yang digunakan. Dana tersebut digunakan untuk biaya pembukaan awal suatu usaha berdiri. Bisa berupa bahan bahan produksi sampai tempat yang akan digunakan.

Saat ini banyak sekali usaha waralaba yang berkembang di Indonesia, salah satunya usaha dalam bidang makanan. Makanan menjadi salah upaya manusia untuk bertahan hidup, selama itu pula maka bisnis makanan akan terus bergeliat.<sup>21</sup> Secara khusus memang tidak ada perbedaan peraturan hukum Negara antara waralaba sektor jasa, makanan & minuman, farmasi, pendidikan dll. Namun waralaba dalam sektor makanan ini dinilai menarik karena kebutuhan yang memiliki urgensi tinggi, makanan merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia untuk bertahan hidup. Makanan juga salah satu sumber energi untuk setiap makhluk hidup untuk terus bertumbuh dan berkembang.

---

<sup>21</sup> A. Yahya Hastuti, *Bisnis Makanan Dan Minuman*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012), 1.

Dalam Islam disinggung bahwa Allah mengajak umatnya untuk makan yang baik perolehannya serta mengandung manfaat yang baik untuk tubuh itu sendiri. Sebagaimana terdapat pada QS. Al – Baqarah (2:172)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُلُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا رَزَقْنَاكُمْ وَاشْكُرُوا لِلَّهِ إِن كُنتُمْ إِيَّاهُ تَعْبُدُونَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, makanlah di antara rezeki yang baik-baik yang Kami berikan kepadamu dan bersyukurlah kepada Allah, jika benar-benar kepada-Nya kamu menyembah.”

Dalam firman Allah yang lain, ada aturan khusus yang harus dipenuhi umatNya mengenai makanan. Sebagaimana terdapat pada QS Al – Baqarah (2:173)

عَلَيْكُمْ الْمَيْتَةُ وَالِدَمُّ وَالْحَمُّ الْخَنِزِيرُ وَمَا أَهْلٌ بِهِ لغيرِ اللَّهِ فَمَنِ اضْطُرَّ غَيْرَ بَآغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَّحِيمٌ

Artinya : “Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”.

Adapun komponen dalam bidang usaha waralaba antara lain<sup>22</sup>:

- a. *Franchise* yaitu sistem atau cara – cara yang ada pada bisnis itu sendiri

<sup>22</sup> Linda Firdawati, “Perjanjian Waralaba menurut Hukum Islam”, *Jurnal ASAS*, Vol.3, No.1, (Januari 2011), 41.

- b. *Franchisor* yaitu pihak yang memiliki sistem atau cara – cara pada usaha usaha tertentu.
- c. *Franchisee* yaitu pihak yang membeli hak atas *franchise* yang dimiliki oleh *franchisor* sehingga memiliki hak untuk menjalankan bisnis sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh *franchisor*.

## 2. Tahapan – tahapan waralaba

Dalam perjalanannya, pengusaha yang akan mewaralabakan bisnisnya memiliki beberapa tahapan hingga akhirnya usaha tersebut bisa dinikmati oleh pasar yang ada.

Beberapa tahapan tersebut antara lain:<sup>23</sup>

- a. Pengusaha harus membuat bisnis yang sederhana, mudah ditiru namun sudah terlindungi HAKI – nya. Produk dan sistem yang diberikan memiliki ciri khas yang tidak ada perusahaan yang lain atau bersifat *original*. Setelah melewati tahapan diatas, pengusaha harus memiliki pangsa pasar yang fanatik akan merk yang dibuat sehingga dalam waktu singkat sudah ada yang tertarik pada produk tersebut.
- b. Kemudian pengusaha tersebut mulai mengumpulkan keuntungan yang ada untuk diinvestasikan kembali untuk membuat cabang. Pengusaha yang akan mewaralabakan bisnisnya harus memiliki kesadaran akan pertumbuhan

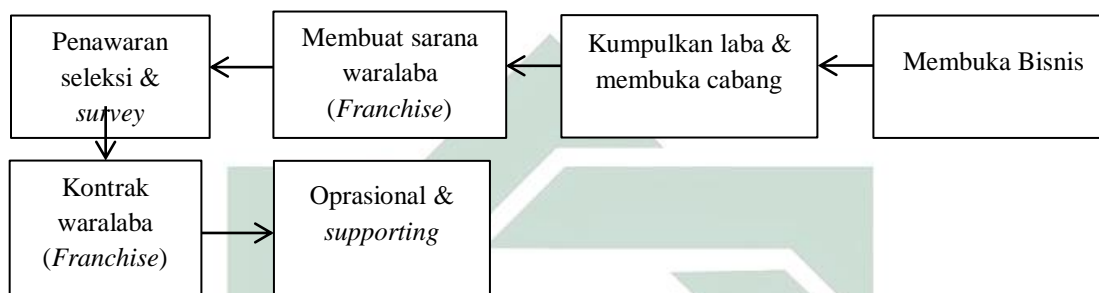
---

<sup>23</sup> Suryono Ekotama, *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, (Yogyakarta: MedPress, 2008), 24.

usahanya, produksi yang dihasilkan makin lama semakin besar, pemasaran yang dilakukan juga semakin meluas, SDM yang dilibatkan semakin professional, dan keuntungan yang semakin lama semakin banyak. Pertumbuhan seperti ini bisa dilihat minimal selama lima tahun, semakin tinggi tingkat pertumbuhannya maka semakin sehat juga usaha tersebut dan layak untuk ditawarkan kepada investor.

- c. Langkah berikutnya yaitu pengusaha membuat sarana untuk mewaralabakan usahanya, seperti data perusahaan untuk internal pengembangan perusahaan, sistem manajemen yang sudah baku dan professional, prospektus waralaba dan perjanjian waralaba itu sendiri.
- d. Melakukan penawaran prokpektus waralaba kepada calon investor, setelah mendapatkan maka akan seleksi ataupun survey tempat usaha.
- e. Langkah kelima pengusaha melakukan kontrak *franchise* dan kelengkapan administrasi pada lembaga terkait dan membuka gerai. Dalam langkah ini biasanya *franchisee* membayarkan sejumlah biaya untuk memulai pembukaan gerai.
- f. Langkah terakhir yaitu melakukan *supporting* kepada *franchisee* dalam oprasional gerai. Mulai dari sebelum *opening*

– dan saat usaha tersebut berjalan selama kurun waktu perjanjian *franchise*.



Gambar 2.1  
Tahapan bisnis menjual sistem *franchise*

### 3. Jenis Waralaba

Secara umum terdapat tiga jenis waralaba yang biasa kita temui selama ini. Jenis waralaba yang pertama yaitu waralaba merk dan produk dagang (*Product and Trade Franchise*), waralaba format bisnis (*Business Format Franchise*), dan waralaba rahasia formula produksi barang (*Manufacturing Plant Franchising*)<sup>24</sup>.

#### a. Waralaba merk dan produk barang (*Product and Trade Franchise*)

Yaitu salah satu sistem franchise dimana *franchisor* memberikan kewenangan kepada *franchisee* menggunakan hak untuk menjual produk yang dimiliki oleh *franchisor* dengan disertai izin menggunakan merk dagang yang dimiliki. Untuk kegiatan ini pihak *franchisee* dikenakan biaya karena telah

<sup>24</sup> Ibid., 42.

menggunakan HAKI atas usaha yang dimiliki oleh *franchisor*. Contoh waralaba tipe ini adalah SPBU yang menggunakan produk dan merk PERTAMINA.

b. Waralaba format bisnis (*Business Format Franchise*)

Yaitu salah satu sistem *franchise* dimana seorang *franchisor* memberikan hak lisensi atas usahanya kepada pihak *franchisee*. Hak tersebut berupa sepaket keperluan untuk usaha tersebut berdiri. Dalam waralaba format bisnis pihak *franchisor* selain memberikan merk dan produknya, juga memberikan keperluan sebelum – saat – sampai usaha tersebut berdiri. Seperti keperluan pemilihan lokasi, dekorasi bangunan, pelatihan, hingga bahan dan alat yang digunakan dalam menjalankan usaha. Biasanya pihak *franchisee* tinggal menunggu beres hingga usaha tersebut siap dijalankan, untuk membayar kemudahan tersebut pihak *franchisee* membayarkan sejumlah uang untuk hak yang telah diberikan oleh *franchisor*. Uang tersebut bisa berupa *royalty fee* ataupun *franchise fee*. Contoh waralaba tipe ini adalah es teller 77, sego njamoer, pak D' dan lain sebagainya.

c. Waralaba rahasia formula produksi barang (*Manufacturing Plant Franchising*)

Yaitu salah satu sistem *franchise* dimana seorang *franchisor* memberikan hak lisensi atas formula rahasia atas produksi suatu

barang yang dimiliki kepada *franchisee* untuk kemudian diproduksi dan didistribusikan sesuai dengan standar produksi dan merk yang dimiliki oleh *franchisor*. Contoh waralaba tipe ini adalah *Coca Cola*.

## **B. Kemitraan**

### 1. Pengertian kemitraan

Kemitraan menurut undang – undang republik Indonesia no. 9 tahun 1995 adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Kemitraan bisa juga berarti dua belah pihak yang sedang menjalin mitra baik dalam bidang ekonomi maupun lainnya. Kemitraan bisa dalam bidang apapun, namun kebanyakan pada bidang bisnis.

Bisnis yang berbasis kemitraan banyak digunakan pada zaman sebelum Islam, Nabi Muhammad Saw sendiri melakukan bisnis yang berbasiskan kemitraan baik sebelum maupun setelah kenabiannya dengan sahabat – sahabatnya. Dalam kitab fiqh klasik maupun kontemporer kemitraan atau kerjasama dimasukkan kedalam bagian *syirkah*, yang merupakan serangkaian dari bentuk kerjasama bisnis. *Syirkah* dalam istilah para fuqaha bisa diartikan secara sempit maupun



luas. Dalam konotasi sempit *syirkah* berarti kemitraan dua orang maupun lebih di mana semua mitra menyediakan dana, meskipun dengan jumlah yang berbeda dan memiliki hak untuk sama – sama bekerja dalam mengelola usaha tersebut. Demikian dalam konotasi luas berarti *syirkah* merupakan percampuran dari *musyarakah* dan *mudharabah* di mana dalam *mudarib*, disamping modal yang disediakan oleh *shahibul maal*, menggunakan modal sendiri<sup>25</sup>.

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), *syirkah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha (ra's al-mal) dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak secara proporsional.<sup>26</sup>

Konsep bermitra ini sesuai dengan apa yang diajarkan dalam Islam yaitu adanya ikatan untuk saling memperkuat, saling menolong dan saling membutuhkan. Sesuai dengan Qs Almaidah (5:02) yang berbunyi

..وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

Artinya : “...Dan tolong – menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa

<sup>25</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance*, (Jakarta :Gramedia, 2007), 470.

<sup>26</sup> Fatwa DSN-MUI nomor: 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad syirkah.

dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya”.

Penjelasan ayat diatas jika dikaitkan dalam hal kemitraan adalah adanya asas saling tolong menolong dalam mengerjakan kebaikan. Kebaikan disini dapat berupa berbisnis atau melakukan kerjasama dengan pihak yang lain, sehingga tercapainya keinginan kedua belah pihak tersebut.

Kemitraan bisa diartikan pula sebagai persekutuan dua orang atas dasar kesepakatan untuk bekerjasama dan rasa saling membutuhkan serta meningkatkan kemampuan untuk saling menguntungkan dan saling berkontribusi baik secara modal maupun tenaga atau keahlian untuk mengelola. Dalam pandangan ekonomi Islam kemitraan tidak dijelaskan secara rinci, namun Rasulullah SAW menjelaskan bahwa ada tiga jenis keberkahan yang terkait dengan ekonomi, diantaranya kerja sama yang disebutnya *muqarâdhah* atau *qirâdh* yang dikenal juga dengan *mudhârabah*, yaitu akad kerja sama antara pemilik modal (*shahibul maal*) dengan pengelola (*mudharib*) untuk mengelola modal yang didapatkan dengan syarat bahwa hasil yang didapatkan nantinya akan dibagi hasil sesuai dengan kesepakatan. Sebagaimana dijelaskan dalam hadist dari Shuhayb berikut<sup>27</sup>:

---

<sup>27</sup> Idri, *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2016), 250.

عَنْ صَالِحِ بْنِ صُهَيْبٍ عَنْ أَبِيهِ قَالَ قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: ثَلَاثٌ فِيهِنَّ الْبَيْعُ إِلَى أَجَلٍ وَالْمُقَارَضَةُ وَأَخْلَاطُ الْبُرِّ بِالشَّعِيرِ لِلْبَيْتِ لَا لِلْبَيْعِ (رَوَاهُ ابْنُ مَاجَهَ)

“Dari Shalih ibn Shuhayb dari ayahnya, ia berkata : Rasulullah SAW bersabda, “ Tiga hal didalamnya terdapat berkah, yaitu jual beli hingga waktu tertentu, qiradh (mudharabah), dan mencampur tepung dengan gandum untuk disimpan bukan dijual” (HR. Ibn Majah)

Dalam hadist diatas menjelaskan bahwa salah satu keberkahan dalam kegiatan ekonomi adalah *qiradh* atau *mudharabah*. Maksudnya kerja sama antara pemilik modal dan pengelola diperbolehkan dalam Islam dan Nabi. Akad ini dinilai memiliki keberkahan karena kedua belah pihak yang sedang bekerja sama dapat memenuhi kebutuhan mereka.

Akad percampuran atau kemitraan merupakan transaksi mencampurkan asset menjadi satu kesatuan kemudian kedua belah pihak menanggung resiko atas kegiatan usaha tersebut dan mendapatkan bagi hasil atasnya pula.<sup>28</sup> *Syirkah* merupakan salah satu jenis akad percampuran. Dalam ensiklopedia *fiqh muamalah* disebutkan bahwa *syirkah* atau *syarikhah* secara bahasa percampuran atau kemitraan antara beberapa mitra atau perseroan.

## 2. Asas dalam bermitra

<sup>28</sup> Andri Soemitra, *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh uamalah*, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019), 95.

Sama halnya dengan jual beli, kegiatan bermitra ini memiliki kaidah kaidah yang harus sesuai dengan syariah. Dengan maksud kegiatan yang akan dilakukan tidak bertentangan dengan perintah Allah SWT dan RasulNya. Asas tersebut antara lain<sup>29</sup>:

a. Asas *ibahah*

yaitu dengan asas hukum ekonomi islam “ Pada dasarnya segala sesuatu itu boleh dilakukan hingga ada dalil yang melarangnya. Artinya bahwa kegiatan bermitra atau berbisnis dengan pihak yang lain itu diperbolehkan asal sesuai dengan syariat dan mengandung kemashlahatan.

b. Asas kebebasan

yaitu asas untuk membebaskan segala macam akad yang akad digunakan dan dengan pihak yang mana saja asal tidak bertentangan dengan syariat. Sebagaimana dalam Qs al maidah (05: 01)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرَ مُجْبِي الصَّيِّدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya”

c. Asas konsensualisme

<sup>29</sup> Harun, *Fiqh Muamalah*, (Surakarta: Muhammadiyah Medpress, 2017), 34.

yaitu asas yang menyatakan bahwa terciptanya suatu akad (perjanjian) cukup dengan tercapainya sepakat antara dua pihak, tidak boleh ada paksaan, penipuan, dan kesalahpahaman. Sebagaimana dalam Qs an – Nisa (04:29)

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

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

d. Asas mengikat

yaitu asas yang menunjukkan bahwa setiap akad (perjanjian) itu mengikat dan wajib dipenuhi. Sebagaimana dalam Qs al – Isra (17:34)

وَلَا تَقْرَبُوا مَالَ الْيَتِيمِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ حَتَّىٰ يَبْلُغَ أَشُدَّهُ وَأَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا

Artinya : “Dan janganlah kamu mendekati harta anak yatim, kecuali dengan cara yang lebih baik (bermanfaat) sampai ia dewasa dan penuhilah janji; sesungguhnya janji itu pasti diminta pertanggung jawaban”

e. Asas keseimbangan

yaitu asas yang menekankan adanya keseimbangan antara hak yang diberikan dengan resiko yang akan ditanggung.

f. Asas *mashlahah*

asas yang mengutamakan setiap transaksi perjanjian yang dilakukan semata mata mendatangkan kebaikan dan menjauhi keburukan atau *mudharat*.

g. Asas amanah

yaitu asas yang dimaksudkan bahwa setiap yang akan melakukan perjanjian harus beritikad baik dalam bertransaksi dengan pihak lainnya dan tidak dibenarkan salah satu pihak mengeksploitasi ketidaktahuan mitranya.

h. Asas keadilan

yaitu adanya sikap yang ditujukan untuk tidak menekan kehendak antara satu pihak atau yang lainnya.

3. Macam – macam kemitraan

Berdasarkan bentuk pencampurannya, *syirkah* dapat diklasifikasikan kedalam sejumlah bagian<sup>30</sup>:

a. *Syirkah al amlak*

Kepemilikan harta secara bersama tanpa diperjanjikan terlebih dahulu menjadi hak milik atau secara otomatis menjadi hak bersama.

b. *Syirkah al uqud*

Perkongsiian yang terbentuk karena adanya ikatan perjanjian diantara para pihak, dan masing – masing sepakat untuk

---

<sup>30</sup> Ibid., 96.



pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan tersebut.

4) *Syirkah al – amal/abdan*

Kerjasama antar dua orang yang memiliki profesi sama tanpa ada keterlibatan modal sama sekali untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dan keuntungan diberikan kepada masing – masing pihak tergantung dari proporsi tenaga yang digunakan sesuai dengan kesepakatan antara keduanya.

5) *Syirkah al – mudhrabah*

Kerjasama antara dua orang atau lebih dimana ada pihak pemodal (*shahibul maal*) dan ada pihak pengelola (*mudharib*) yang masing masing pihak berbagi keuntungan sesuai kesepakatan dan kerugian yang bukan akibat kelalaian pengelola ditanggung sesuai porsi modal pemilik modal.

c. *Syirkah al – ibahah*

Persekutuan hak semua orang untuk dibolehkan menikmati manfaat sesuatu yang belum ada dibawah kekuasaan seseorang.<sup>31</sup>

4. Rukun sah *Syirkah*

Sebagai suatu perjanjian, *syirkah* harus memenuhi segala rukun dan syaratnya guna menilai keabsahan atas perjanjian yang akan

---

<sup>31</sup> Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan di Indonesia*, (Depok : Kencana, 2018), 110.





dan keadilan merupakan pokok ajaran Islam yang sangat utama, dalam hal ini etika perdagangan yang dicontohkan Nabi Muhammad Saw yaitu perdagangan yang jujur dan adil serta tidak disertai unsur riba.<sup>33</sup> Etika inilah yang kemudian akan menentukan praktik perdagangan yang dikembangkan umat Islam. sebagaimana sesuai dengan wahyu Allah dalam surat An – nisa (04: 29)

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

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

#### 1. Keadilan dalam bertransaksi

Nilai keadilan merupakan suatu konsep umum yang secara khusus membahas mengenai penempatan sesuatu berdasarkan porsi dan posisinya. dengan kata lain tidak adanya sikap zalim terhadap sesama manusia, bukan berarti sama rata sama rasa.<sup>34</sup>

Dalam konsep kapitalis keadilan berarti memperlakukan seseorang sesuai dengan upaya dan jerih payahnya. Dimana jika seseorang tersebut memiliki upaya dan jerih payah yang tinggi sehingga bisa menjadikannya kaya dan berlaku sebaliknya, itulah yang mereka sebut dengan adil. Maka dalam konsep kapitalis bukan menjadi urusan

<sup>33</sup> Jusmaliani.,dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 55.

<sup>34</sup> Idri, *Hadis Ekonomi dalam Perspektif Hadis Nabi*, (Jakarta: Kencana, 2016), 29.

orang kaya untuk memperhatikan yang miskin, dan bukan sebuah hak untuk yang miskin untuk meminta perhatian si kaya. Sebaliknya, ekonomi sosialis mengartikan bahwa keadilan adalah hak untuk semua orang menjadi kaya dan tidak ada hak yang lebih besar daripada yang lain. Adapun dalam ekonomi Islam, Allah tidak melarang kaumnya untuk menjadi kaya selama tidak mazalimi orang lain. Dan ada hak orang lain dalam harta si kaya untuk diberikan kepada orang miskin yang apabila tidak dikerjakan maka terjadi ketidakadilan.<sup>35</sup>

Keadilan dapat menghasilkan keseimbangan dalam perekonomian dengan meniadakan kesenjangan sosial antara pemilik modal (orang kaya) dan pihak yang kekurangan (orang miskin). Meskipun tentunya Islam tidak menganjurkan kesamaan ekonomi dan mengakui adanya perbedaan ekonomi.<sup>36</sup> sebagaimana dalam wahyu Allah Qs as – Zukrûf (43:32)

أَهُمْ بِقَسِيمُونَ رَحْمَتِ رَبِّكَ نَحْنُ قَسَمْنَا بَيْنَهُمْ مَعِيشَتَهُمْ فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَرَفَعْنَا بَعْضَهُمْ فَوْقَ بَعْضٍ دَرَجَاتٍ لِيَتَّخِذَ بَعْضُهُمْ بَعْضًا سَخِرِيًّا وَرَحْمَتُ رَبِّكَ خَيْرٌ مِّمَّا يَجْمَعُونَ

Artinya: “Apakah mereka yang membagi-bagi rahmat Tuhanmu? Kami telah menentukan antara mereka penghidupan mereka dalam kehidupan dunia, dan kami telah meninggikan sebahagian mereka atas sebahagian yang lain beberapa derajat, agar sebahagian mereka dapat mempergunakan sebahagian yang lain. Dan rahmat Tuhanmu lebih baik dari apa yang mereka kumpulkan”.

---

<sup>35</sup> Ibid., 30.

<sup>36</sup> Ibid., 31.

Islam selalu mengajarkan pemeluknya agar selalu adil dalam segala aspek kehidupan dan tindakan, karena adil adalah salah satu unsur takwa. Di dalam takwa terkandung makna kemampuan seorang muslim memilih antara yang baik dan buruk dengan pertimbangan – pertimbangan yang adil (Al – maidah/05:18).<sup>37</sup>

Keadilan menurut manusia untuk berlaku benar dalam kata dan tindakan. Memenuhi segala janji yang telah mereka buat dan kewajiban. Adil menurut ajaran Islam adalah memberikan sesuatu kepada yang berhak meneriminya tanpa membeda – bedakan antara yang menuntut dan yang dituntut. Tidak dipengaruhi oleh atribut kemanusiaan seperti: keturunan, pangkat, jabatan, kekayaan, kekuatan kelemahan, pihak musuh ataupun karib kerabat.<sup>38</sup>

## 2. Kejujuran dalam bertransaksi

Modal utama dalam memulai berbisnis bukan hanya modal *tangible* atau modal yang berbentuk seperti uang, gedung, kendaraan, dan lain sebagainya, namun juga modal *intangibile* atau modal yang tidak terlihat seperti kejujuran dalam berbisnis.<sup>39</sup> Menurut Laode kamaludin dalam *wisdom of business* Muhammad Saw dikenal sudah

<sup>37</sup> Zaki Fuad Chalil, *Pemerataan Distribusi Kekayaan dalam Ekonomi Islam*, (Jakarta: Erlangga, 2009), 236.

<sup>38</sup> Ibid., 237.

<sup>39</sup> Eko Jalu Santoso, *wisdom of business*, (Jakarta: Elex Media, 2008), 75.

memiliki prinsip – prinsip dalam berbisnis yang sesuai dengan keadaan jaman sekarang. Antara lain:

- a. Berfokus pada pelanggan
- b. Mengutamakan kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*)
- c. Pelayanan yang unggul (*service excellent*)
- d. Kompetensi pada bidangnya
- e. Efisiensi dan persaingan sehat
- f. Mengedepankan kejujuran dalam bertransaksi.<sup>40</sup>

Allah telah memerintahkan umatNya untuk senantiasa jujur dan amanah dalam setiap kesempatan dan bagian kehidupannya, tidak terkecuali dalam halnya berbisnis<sup>41</sup>. Sebagaimana firman Allah dalam Qs al – Ahzab (33:70 – 71)

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan katakanlah perkataan yang benar, niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. Dan barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, maka sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar”.

Rasulullah Saw sangat menjunjung tinggi nilai kejujuran karena akan mengantarkan pada kebaikan dan Allah SWT sangat membenci berbohong karena akan membawa keburukan.

---

<sup>40</sup> Ibid., 76.

<sup>41</sup> Ibid., 77.

عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ مَسْعُودٍ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ : قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ : عَلَيْكُمْ  
 يَزَالُ الرَّجُلُ يَصْدُقُ بِالصِّدْقِ فَإِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِي إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِي إِلَى الْجَنَّةِ وَمَا  
 الصِّدْقُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ صِدْقًا وَإِيَّاكُمْ وَالْكَذِبُ فَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِي إِلَى الْفُجُورِ وَيَتَحَرَّى  
 وَإِنَّ الْفُجُورَ يَهْدِي إِلَى النَّارِ وَمَا يَزَالُ الرَّجُلُ يَكْذِبُ وَيَتَحَرَّى الْكَذِبَ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللَّهِ  
 كَذَابًا

*“Dari Abdullâh bin Mas’ud Radhiyallahu anhu ia berkata, Rasulullah Saw bersabda: Hendaklah kalian jujur sesungguhnya kejujuran mengantarkan seseorang pada kebaikan dan kebaikan mengantarkan pada surga. Seseorang tetap berlaku jujur hingga ia ditulis disisi Allah sebagai orang jujur. Dan janganlah engkau berbohong, karena kebohongan mengantarkan seseorang pada perbuatan buruk dan keburukan mengantarkan pada neraka, seseorang yang berbohong hingga ia ditulis disisi Allah sebagai pembohong” (HR. muslim)*

Hadits ini diriwayatkan oleh Ahmad (I/384); al-Bukhâri (no. 6094) dan dalam kitab al-Adabul Mufrad (no. 386); Muslim (no. 2607 (105)); Abu Dawud (no. 4989); At-Tirmidzi (no. 1971); Ibnu Abi Syaibah dalam al-Mushannaf (VIII/424-425, no. 25991); Ibnu Hibban (no. 272-273-at-Ta’liqâtul Hisân); Al-Baihaqi (X/196); Al-Baghawi (no. 3574); At-Tirmidzi berkata, “Hadits ini hasan shahih.”<sup>42</sup>

Rasulullah Saw sebagai seorang pebisnis sejati sangat menaati setiap peraturan yang dibuatNya seperti dalam Alquran. Menurut beliau, kejujuran dan amanah merupakan kunci sukses seorang pengusaha dalam berbisnis dan salah satu bentuk ibadah yang akan bernilai pahala.<sup>43</sup> Sebagaimana dalam hadis, rasulullah Saw bersabda:

<sup>42</sup> Yazid bin Abdul Qadir, berkata benar (jujur) dan jangan dusta (bohong), <https://almanhaj.or.id/4089-berkata-benar-jujur-dan-jangan-dusta-bohong.html>, diakses 25 Mei 2019.

<sup>43</sup> Hepi Andi Bastoni, *Beginilah Rasulullah SAW Berbisnis*, (Bogor: Pustaka al – Bustan, 2017), 158.

الْتَّاجِرُ الصَّدُوقُ الْأَمِينُ مَعَ النَّبِيِّينَ وَالصِّدِّيقِينَ وَالشُّهَدَاءِ

“Pedagang yang jujur dan amanah bersama para nabi, para pecinta kebenaran dan orang – orang mati syahid” . (HR Tirmidzi)

Dalam hadis lain, Rasulullah Saw bersabda:

إِنَّ التَّجَارَ يُبْعَثُونَ يَوْمَ الْقِيَامَةِ فُخَّارًا. إِلَّا مَنْ اتَّقَى اللَّهَ وَبَرَّ وَصَدَقَ

“Sesungguhnya para pedagang dibangkitkan pada hari kiamat sebagai orang yang berdosa kecuali mereka bertaqwa kepada Allah, berlaku baik dalam transaksinya dan adil”. (HR Tirmidzi)

Kejujuran merupakan salah satu ciri bahwa seorang pengusaha tersebut dapat menepati janjinya atau amanah. Kegiatan ini bisa kita tanamkan pada diri sendiri atau pada anak kecil jika kita adalah orang tua untuk membentuk akhlak yang baik. Menurut A Tabrani Rusyan, jujur terbagi menjadi jujur dalam niat atau kemauan, jujur dalam ucapan, jujur dalam tekad dan menepati janji, jujur dalam perbuatan.<sup>44</sup>

- a. Jujur dalam niat kemauan. Suatu kegiatan akan baik dan berlaku sebuah ibadah jika niat yang digunakan baik, kecacatan dalam berniat dapat merusak kegiatan atau perbuatan itu sendiri. Sebagaimana seorang yang dermawan namun ketika dihadapkan dengan dengan Allah maka, nilai kedermawanannya sebagai dusta.

<sup>44</sup> Anonymous, “Urgensi Sifat Jujur Dalam Berbisnis”, *Jurnal PILAR*, Vol. 2, No. 2, (Juli – des , 2014), 168.



Bukan pada perbuatan mereka, namun pada niat yang mereka ucapkan.

- b. Jujur dalam ucapan.<sup>45</sup> Nabi berkata bahwa perilaku jujur dalam berucap seorang mukmin merupakan penyelamat ia dari kebinasaan mereka karena ucapan yang baik dan jujur akan sangat tampak dari mereka.
- c. Jujur dalam tekad dan menepati janji. Dalam hal ini banyak terjadi ketika seorang itu mengucap *nadazar*, yaitu janjinya secara langsung kepada RabbNya yang jika tidak jujur maka ia adalah seorang pendusta. Sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Qs Al – Ahzah (33:23)

مِنَ الْمُؤْمِنِينَ رِجَالٌ صَدَقُوا مَا عَاهَدُوا اللَّهَ عَلَيْهِ فَمِنْهُمْ مَّنْ قَضَىٰ نَحْبَهُ وَمِنْهُمْ مَّنْ يَنْتَظِرُ وَمَا بَدَّلُوا تَبْدِيلًا

Artinya “Di antara orang-orang mukmin itu ada orang-orang yang menepati apa yang telah mereka janjikan kepada Allah; maka di antara mereka ada yang gugur. Dan di antara mereka ada (pula) yang menunggu-nunggu dan mereka tidak merubah (janjinya)”

Dalam ayat lain Allah SWT Qs At – Taubah (09:75 – 76)

وَمِنْهُمْ مَّنْ عَاهَدَ اللَّهَ لَئِنْ آتَيْنَا مِنْ فَضْلِهِ لَنَصَّدَّقَنَّ وَلَنَكُونَنَّ مِنَ الصَّالِحِينَ فَلَمَّا آتَيْنَاهُمْ مِنْ فَضْلِهِ بَخِلُوا بِهِ وَتَوَلَّوْا وَهُمْ مُّعْرِضُونَ

<sup>45</sup> Ibid., 169.



Artinya : “Dan diantara mereka ada orang yang telah berikrar kepada Allah: "Sesungguhnya jika Allah memberikan sebahagian karunia-Nya kepada kami, pastilah kami akan bersedekah dan pastilah kami termasuk orang-orang yang saleh. Maka setelah Allah memberikan kepada mereka sebahagian dari karunia-Nya, mereka kikir dengan karunia itu, dan berpaling, dan mereka memanglah orang-orang yang selalu membelakangi (kebenaran).

- d. Jujur dalam perbuatan. Yaitu adanya kesamaan antara kejujuran lahiriah dan batin, sehingga tidak ada bedanya antara mal lahiriah dan batiniah. Sebagaimana dikatakan oleh Mutahrrif: “ *jika sama antara batin seorang hamba dengan lahiriahnya, maka Allah berfirman ‘Inilah hambaku yang benar atau jujur’*”.

## BAB III

### HASIL PENELITIAN

#### A. Gambaran Umum Usaha Waralaba Sego Njamoer Surabaya

##### 1. Sejarah Berdirinya waralaba Sego Njamoer Surabaya

Sego Njamoer merupakan perusahaan makanan pengolahan makanan berbahan dasar jamur yang diolah dengan nasi dengan bentuk *onigiri*. Terinspirasi oleh konsep praktis ala Jepang dan *mobile packaging* ala *fast food*. Jamur telah terbukti memiliki nilai gizi yang lengkap, hal ini merupakan nilai tambah dari produk dengan memberikan solusi konkret bagi kebutuhan konsumen akan pemenuhan gizi tinggi dengan mobilitas yang padat sehingga memerlukan suatu yang praktis.

Ide ini bermula dari pengamatan dan pengalaman oleh si pemilik usaha dilingkungan kampus mereka, banyak diantara mahasiswa yang memiliki pola makan yang tidak teratur hal tersebut dikarenakan banyak sebab, mulai dari aktivitas yang padat dan finansial mahasiswa yang sebagian besar berada pada taraf menengah – kebawah sehingga mereka harus berhemat. Atas dasar inilah hadir lah ide untuk membuat konsep makanan yang praktis, bergizi, dan sekaligus murah. “sudah menjadi tradisi masyarakat Indonesia, apabila tidak makan nasi mereka belum merasa

sudah makan dan produk Sego Njamoer menjadi solusi tidak teraturnya pola makanan konsumen”. Dengan *tag line* “ada doa petani jamur disetiap gigitannya” Sego Njamoer hadir untuk membantu menjawab keresahan petani jamur tiram yang jumlahnya sangat banyak namun sangat sedikit yang memanfaatkan tumbuhan tersebut. Awal mula usaha tersebut berdiri tahun 2011 dengan modal yang didapatkan dari PKM di ITS Surabaya, seiring berjalannya waktu modal yang didapatkan dari lomba – lomba *entrepreneur* semakin besar hingga akhirnya *expand* dalam bentuk rombongan di berbagai lokasi kampus yang ada di Surabaya khususnya sekitaran ITS Surabaya. Hingga saat ini usaha Sego Njamoer sudah memiliki cabang di kota besar di Indonesia. Dari tahun 2011 berdiri Sego Njamoer Surabaya memiliki sejumlah 50 cabang yang tersebar di seluruh Indonesia.

Tabel 3.1  
Daftar *franchise* Sego Njamoer Surabaya

No.	Tempat/ lokasi	Kota
1	BEM FTI ITS Kantin pusat ITS Ria swalayan keputih Sakinah swalayan keputih Gebang Wetan No 2b Kantin Despro ITS KantinUPN Surabaya Kantin kampus C Unair Pintu masuk gerbang UNESA Kantin mitra UBAYA Kantin kompleks SMK Barunawati Indomaret jojoran Aiola Superindo Semolo Kantin STIKOM	SURABAYA

	Kantin PENS Kantin Sistem Informasi ITS Kantin SMA Khodijah Wadung Asri Kantin kedokteran UNAIR A Kantin SMA 15 Surabaya Ketintang kampus Magistra Utama Kantin Universitas Ciputra Kantin FEB UNAIR SD AL – FALAH Food court Royal plaza Foodcourt BG Junction Foodcourt Kaza City Foodcourt Plaza Marina Foodcourt City Of Tomorrow Maspion Square Foodcourt Giant Rajawali Food Junction	
2	Bentar Waru Kalanganyar Sedati	SIDOARJO
3	SD MUHAMADIYAH	GRESIK
4	PROBOLINGGO Depan SD katolik Probolinggo	PROBOLINGGO
5	Kantin ITB Pujasera univ. Maranatha	BANDUNG
6	Depan kampus UNP	KEDIRI
7	Depan SMAN 1 lamongan	LAMONGAN
8	HERO kemang pratama	BEKASI
9	FIA UB Sigura – gura Kantin 3,5 UMM kampus 3	MALANG
10	FK UGM Kantin psikologi UGM	JOGJAKARTA
11	UNTAR gedung baru D'cantina UNTAR gedung 2	JAKARTA BARAT
12	Bunda Mulia jl london raya no.2	JAKARTA UTARA
13	JL. Cerme Cilacap	CILACAP
14	Kantin kampus Prastya Mulya Bussines School	TANGERANG

15	Stikes mojokerto KOPSIS SMAN 1 sooko	MOJOKERTO
----	---	-----------

## 2. Visi dan misi Sego Njamoer

Berikut visi misi pada usaha waralaba Sego Njamoer<sup>46</sup>:

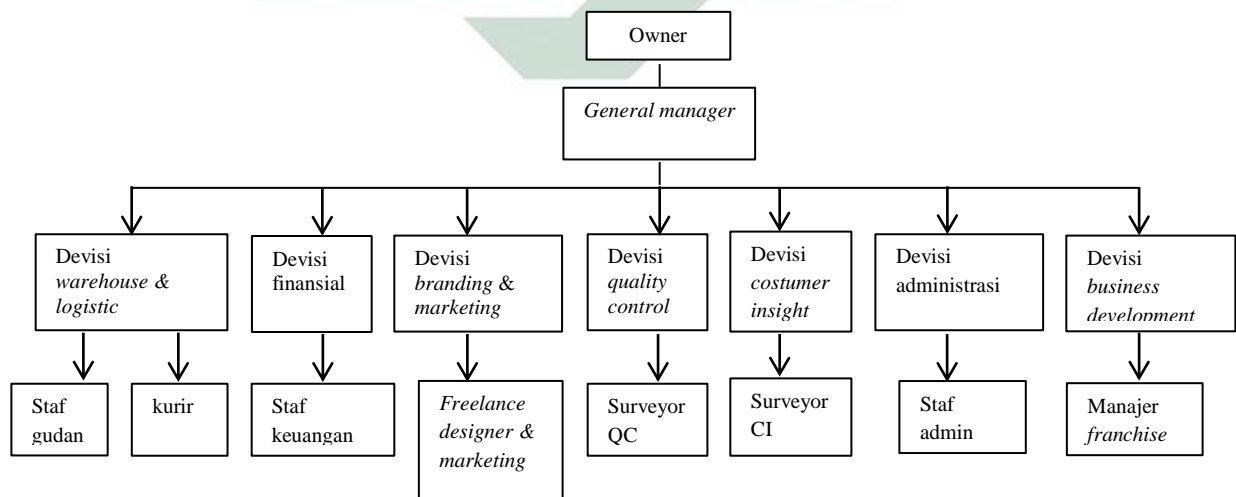
### a. Visi:

“Spesialis penyedia makanan praktis berbahan dasar jamur”

### b. Misi :

- 1) Menyerap hasil panen petani jamur sebanyak mungkin.
- 2) Membantu pola makan konsumen dengan mempertahankan konsep produk.
- 3) Memberikan pelayanan cepat dengan kualitas yang baik agar memberikan manfaat kepada konsumen.

## 3. Struktur organisasi Sego Njamoer<sup>47</sup>



<sup>46</sup> Jaka ardiansah, *wawancara*, Surabaya, 7 Juni 2019.

<sup>47</sup> Jaka ardiansah, *wawancara*, Surabaya, 7 Juni 2019.

Gambar 3.1  
Struktur Organisasi

Keterangan:

Owner atau pemilik usaha Sego Njamoer Surabaya ini adalah Mahendra Ega Huguita sebagai penanggung jawab seluruh kegiatan yang ada pada perusahaan. Dan General Manager dalam perusahaan beliau bertanggung jawab atas jalannya usaha, mengatur segala kegiatan karyawan, dan melaporkannya kepada pemilik usaha. Beliau juga bertindak sebagai pengambil keputusan tentang baiknya buruknya perusahaan.<sup>48</sup>

Dalam setiap divisi diberikan tanggung jawab untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan *jobdesknya*, namun pada divisi *branding* dan *marketing* diisi oleh pegawai *freelance* yang bekerja lepas.<sup>49</sup>

#### 4. Produk Sego Njamoer Surabaya

Dalam menjalankan bisnis makanan, Sego Njamoer Surabaya senantiasa berinovasi dengan menciptakan macam – macam menu olahan jamur yang tidak hanya bergizi namun juga mengikuti *trend*. Standar harga yang disediakan oleh Sego Njamoer dibagi menjadi dua bagian, tergantung jenis pilihan tempat *booth* berada. Jika didalam *mall* maka standar harga sedikit lebih tinggi daripada hanya stand *booth* dipinggir

<sup>48</sup> Dini Tika, *Wawancara*, Surabaya, 7 Juni 2019.

<sup>49</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 7 Juni 2019.

jalan<sup>50</sup>. Dengan adanya perbedaan harga maka keuntungan yang ditawarkan juga berbeda.

Produk olahan yang ditawarkan oleh Sego Njamoer Surabaya memiliki pilihan yang bervariasi dan telah terstandarisasi sehingga rasa dan kualitas yang diberikan juga sama rata. Harga yang *friendly* membuat pembeli dan calon investor tidak takut mencoba menjadi mitra Sego Njamoer dan jamur yang di gunakan juga tidak satu jenis saja, namun telah bertambah ke beberapa jenis jamur, dan akan selalu berinovasi kedepannya.<sup>51</sup> Tabel harga yang ada peneliti dapatkan dari hasil dokumentasi antara *booth* Sego Njamoer di Royal Plaza dengan *booth* dipinggir jalan Gebang yang akan di lampirkan di akhir penulisan skripsi ini.

Tabel 3.1  
Perbandingan harga produk

No.	Nama Produk	Mall (Rp)	Booth (Rp)
1.	Sego njamoer	7.000	5.000
	Sego njamoer golden	9.000	10.000
	Sego njamoer rendang	10.000	8.000
2.	Pentol njamoer	14.000	10.000
	Siomay njamoer	12.000	10.000
	Sosis njamoer	13.000	10.000
	Fishball njamoer	12.000	10.000
	Sosis solo njamoer	5.000	3.000
	Kebab njamoer	12.000	9.000
	Satay njamoer	14.000	12.000
3.	Njamoer crips	14.000	12.000
	Njamoer crispy	14.000	12.000

<sup>50</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 8 Juni 2019.

<sup>51</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 8 Juni 2019.

4.	Njaprek ayam	16.000	13.000
	Njaprek original	12.000	10.000
	Njaprek crips	14.000	11.000
5.	Menu mix		
	Mix 1	14.000	11.000
	Mix 2	16.000	13.000
	Mix 3	14.000	11.000
	Mix 4	16.000	13.000
	Mix 5	14.000	11.000
	Mix 6	16.000	13.000
	Mix 7	14.000	12.000
	Mix 8	14.000	11.000
	Mix 9	16.000	13.000

#### 5. Pasar Segoe Njamoer Surabaya

Dalam setiap usaha yang ingin terus berkembang Segoe Njamoer Surabaya sudah memikirkan dimana menempatkan posisi terbaik untuk menarik minat konsumen dan calon investornya. Dalam hal ini pak Jaka selaku general manager menjelaskan bahwa Segoe Njamoer sudah memiliki segmentasinya tersendiri<sup>52</sup>

##### a. Segmentasi pasar

Segoe Njamoer yang dikenal sebagai usaha olahan jamur dengan harga yang ekonomis namun tetap terjamin bergizi dan baik bagi tubuh memilih mengambil segmentasi kelas menengah kebawah khususnya para mahasiswa dan kalangan pelajar yang memiliki kemampuan finansial yang terbatas namun membutuhkan asupan yang baik. Hal ini membuat Segoe Njamoer sangat diminati oleh pasar yang

<sup>52</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 8 Juni 2019.



telah ditentukan sehingga produk yang ditawarkan dapat diterima dan bisa diwaralabakan kepada mitra Sego Njamoer Surabaya.<sup>53</sup>

b. Target pasar

Seiring dengan berjalannya waktu Sego Njamoer Surabaya selalu berinovasi dan menyuguhkan produk yang berkualitas, target pasar yang ditetapkan pun makin meluas. Menurut observasi peneliti dalam keadaan dilapangan Sego Njamoer Surabaya yang awalnya hanya menargetkan mahasiswa dan kalangan pelajar kini telah bergeser kepada masyarakat umum.

c. Penempatan Citra Diri

Dalam observasi peneliti, Sego Njamoer Surabaya berusaha membangun citra diri sebagai salah satu usaha makanan yang unggul dalam pengolahan jamur sebagai dasar produk yang dijual belikan. Sebagaimana tercantum dalam visi perusahaan yaitu sebagai “spesialis penyedia makanan praktis berbahan dasar jamur”.

## **B. Bisnis Waralaba Sego Njamoer Surabaya**

### **1. Penerapan Pola Kemitraan Sego Njamoer Surabaya**

Bermitra atau melakukan kerjasama merupakan kegiatan menyatukan dua orang atau lebih untuk saling membantu dengan tujuan yang sama.

---

<sup>53</sup> Dini Tika, *Wawancara*, Surabaya, 10 Juni 2019.

Pola kemitraan bisnis waralaba sangat diminati oleh masyarakat umum karena selain harga yang ditawarkan untuk bermitra sangat bersaing dan adanya merek yang sudah dikenal dimasyarakat sehingga tidak perlu susah payah membangun bisnis mulai dari awal.

Sego Njamoer Surabaya menghadirkan pola kemitraan yang mudah sehingga masyarakat umum bisa memulai bisnis waralaba. Pola kemitraan yang terjalin antara *franchisor* dengan *franchisee* adalah seluruh kegiatan yang berhubungan dengan pembukaan *booth* adalah tanggung jawab *franchisor*. Pola yang diterapkan dalam kemitraan ini adalah

- a. Seluruh biaya yang dikeluarkan diawal akan digunakan untuk kepentingan pembukaan *booth* seperti pelatihan, pembangunan *booth*, program – program yang fungsinya meningkatkan kualitas dan keuntungan *franchisor* serta bahan dan peralatan dalam operasional menjadi tanggung jawab *franchisor*.
- b. Mengenai biaya biaya yang diluar kepentingan itu adalah tanggung jawab *franchisee*, biaya tersebut meliputi biaya penyewaan tempat, biaya operasional, dan biaya pembelian bahan baku saat usaha berjalan serta pencarian lokasi berjualan.

Praktek tersebut sangat menguntungkan pihak *franchisee* yang akan menjadi mitra. Menurut penuturan pak Ardi sebagai *franchisee*

“Aturan yang diberikan oleh pihak Sego Njamoer mudah dan tidak memberatkan. *Fee* yang dibayarkan juga sudah mencakup kebutuhan keseluruhan untuk berjualan, selain itu kalau berjualan dengan merk

ini gampang diterima masyarakat karna mereka sudah memiliki *branding*\_tersendiri. Transparansi juga menjadi faktor utama saya ingin menjadi mitra Sego Njamoer.”<sup>54</sup>

Bermitra berarti menyanggupi apa yang disarankan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Sebagai mitra Sego Njamoer *franchisee* memiliki hak dan kewajiban yang harus diketahui.

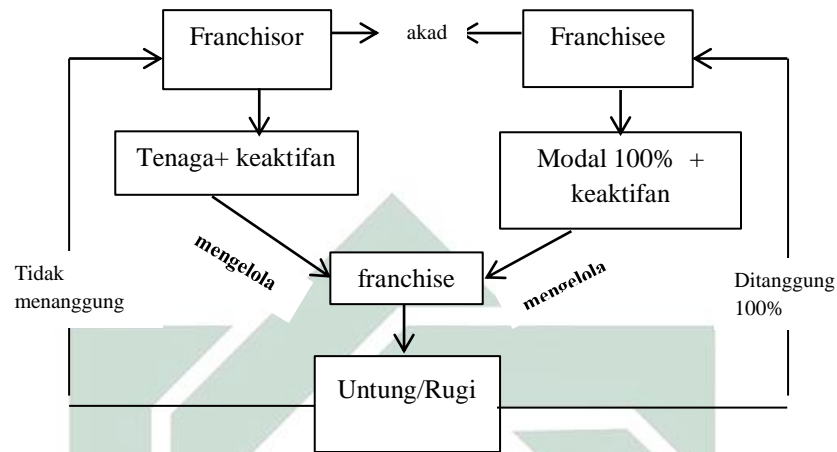
Hak – hak yang di dapatkan oleh *franchise* antara lain

- a. Mendapatkan hak lisensi selama seumur hidup.
- b. Tidak ada biaya perpanjangan kontrak atau lisensi.
- c. Bisa pindah tempat atau lokasi tanpa dikenai biaya apapun
- d. Bebas *royalty fee* dan profit sharing untuk selamanya, sehingga 100% keuntungan diberikan mitra.
- e. Mendapatkan fasillitas bahan baku dan peralatan.

Kewajiban yang harus ditaati oleh *franshisee* Sego Njamoer Surabaya adalah mitra harus mencari sdm sendiri. Lokasi untuk berjualan dan peraturan – peraturan yang ditetapkan oleh *franchisor* dalam rangka menjaga tujuan bersama.

---

<sup>54</sup> Ardi Sukma, *Wawancara*, Surabaya, 11 Juni 2019.



Gambar 3.2  
Skema Kemitraan Sejo Njamoer Surabaya

## 2. Penerapan Pola Waralaba Sejo Njamoer Surabaya

Legalitas pada perusahaan berfungsi sebagai pembuktian kepada negara bahwa usaha yang dijalankan tidak melanggar aturan pemerintah dan patuh pada hukum yang ada. Dengan adanya legalitas perusahaan sudah mendapatkan nilai *plus* dimata para investor yang ingin menjadi bagian dari perusahaan tersebut. Hal tersebut sudah dipikirkan matang oleh Sejo Njamoer Surabaya dengan segera mendaftarkan usahanya kepada instansi terkait guna memudahkan usaha tersebut berkembang suatu saat. Untuk saat ini Sejo Njamoer Surabaya sudah memenuhi administrasi dan memiliki legalitas atas usaha yang didirikan, antara lain<sup>55</sup>:

<sup>55</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019.

- a. Sertifikat merk, digunakan untuk mematenkan merek, logo, dan simbol usaha Sego Njamoer Surabaya.
- b. SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan), digunakan sebagai bukti bahwa usaha tersebut sudah memiliki izin dari pihak pemerintah untuk berdiri.
- c. TDP (Tanda Daftar Perusahaan), digunakan sebagai bukti bahwa perusahaan yang telah berdiri tersebut telah terdaftar di pemerintahan terkait dan akan dilakukan pendaftaran ulang setiap 5 tahun sekali.<sup>56</sup>

Legalitas dan administrasi pada Sego Njamoer Surabaya yang sudah sesuai dengan peraturan pemerintah diatas terlampir dalam akhir skripsi ini sebagai bukti dokumentasi.

Sego Njamoer Surabaya memutuskan bahwa format waralaba yang berlaku adalah waralaba format bisnis, dimana pihak *franchisor* memberikan hak lisensi, dan standarisasi baku yang ditetapkan kepada *franchisee*.<sup>57</sup>

Untuk menjadi mitra Sego Njamoer Surabaya calon mitra diwajibkan mematuhi peraturan yang ada dan memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Sego Njamoer Surabaya. Dalam hal persyaratan pihak Sego Njamoer Surabaya memberikan kemudahan dalam *apply* menjadi calon mitra antara lain pihak yang ingin bermitra diwajibkan memiliki syarat administrasi

---

<sup>56</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019

<sup>57</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019

seperti menyerahkan *fotocopy KTP* dan *KK* untuk menjamin bahwa mitra tersebut memiliki identitas yang jelas sesuai aturan, kemudian setelah memberikan identitas pihak *Sego Njamoer Surabaya* akan meminta memberikan form pengisian mitra yang lebih rinci, setelah selesai maka akan diberikan *term* atau kontrak untuk melanjutkan proses menjadi mitra. Dalam kontrak dijelaskan bahwa *franchise fee* menjadi mitra bisnis adalah sejumlah Rp 45.000.000,- (Empat Puluh Lima Juta Rupiah) dibayar dimuka dan berlaku seumur hidup.<sup>58</sup>

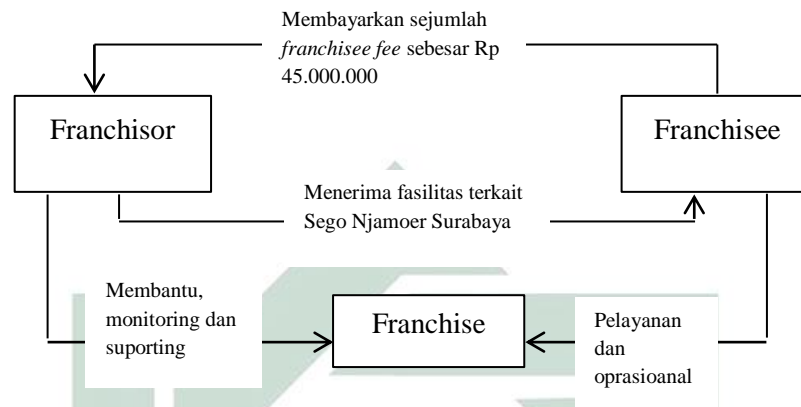
*Franchise fee* tersebut digunakan untuk biaya *booth* untuk berjualan, pelatihan pegawai selama 36 jam, promosi, transport trainer PP, ongkos kirim, jika *booth* berada diluar Surabaya, peralatan dan bahan bahan baku senilai Rp 3.000.000,- yang akan digunakan dalam berjualan.<sup>59</sup> Dengan sejumlah uang yang telah dibayarkan pihak *franchisor* tidak mengambil *fee* lain lagi jadi semua yang dibayarkan hanya sejumlah tertera diatas.<sup>60</sup> Untuk mendapatkan keuntungan, pihak *franchisor* mengharuskan mitranya membeli bahan pada pusat dan *supplier* yang sudah ditunjuk.

---

<sup>58</sup> *Franchise guide* *Sego Njamoer Surabaya*

<sup>59</sup> *Franchise guide* *Sego Njamoer Surabaya*

<sup>60</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 10 Juni 2019.



Gambar 3.3  
Skema Waralaba Segoe Njamoer Surabaya

### 3. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam pada Waralaba Segoe Njamoer Surabaya

Segoe Njamoer Surabaya memiliki alur yang jelas dan tidak merugikan pihak lain, hal ini terbukti dengan adanya transparansi pada setiap *akad* atau perjanjian antara *franchisor* dengan *franchisee*. Dalam setiap proses perjanjian pihak *franchisor* selalu menerapkan kejujuran. Hal ini dipertegas oleh informan pak Jaka Ardiansah selaku *general manager* beliau mengatakan

Kejujuran merupakan kunci antara mitra dengan pihak kita (Segoe Njamoer Surabaya). Dalam bisnis ini kita semua akan memfasilitasi proses *franchise* kepada *franchisee* mulai dari sebelum usaha tersebut berdiri hingga sudah berjalan, pihak kita selalu berkata yang sebenarnya kepada pihak mitra tanpa ada yang ditutupi karena kejujuran mitra jadi percaya dengan kita.<sup>61</sup>

Dalam bisnis Segoe Njamoer terdapat alur – alur yang jelas sehingga tidak ada pihak yang merasa tertipu dan tidak mendapatkan keadilan. Alur

<sup>61</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019

tersebut juga menjamin adanya interaksi antara kedua belah pihak sehingga dapat mendapatkan keuntungan yang optimal. Alur tersebut antara lain:

a. Alur sistem produksi dan distribusi

Alur tersebut menggambarkan bagaimana pola produksi dan pihak pihak yang terkait dengan pendistribusian barang yang ada untuk kepentingan *franchisee* dan *franchisor* itu sendiri, tujuan dari adanya sistem yang jelas akan memudahkan *franchisee* dalam menjalankan usaha *franchise*.<sup>62</sup> Pendistribusian mengharuskan pihak yang bertanggung jawab untuk melakukan keadilan yang merata. Sego Njamoer Surabaya selaku pihak *franchisor* menegaskan kepada mitranya bahwa untuk produksi mereka diharuskan membeli bahan – bahan penunjang kepada *supplier* yang telah ditunjuk agar tercipta keadilan antar mitra.<sup>63</sup>

Sebagaimana terdapat pada gambar 3.4<sup>64</sup>

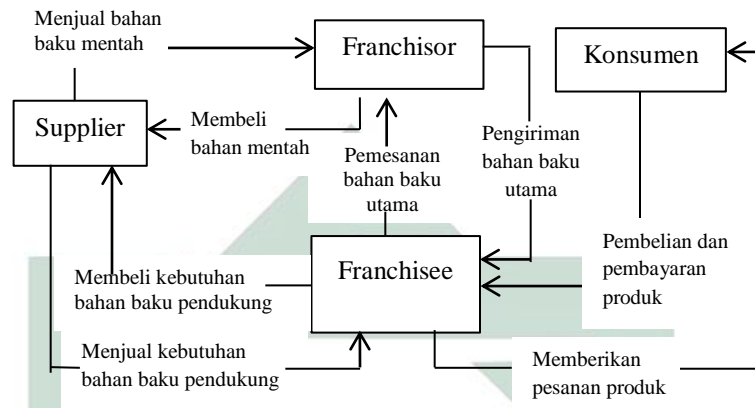
---

<sup>62</sup> Agus Bisma, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019.

<sup>63</sup> Agus Bisma, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019.

<sup>64</sup> Olahan penulis





Gambar 3.4  
Alur sistem produksi dan distribusi

#### b. Alur promosi

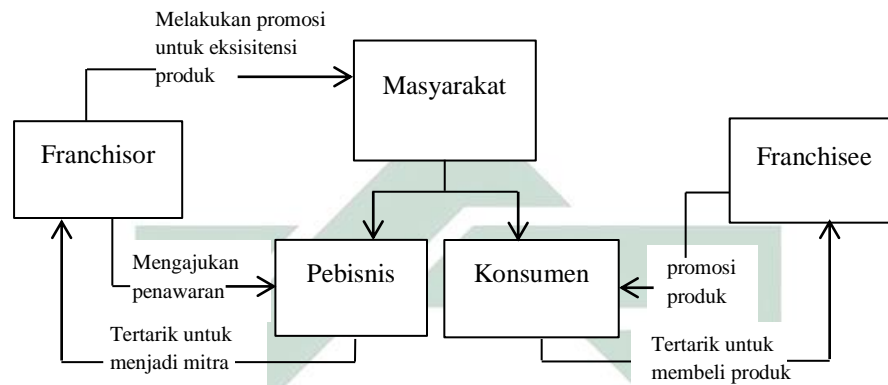
Promosi yang tepat dapat mendukung usaha waralaba untuk terus membangun citra kepada masyarakat umum. Promosi tersebut juga bisa membuat produk terus eksis. Dalam wawancara dengan Bagus selaku kepala divisi *branding* dan *marketing* beliau mengatakan

“Pola promosi yang ada sekarang terus kita tingkatkan untuk menjangkau pasar yang lebih besar lagi. Sejo Njamoer selalu menggunakan media sosial untuk terhubung dengan masyarakat umum dan membuat brosur katalog produk dan penawaran kepada calon mitra”.<sup>65</sup>

Alur tersebut sebagaimana terdapat pada gambar 3.5<sup>66</sup>

<sup>65</sup> Bagus Putra, *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019.

<sup>66</sup> Olahan penulis

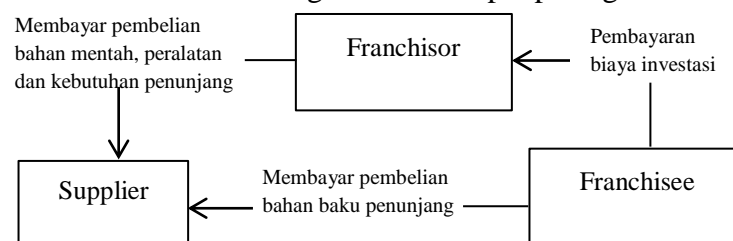


Gambar 3.5  
Alur promosi

### c. Alur sistem keuangan

Keuangan merupakan salah satu bagian vital dalam perjalanan suatu usaha. Keuangan yang sehat membuat suatu bisnis atau usaha dapat terus berjalan dan terus hidup. Sego Njamoer Surabaya selalu berusaha jujur kepada calon mitranya mengenai biaya – biaya yang harus dikeluarkan.

Alur tersebut sebagaimana terdapat pada gambar 3.6



Gambar 3.6  
Alur keuangan dan akuntansi

### d. Alur sistem MSDM dan pengembangan

*Franchisor* selaku pemilik usaha bertanggung jawab atas pengembangan usaha yang akan dibangun mitranya. Dengan campur tangannya pihak *franchisee* akan bisa maju bersama dengan usaha – usaha lain untuk bersaing. Menurut penuturan pak

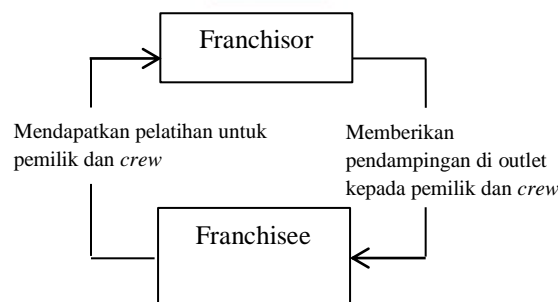
Ardi beliau mengatakan bahwa

Pihak Sejo Njamoer ikut turun tangan dalam kemajuan usaha ini, pelatihan yang diadakan sangat berguna bagi saya dan karyawan saya.<sup>67</sup>

Kemajuan yang dirasakan pak Ardi sesuai dengan apa yang dikatakan oleh pak Deni selaku pihak *franchisee* di cabang yang lain. Beliau mengatakan dalam wawancara

Saya sebelum usaha Sejo Njamoer *opening*, saya dan karyawan saya mendapatkan pelatihan selama 36 jam oleh pihak pusat. Pelatihan tersebut sangat bermanfaat ketika usaha saya buka jadi tidak bingung karena sudah diberi pelatihan sebelumnya.<sup>68</sup>

Alur tersebut sebagaimana digambarkan pada gambar 3.7<sup>69</sup>



Gambar 3.7

Alur sistem MSDM dan pengembangan

<sup>67</sup> Ardi Sukma, *Wawancara*, Surabaya, 11 Juni 2019.

<sup>68</sup> Deni Mahmud, *Wawancara*, Surabaya, 12 Juni 2019.

<sup>69</sup> Olahan penulis

e. Alur sistem pelayanan dan pengelolaan pelanggan

Sebagai suatu usaha yang bersinggungan dengan konsumen secara langsung, Sejo Njamoer Surabaya senantiasa memperlakukan pelanggannya dengan baik. Upaya tersebut dilakukan agar konsumen terus menggunakan produknya. Menurut pak Jaka beliau mengatakan bahwa

“Upaya yang kita lakukan dari awal Sejo Njamoer berdiri untuk melayani konsumen, yaitu adanya layanan pengaduan untuk kenyamanan konsumen dan sekarang sedang marak layanan jasa antar yang bekerja sama dengan ojek online untuk menjangkau konsumen yang jauh dari lokasi outlet – outlet kita.”<sup>70</sup>

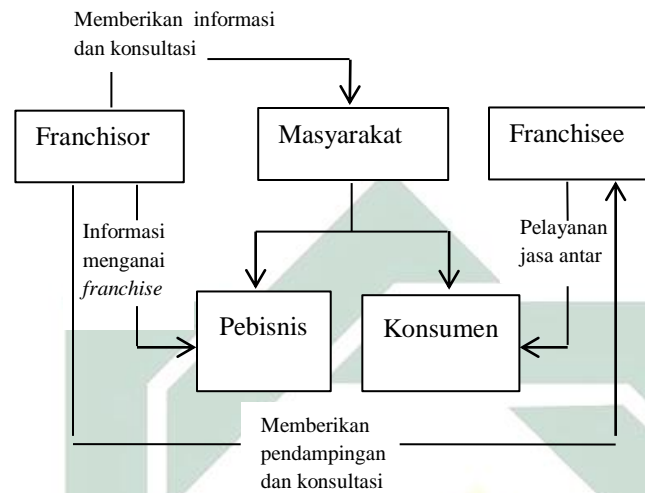
Pelayanan prima yang diberikan oleh pemilik membuat penerima akan merasa puas dan dikemudian hari selalu menggunakan bahkan memiliki loyalitas terhadap suatu *merek* atau *brand* tertentu.

Alur tersebut sebagaimana terdapat pada gambar 3.8<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 11 Juni 2019.

<sup>71</sup> Olahan penulis



Gambar 3.8  
Pengelolaan dan pelayanan konsumen

f. Alur sistem pembukaan dan penutupan *booth*

Alur ini mengatur sistematis bilamana seorang mitra ingin melakukan sebuah kerja sama dan pemutusan kontrak dan penutupan gerai. Sego Njamoer Surabaya menetapkan biaya administrasi sejumlah Rp 1.000.000 untuk biaya take over usaha dan melalui *screening* dari pihak *franchisor*.<sup>72</sup>

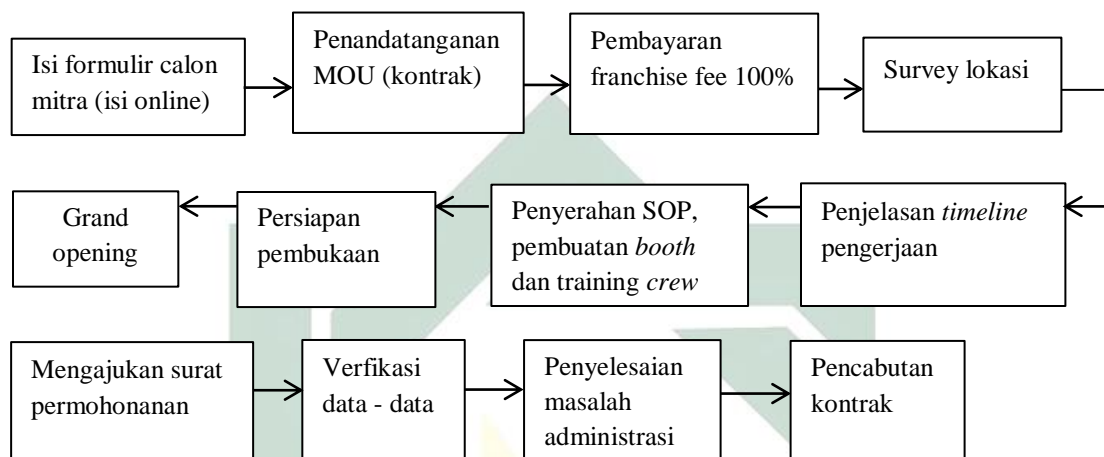
Dalam wawancara saya dengan pak Jaka beliau mengatakan

“Untuk memulai kontrak kita sudah memiliki *timeline* kerja tersendiri sehingga pihak mitra kita tidak merasa di curangi. Lain lagi jika mitra tersebut ingin melakukan penutupan, maka setelah urusan administrasi selesai barang – barang yang ada dapat dikembalikan kepada pihak *franchisor*”.<sup>73</sup>

<sup>72</sup> *Franchise guide* Segoe Njamoer Surabaya.

<sup>69</sup> Jaka Ardiansah, *Wawancara*, Surabaya, 11 Juni 2019.

Alur tersebut sebagaimana terdapat pada gambar 3.9<sup>74</sup>



Ket. Masing masing dijalankan dalam kurun waktu secepatnya

Gambar 3.9  
Alur sistem pembukaan dan penutupan usaha

<sup>74</sup> Olahan penulis

**BAB IV**  
**ANALISIS SISTEM WARALABA (*FRANCHISE*) PADA SEKTOR**  
**MAKANAN MENURUT PRINSIP EKONOMI ISLAM**

**A. Sistem Waralaba dan Pola Kemitraan Sego Njamoer Surabaya**

Menurut penelitian yang didasarkan pada wawancara, observasi dan dokumentasi. Diperoleh hasil bahwa Sego Njamoer Surabaya menggunakan tipe waralaba jenis format bisnis atau *business format franchise* dimana dalam sistem bisnis ini pihak Sego Njamoer Surabaya selaku *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk menggunakan merek dan produk yang telah dimiliki serta sistem yang ada dalam usaha tersebut. Pada waralaba jenis ini pihak *franchisee* mendapatkan beberapa kemudahan antara lain:

1. Penggunaan merek dagang dan produk.

*Franchisee* selaku penerima hak tersebut berhak menggunakan merek Sego Njamur Surabaya dan logo yang ada pada usaha tersebut selama waktu yang ada. Dalam perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee* Sego Njamoer Surabaya waktu yang disepakati adalah seumur hidup.

2. Pelatihan dan bimbingan

Sego Njamoer Surabaya mengadakan paket pelatihan yang ditujukan untuk pemilik usaha dan karyawan yang akan bergabung. Pelatihan ini bertujuan untuk membantu para *owner* dan karyawannya mengetahui bagaimana sistematika teknis dalam menjalankan usaha waralaba Sego Njamoer Surabaya. Jenis pelatihan yang diberikan berupa pelatihan manajemen, keuangan, dan SOP (Standar Operasional Perusahaan) selama satu bulan. *Recruitment* karyawan sudah menjadi urusan pihak *franchisee* dan diberikan pelatihan untuk kemudian bergabung dengan *owner*nya. Selain pelatihan, Sego Njamoer juga melakukan pendampingan kepada *franchisee* secara rutin, melakukan evaluasi setiap bulan, pengendalian kualitas produk setiap seminggu sekali untuk menghindari penurunan kualitas yang disajikan karena dapat mempengaruhi penilaian konsumen pada mitra yang lain.

### 3. Lokasi

Kemudahan selanjutnya yang diberikan oleh *franchisor* adalah standar lokasi yang ada sudah dipertimbangkan sehingga nantinya bisa mengalami perkembangan yang stabil. Lokasi yang strategis juga membuat calon konsumen ingin mencoba suatu produk tertentu atau tidak, ketika lokasi yang ditawarkan jauh dari keramaian dan area lokasi yang memiliki akses terbatas maka calon konsumen akan enggan datang.



#### 4. Dekorasi atau *interior*

Hal ini bersifat wajib bagi *franchisor* untuk membuat semua dekorasi setiap mitranya sama antara satu dengan yang lain. Hal ini dimaksudkan agar konsumen yang datang akan merasa semua tempat yang didatanginya memiliki standar yang sama. Jadi tidak ada perbedaan pandangan pada Sego Njamoer Surabaya. *Interior* yang baik juga akan menarik minat konsumen untuk datang lagi karena merasakan kenyamanan yang ditawarkan. Peranan *interior* juga membawa pengaruh terhadap *image* suatu produk dalam mempresentasikan usahanya di khalayak umum, apakah dia dipandang baik atau tidak.

#### 5. Bahan baku

Semua yang menyangkut bahan baku mentah dan penunjang sudah dipikirkan oleh *franchisor* untuk kemudahan mitranya. Sebagai *franchisee* hanya di perbolehkan membeli bahan baku dari pihak yang sudah ditentukan oleh *franchisor*, hal ini bertujuan agar setiap mitra yang bergabung memiliki kesetaraan dalam hal bahan baku, tidak ada tumpang tindih untuk mencari keuntungan tersembunyi atau melakukan kecurangan yang tidak sesuai *term* yang sudah disepakati.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah di lakukan di atas sistem *Franchise* merupakan salah satu usaha yang berbasis kerjasama antara dua orang atau lebih yang mana pihak *franchisor* memberikan hak atas logo dan

sistem yang ada didalamnya dapat dipinjamkan pada pihak yang disebut *franchisee*. Atas peminjaman hak tersebut *franchisee* diharuskan membayarkan sejumlah uang kepada *franchisor* sebagai ganti atas hak yang pinjamkan tersebut. Sejo Njamoer Surabaya sebagai pihak *franchisor* meminjamkan hak tersebut kepada mitra – mitranya. Atas dasar tersebut pihak mitra atau *franchisee* diharuskan untuk membayarkan sejumlah uang yang sudah peneliti ungkapkan diatas. *Franchise* atau waralaba secara khusus memang tidak dijelaskan dalam al – Quran dan hadis namun secara *fiqh* kerjasama atau *syirkah* sudah ada sejak zaman sebelum Nabi Muhammad Saw dan hal ini tidak bertentangan dengan *syara*. Sejo Njamoer Surabaya tidak mematenkan usahanya berlabel Islam, namun sistem kerjasama yang dijalankan dengan mitranya sama dengan *syirkah* dalam Islam. Pihak *franchisee* bekerjasama dengan *franchisor* dalam hal usaha dan kemudian melakukan *akad* yang telah disetujui kedua belah pihak dan untung atau ruginya ditanggung menurut proporsi masing – masing pihak. *Syirkah* sendiri memiliki banyak jenis dan aturan tersendiri dalam bentuk kerjasamanya.

Menurut hasil penelitian dengan wawancara, observasi dan dokumentasi Sejo Njamoer Surabaya menerapkan *syirkah inan*. Seorang *franchisor* dengan *franchisee* melakukan akad kerjasama untuk menjadi mitra, yang mana modal yang disertakan kedua belah pihak boleh berbeda proporsi. *Syirkah inan* juga mengisyaratkan bahwa kedua belah pihak diperbolehkan turun aktif dalam mengelola, tetapi ia dapat pula menidakan hak tersebut dalam artian bahwa

hanya ada salah satu pihak yang aktif. Untuk pembagian keuntungan didasarkan pada besar proporsi modal yang dikeluarkan atau sesuai dengan kesepakatan keduanya.

Praktek waralaba yang dilakukan oleh Sejo Njamoer Surabaya juga sudah memenuhi rukun dan syarat terpenuhinya akad perjanjian. Syarat tersebut antara lain, adanya dua pihak yang bekerja sama, kecakapan di mata hukum, jenis kerjasama yang akan dilakukan.

## **B. Penerapan Prinsip Ekonomi Islam dalam Waralaba Sejo Njamoer Surabaya**

Sesuai dengan ajaran baginda Rasulullah SAW bahwa kejujuran merupakan salah satu kunci untuk menggapai surgaNya. Rasulullah SAW bersabda dalam QS Al – Maidah (5:119)

قَالَ اللَّهُ هَذَا يَوْمُ يَنْفَعُ الصَّادِقِينَ صِدْقُهُمْ لَهُمْ جَنَّاتٌ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا  
رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُمْ وَرَضُوا عَنْهُ ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ

Artinya : Allah berfirman: “Ini adalah suatu hari yang bermanfaat bagi orang-orang yang benar kebenaran mereka. Bagi mereka surga yang dibawahnya mengalir sungai-sungai; mereka kekal di dalamnya selama-lamanya; Allah ridha terhadap-Nya. Itulah keberuntungan yang paling besar”.

Maksud dari ayat tersebut adalah bahwa kejujuran yang diperbuat setiap makhluknya akan mendapatkan balasan dihari akhir.

Kejujuran terdapat disemua sendi kehidupan, tidak terkecuali perdagangan antar dua orang atau lebih. Kerja sama yang baik tidak terlepas sikap kejujuran dan keadilan. Dalam QS As – syuraa (42:42)

إِنَّمَا السَّبِيلُ عَلَى الَّذِينَ يَظْلِمُونَ النَّاسَ وَيَبْغُونَ فِي الْأَرْضِ بِغَيْرِ الْحَقِّ أُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ

Artinya : Sesungguhnya dosa itu atas orang-orang yang berbuat zalim kepada manusia dan melampaui batas di muka bumi tanpa hak. Mereka itu mendapat azab yang pedih.

Maksud ayat tersebut adalah orang – orang yang buat zalim, karena ketidak jujuran akan mendapatkan azab yang pedih dari Allah SWT.

Menurut penelitian yang didasarkan pada wawancara, observasi dan wawancara diperoleh hasil bahwa Sejo Njamoer Surabaya sudah sesuai dengan ekonomi Islam dalam hal kejujuran. Hal ini dibuktikan dengan adanya keterbukaan *franchisor* dengan *franchisee* mengenai hal – hal yang berkaitan dengan kerjasama kedua belah pihak. Kejujuran juga bisa dilihat ketika *franchisee* dari awal menandatangani kontrak hingga bukanya *booth* sesuai dengan setiap alur dalam sistem *franchise* Sejo Njamoer Surabaya. Kejujuran sudah menjadi hal yang utama dalam menjalin pondasi kepercayaan dalam bermitra, sebuah usaha yang tidak dilandasi kejujuran akan mendapatkan sengsara. Salah satu contohnya adalah usaha online shop yang sedang berkembang dan maju pesat, namun tidak sangka bahwa salah satu mitra tersebut melakukan kecurangan dengan diam – diam memasarkan produk yang sama dengan kemasan berbeda dan saling klaim atas keaslian produk.

Ketidak jujurannya yang dilakukan sang mitra sangat mengganggu keduanya hingga akhirnya usaha online shop tersebut harus tutup untuk mengakhiri permasalahan kedua. Peneliti menggunakan rujukan dalam QS At – tawbah (9:119) Allah berfirman:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّٰدِقِينَ

Artinya : Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.

Praktek keadilan tidak jauh dengan kejujuran, keadilan dalam setiap menyikapi suatu situasi merupakan keutamaan yang harus dimiliki oleh setiap makhluk Allah. Keadilan disini berarti bahwa kegiatan yang dilakukan tidak merugikan salah satu pihak. Dalam berbisnis atau *muamalah* adil berarti tidak menempatkan diri pada tempatnya dan tidak *zalim*. Keadilan tersebut tercermin pada suatu kegiatan antara *franchisee* dan *franchisor*, dimana pihak *franchisor* tidak boleh membedakan antara mitra satu dan lain semua dianggap sama – sama berjuang untuk tujuan sama. Keadilan ini juga berbentuk kesetaraan dalam penempatan harga antara mitra satu dengan yang lainnya tidak ada perbedaan, mereka membayarkan sejumlah harga yang sesuai dengan kesepakatan yang telah disetujui. Keadilan ini berpihak pada siapapun, *franchisor* tidak memperdulikan apakah mitra itu keluarga, saudara atau teman sekaligus yang pasti mereka harus melakukan kesepakatan sesuai dengan perjanjian keduanya. harga produk Sego Njamoer Surabaya juga mewakili prinsip keadilan yang sesuai dengan ekonomi Islam, jika harga

produk didalam *mall* akan lebih mahal lebih sedikit daripada harga yang ada dipinggir jalan. Hal ini dilakukan karena pengeluaran yang lebih besar pada keadaan didalam *mall* tidak sebanding dengan pengeluaran di pinggir jalan.

Dalam hal produksi pihak *franchisor* sengaja mewajibkan mitranya untuk membeli barang pada supplier yang telah ditunjuk, hal ini dilakukan agar setiap mitra yang bergabung merasa adil karena adanya persamaan dalam hal bahan baku untuk berjualan dan tidak ada rasa iri atau curiga mengenai persaingan harga barang antar mitra.

Dalam hal promosi, pelayanan konsumen, pengelolaan MSDM dan pengembangan sudah sesuai dengan prinsip keadilan dalam ekonomi Islam.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disampaikan diatas dapat diambil kesimpulan bahwa

1. Sistem *franchise* yang digunakan merupakan waralaba dengan jenis waralaba format bisnis. Hal ini terlihat dari adanya penggunaan logo, merk dagang dan sistem dalam usaha yang dipinjamkan pada pihak *franchisee*. Sistem waralaba ini juga mengisyaratkan bahwa semua peraturan dalam pendirian usaha mitra harus sesuai dengan usaha pusat. Dalam format bisnis, waralaba ini menyerahkan semua hal yang ada hubungannya dengan *franchise* maka akan diberikan kepada *franchisee*.
1. Jenis *syirkah* atau kerjasama antara *franchisee* dengan *franchisor* menurut pandangan Islam adalah *syirkah inan*. *Syirkah inan* dalam kerja sama mengharuskan kedua belah pihak yang akan melakukan perikatan harus mengeluarkan sejumlah modal dengan proporsi yang berbeda. Dalam *syirkah inan* kedua belah pihak diperbolehkan untuk turun aktif

dalam pengelolaan usaha, namun juga salah satu pihak dapat menggugurkan akan hak tersebut.

2. Kejujuran dan keadilan merupakan salah satu sifat dan sikap yang harus dimiliki setiap umat muslim sebagai bukti tunduk kepadaNya. Dalam usaha waralaba Sejo Njamoer Surabaya semua unsur yang ada sudah sesuai dengan prinsip keadilan dan kejujuran yang diajarkan dalam agama Islam.

## **B. Saran**

1. Untuk pihak Sejo Njamoer Surabaya
  - a. diharapkan untuk bisa mempertahankan sistem *franchise* yang ada sekarang.
  - b. Diharapkan untuk bisa merambah jumlah *franchise* yang lebih banyak karena animo masyarakat mengenai olahan jamur masih jarang untuk dijadikan bisnis kuliner.
2. Untuk peneliti selanjutnya disarankan menggunakan lebih banyak variabel untuk menggali lebih dalam prinsip ekonomi Islam sebuah *franchise*.





- Hasanudin, Maulana & Jaih Mubarak. *Perkembangan Akah Musyarakah*. Jakarta : kencana, 2012
- Hastuti, A Yahya. *Bisnis Makanan Dan Minuman*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2012
- Idri. *Hadis Ekonomi Ekonomi Dalam Prespektif Hadis Nabi*. Jakarta: Prenamedia Group, 2016
- Jusmaliani.,dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*. Jakarta: Bumi Aksara, 2008
- Mahmud, Deni. *Wawancara*, Surabaya, 12 Juni 2019
- Novitasari, Dyna. *50 Waralaba Potensial Dibawah 10 Juta*. Yogyakarta: G-Media, 2010
- Santoso, Eko Jalu. *wisdom of business*. Jakarta: Elex Media, 2008
- Soemitra, Andri. *Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh uamalah*. Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019.
- Sukma, Ardi. *Wawancara*, Surabaya, 11 Juni 2019
- Sule, Erni Tisnawati. *Manajemen Bisnis Syariah*. Bandung : Refika aditama, 2016
- Sugiarto, Eko. *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif: Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media, 2015
- Tika, Dini. *Wawancara*, Surabaya, 7 Juni 2019
- Rahman, Arif. *Investasi Cerdas*. Jakarta: Gagas Media, 2011
- HR. Thabrani dalam Al-Kabir juz 19, hal. 129, no. 282, hadist shahih
- Fatwa DSN-MUI nomor: 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad syirkah
- Anonymous. “Urgensi Sifat Jujur Dalam Berbisnis”, *Jurnal PILAR*, Vol. 2, No. 2, Juli – Des , 2014
- Eka Mayasari, Riezka. “waralaba (franchise) dalam sistem hukum islam dan hukum positif di Indonesia, t.p., Vol. 19 No. 02, Mei – Agustus 2017
- Firdawati,Linda. “Perjanjian Waralaba menurut Hukum Islam”, *Jurnal ASAS*, Vol.3, No.1, Januari 2011

Putra, Bagus. *Wawancara*, Surabaya, 9 Juni 2019

Rahman, Taufiqur. “sistem bisnis waralaba restoran ayam bakar wong solo dalam perspektif ekonomi islam”, *Maraji : Jurnal Studi Keislaman*, Vol 1, No. 2, Maret 2015

Rusli, Tami. “analisis terhadap perjanjian waralaba (franchise) usaha toko alfa mart”, *keadilan progresif*, vol 6 nomer 1, maret 2015

Ria Uripi, Cahyani, Wisnu Wijayanto. “faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan hubungan bisnis waralaba makanan lokal”, *anonymous*

Yusnani, “Sistem Bisnis *Franchise* Dalam Pandangan Islam” *Jurnal akuntansi dan manajemen*, Vol 7 No.2, Desember 2012

Alfani, Mufti Hasan. “Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Ekonomi Islam studi kasus pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris Kabupaten Kampar”. Skripsi UIN Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2012

Nur Akbar, M Azwar, “Bisnis Waralaba (*franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam” Skripsi UIN Alaudin Makassar, 2013.

Stanley, “Analisis Usaha Makanan yang Dijalankan dengan Sistem Waralaba Pada Mie Pangsit ABC Di Kota Semarang”, skripsi Universitas Katolik Soegijipranata, 2016

Anonymous, “PP Nomor 44 Tahun 1997 Tentang Kemitraan Pasal 1 No.1” [http://www.depkop.go.id/phocadownload/regulasi/pp/UKM03PP\\_1997\\_4s4\\_kemitraan.pdf](http://www.depkop.go.id/phocadownload/regulasi/pp/UKM03PP_1997_4s4_kemitraan.pdf), diakses pada 28 maret 2019

Damar W, Muhammad ‘RI Punya 689 Waralaba, Omzetnya Rp 127T’, <http://finance.detik.com/read/2016/09/05/202011/3291709/1036/ri-punya-698-waralaba-omzetnya-rp-172-t>, diakses pada 27 Maret 2019

Yazid bin Abdul Qadir, berkata benar (jujur) dan jangan dusta (bohong), <https://almanhaj.or.id/4089-berkata-benar-jujur-dan-jangan-dusta-bohong.html>, diakses 25 Mei 2019

