IMPLEMENTASI AKAD *SYIRKAH* PADA WARALABA SYARIAH AYAM GORENG NELONGSO WILAYAH SURABAYA

SKRIPSI

Oleh :

YESI DWI LESTARI

G94216141

PROGRAM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

IMPLEMENTASI AKAD *SYIRKAH* PADA WARALABA SYARIAH AYAM GORENG NELONGSO WILAYAH SURABAYA

SKRIPSI

Diajukan kepada

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana Strata Satu

Ekonomi Syariah

Oleh :

YESI DWI LESTARI

G94216141

PROGRAM EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL

SURABAYA

2020

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya :

Nama : Yesi Dwi Lestari

Nim : G94216141

Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Implementasi Akad *Syirkah* Pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya

Surabaya, 09 Juni 2020

Saya yang menyatakan,

Yesi Dwi Lestari

NIM. G94216141

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang disusun oleh Yesi Dwi Lestari NIM. G94216141 ini telah diperiksa dan disetujui untuk dimunaqasahkan.

Surabaya, Juni 2020

Pembimbing

Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si.

NIP.198209052015031002

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh Yesi Dwi Lestari NIM. G94216141 ini telah dipertahankan di depan sidang Majelis Munaqasah Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya pada hari selasa tanggal 09 Juni 2020, dan dapat diterima sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program sarjana strata satu dalam Ekonomi Syariah.

Majelis Munaqasah Skripsi :

Penguji I,	Penguji II,
Hanafi Adi Putranto, S.Si. SE. M. Si.	Dr.H. Hammis Syafaq, M.Fil..I
NIP. 198209052015031002	NIP. 197510162002121001
Penguji III	Penguji IV
Sri Wigati, MEI	Maziyah Mazza Basya, S.HI. M.SEI
NIP. 197302212009122001	NIP. 199001092019032014

Surabaya, 09 Juni 2020

Mengesahkan,

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel

Dekan,

Dr.H. Ah.Ali Arifin,MM

NIP. 196212141993031002

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ABSTRAK

Skripsi yang berjudul **"Implementasi Akad *Syirkah* Pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya"** ini merupakan penelitian kualitatif yang bertujuan untuk menjawab pertanyaan mengenai bagaimana implementasi akad *Syirkah* pada waralaba Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya dan apakah implementasi akad *Syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso ini sesuai dengan konsep Ekonomi Islam.

Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus pada objek. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara dengan informan dalam penelitian ini yaitu karyawan Ayam Goreng Nelongso dan mitra Ayam Goreng Nelongso.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa rumah makan Ayam Goreng Nelongso menerapkan waralaba syariah dengan menggunakan sistem akad *Syirkah* yang mana dalam pembagian hasilnya rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini menerapkan sistem *profit sharing* dan membebaskan *royalty fee*. Implementasi akad *Syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso ini sudah sesuai dengan konsep Ekonomi Islam hal ini dapat dibuktikan dengan adanya persyaratan menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso ini wajib beragama Islam, berakal, memiliki modal, modal yang peroleh jelas dan lain sebagainya dan produk yang dijual tidak mengandung adanya unsur kemudharatan hal ini dikarenakan produk Ayam Goreng Nelongso memiliki sertifikat halal dari MUI.

Suatu kerjasama dalam berwaralaba pentingnya adanya komunikasi baik antara pemberi waralaba maupun penerima waralaba, hal ini dapat menghindari yang namanya kesalah pahaman kedua belah pihak. Agar komunikasi tetap terjaga sebaiknya setiap satu bulan sekali rumah makan Ayam Goreng Nelongso mengadakan pertemuan silaturahim dengan pihak mitra hal ini selain menghindari dari kesalah pahaman kedua belah pihak kegiatan ini dapat juga mempererat rasa kekeluargaan antara kedua belah pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur penulis atas kehadirat Allah Swt yang telah melimpahkan segala nikmat dan anugrah-nya. Shalawat serta salam selalu terucap kepada Nabi Muhammad saw, keluarga dan para sahabatnya serta seluruh pengikutnya. Pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Implementasi Akad *Syirkah* Pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya"** dengan lancar dan tepat waktu sebagai salah satu persyaratan akademik untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi Islam Program Studi Ekonomi Syariah,, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Rektor, Dekan, Kajur, Sekjur, Sekprodi, Dosen Wali serta pihak-pihak yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Secara khusus, penulis sampaikan terimakasih dan rasa hormat kepada Bapak Hanafi Adi Putranto, S.Si, SE, M.Si. berkat beliau berhasil membangkitkan rasa semangat dan kepercayaan penulis untuk mampu menyelesaikan skripsi yang penulis rasakan sebagai pekerjaan yang tidak ringan ini.

Terimakasih juga buat Ayah dan Ibunda atas doanya yang terus-menerus mengalir mengairi masa depan penulis, semoga mereka selalu dalam raungan rahmat-nya, amin.

Penulis,

Yesi Dwi Lestari
NIM. G9216141

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....i

PERNYATAAN KEASLIAN.....ii

PERSETUJUAN PEMBIMBING.....iii

PENGESAHAN.....iv

ABSTRAK.....v

KATA PENGANTAR.....vi

DAFTAR ISI.....vii

DAFTAR TABEL.....ix

DAFTAR GAMBAR.....ix

DAFTAR TRANSLITERASI.....x

BAB I PENDAHULUAN.....1

A. Latar Belakang Masalah.....1

B. Identifikasi dan Batasan Masalah.....8

C. Rumusan Masalah.....9

D. Kajian Pustaka.....9

E. Tujuan Penelitian.....11

F. Manfaat dan Kegunaan Hasil Penelitian.....12

G. Definisi Operasional.....12

H. Metode Penelitian.....13

I. Sistematika Pembahasan.....16

BAB II KERANGKA TEORITIS.....18

A. Waralaba (*franchise*).....18

B. Akad *Syirkah*.....27

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Perbedaan Waralaba dan Akad *Syirkah*.....36

BAB III TINJAUAN UMUM PROFIL RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO.....40

A. Profil Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....40

B. Perkembangan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....45

C. Visi dan Misi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....45

D. Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....46

E. Jumlah Karyawan..... 49

F. Menu yang Disediakan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso..... 49

G. Pelaksanaan Akad *Syirkah* dan Mekanisme Bagi Hasil di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso.....51

H. Tahapan-Tahapan Kerjasama *Franchise* Pada Ayam Goreng Nelongso...55

BAB IV ANALISIS AKAD *SYIRKAH* PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO CABANG SURABAYA.....60

A. Hasil Analisis Tentang Implementasi Akad *Syirkah* Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso..... 60

B. Hasil Analisis Tentang Penerapan Akad *Syirkah* Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Sesuai Atau Tidak Dengan Konsep Ekonomi Islam.....70

BAB V PENUTUP.....81

A. Kesimpulan.....81

B. Saran.....81

DAFTAR PUSTAKA.....82

LAMPIRAN.....83

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel		Halaman
1.1	Tabel Penelitian Terdahulu	09
3.1	Daftar Menu Makanan Ayam Goreng Nelongso	49
3.2	Daftar Menu Minuman Ayam Goreng Nelongso	50
3.3	Daftar Menu Tambahan Ayam Goreng Nelongso	51
3.4	Cheklist Opening Ayam Goreng Nelongso	57
4.1	Persamaan dan Perbedaan Akad *Syirkah* Yang Diterapkan Oleh Ayam Goreng Nelongso Dengan Teori	61

DAFTAR GAMBAR

Tabel		Halaman
3.1	Struktur Organisasi RM. Ayam Goreng Nelongso Surabaya	46

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR TRANSLITERASI

Di dalam naskah skripsi ini banyak dijumpai nama dan istilah teknis *(technical term)* yang berasal dari bahasa Arab ditulis dengan huruf Latin. Pedoman transliterasi yang digunakan untuk penulis tersebut adalah sebagai berikut :

A. Konsonan

No.	Arab	Indonesia	Arab	Indonesia
1.	ا	‘	ط	t}
2.	ب	b	ظ	z}
3.	ت	t	ع	‘
4.	ث	th	غ	gh
5.	ج	j	ف	f
6.	ح	h}	ق	q
7.	خ	kh	ك	k
8.	د	d	ل	l
9.	ذ	dh	م	m
10.	ر	r	ن	n
11.	ز	z	و	w
12.	س	s	ه	h
13.	ش	sh	ء	‘
14.	ص	s}	ي	y
15.	ض	d}		

Sumber : Kate L. Turabian. *A Manual of Writers of Term Papers, Disertations* (Chicago and London: The University of Chicago Press, 1987).

B. Vokal

1. Vokal Tunggal (monoftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia
َ	*fath}ah*	a
ِ	*kasrah*	i
ُ	*d}ammah*	u

Catatan: khusus untuk *hamzah*, penggunaan apostrof hanya berlaku jika *hamzah* ber*h}arakat* sukun atau didahului oleh huruf yang ber*h}arakat* sukun. Contoh: *iqtid}a>’* (اقتضاء)

2. Vokal Rangkap (diftong)

Tanda dan Huruf Arab	Nama	Indonesia	Ket.
-َيْ	*fath}ah* dan *ya’*	*ay*	a dan y
-َوْ	*fath}ah* dan *wawu*	*aw*	a dan w

Contoh: *bayna* (بين)

: *mawd}u>’* (موضوع)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Vokal Panjang (mad)

	Nama	Indonesia	Keterangan
ـَا	*fath}ah* dan *alif*	*a>*	a dan garis di atas
ـِي	*kasrah* dan *ya'*	*i>*	i dan garis di atas
ـُو	*d}ammah* dan *wawu*	*u>*	u dan garis di atas

Contoh: *al-jama>'ah* (جلامرةعا

: *takhyi>r* (تخ يير)

: *yadu>ru* (ود ير)

C. Ta' Marbut}ah

Transliterasi untuk *ta>' marbu>t}ah* ada dua :

1. Jika hidup (menjadi *mud}a>f*) transliterasinya adalah t.
2. Jika mati atau sukun, transliterasinya adalah h.

Contoh : *shari> 'at al-isla>m* (شرة عيْ سلاال م)

: *shari> 'ah isla>mi>yah* (شرة عيْ لا سلامي ةْ)

D. Penulisan Huruf Kapital

Penulisan huruf besar dan kecil pada kata, *phrase* (ungkapan) atau kalimat yang ditulis dengan transliterasi Arab-Indonesia mengikuti ketentuan penulis yang berlaku dalam tulisan. Huruf awal (*initial latter*) untuk nama diri, tempat, judul buku,lembaga dan yang lain ditulis dengan huruf besar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dengan berkembangnya bisnis yang semakin berkembang pesat, dimana banyak pebisnis saat ini menggunakan bisnis berbasis modern yakni berbisnis dengan menggunakan sistem Waralaba *(Franchise)* yang mana terdapat pihak pewaralaba *(franchisor)* dan pihak terwaralaba *(franchise)*, yang mana pihak pertama memberikan izin hak atas kekayaan intelektual (HAKI) kepada pihak terwaralaba *(franchise)*. Dengan adanya waralaba *(franchise)* ini dapat membantu para calon pebisnis untuk membangun usaha atau pengusaha yang ingin mengembangkan usahanya untuk memperluas jangkauan distribusi pasar dengan cepat tanpa adanya pemberatan baik disisi modal ataupun keterampilan untuk menjalankan usahannya tersebut.

Franchise merupakan suatu format bisnis dengan sistem waralaba yang mempunyai resiko kegagalan kecil, hal ini disebabkan karena berkerja sama dengan perusahaan yang sudah mulai dulu berjalan dan sudah pasti keberhasilannya. Dengan menggunakan sisitem waralaba *(franchise)* dapat memudahkan para pebisnis untuk mengembangkan usahannya dari pada memulai bisnis dari awal. Dan juga bisnis waralaba ini mempunyai tingkat keberhasilan yang cukup tinggi kurang lebih 65 persen dari 100 persen[1].

Waralaba adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek *(franchisor)* yang memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur, dan cara-

[1] Sonny Sumarsono, "Manajemen Bisnis Waralaba", (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 9.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.[2]

Dengan adanya waralaba *(franchise)* ini terdapat pemberi waralaba *(franchisor)* dan penerima waralaba *(franchise)*, yang mana sebagai pemberi waralaba *(francishor)* yang memberikan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) kepada penerima waralaba *(franchise)* sebagai izin penggunaan hak merek, logo, produk dan sistem operasi manajemen yang dimiliki dan dikembangkan oleh pihak pewaralaba *(franchisor)*.

Pertama kali sistem waralaba *(franchise)* ini diperkenalkan di negara Amerika pada tahun 1850 oleh Isaac Singer, ketika beliau ingin mengembangkan usahanya yaitu distribusi penjualan mesin jahit. Kemudian bisnis dengan menggunakan sistem waralaba *(franchise)* ini mengalami perkembangan pesat hingga hampir diseluruh dunia menggunakan sistem bisnis waralaba.

Dengan berkembangnya sistem waralaba ini terutama di negara pertama kali berdirinya sistem waralaba, Amerika Serikat menjadikan sistem ini banyak digemari oleh para pebisnis diberbagai bidang usaha. Berbisnis dengan menggunakan sistem waralaba ini sudah mencapai 35% dari keseluruhan usaha ritel yang ada di Amerika Serikat. Sedangkan di Kerajaan Inggris (UK) berkembangnya waralaba dirintis oleh J Lyons, usaha yang telah dirintis seperti Wimpy and Golden Egg di era 60-an.

Dan di Indonesia sendiri perkembangan waralaba dengan munculnya waralaba asing pada tahun 80-90 an seperti *Kentucky Fried Chicken* (KFC), Burger King, Mc. Donals, Wendys, dan sebagainya yang merupakan sebagian contoh waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada waktu itu. Bersamaan dengan bermunculan waralaba asing, waralaba lokal pun juga mulai tumbuh pada masa itu, salah satu pelopor bisnis dengan menggunakan sistem waralaba lokal yaitu Es Teller 77.

[2] Sonny Sumarsono, "Manajemen Bisnis Waralaba" (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 1.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan berkembangnya waktu, berbisnis dengan sistem waralaba *(franchise)* ini mulai menarik perhatian para pebisnis khususnya dikalangan muda yang bermodal kuat. Yang dimaksud dengan *franchise International* (waralaba asing) yaitu Perusahaan asing yang masuk ke Indonesia untuk melakukan aktivitas jual beli atau jasa atau yang beroperasi di Indonesia, sedangkan *franchise lokal* yaitu perusahaan yang dari Indonesia sendiri dan beroperasi di Indonesia bahkan ke mancanegara sekalipun. Bentuk produk bisnis *franchise* dapat berbagai macam jenis, seperti makanan, minuman, peralatan furniture, aksesoris, pelayanan service, elektronik, service mobil, dan motor, kursus bahasa inggris, bimbingan belajar, dan lain sebagainya.[3]

Hal ini diperkuat dengan adanya tonggak kepastian hukum akan format *franchise* (waralaba) di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Dengan adanya Peraturan tersebut maka memberikan peluang untuk *franchise* mengembangkan diri.[4] Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut:

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek, Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.[5]

Pada waralaba *(franchisor)* ini terdapat biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh pihak terwaralaba *(franchise)* yaitu *franchise fee,* yang mana pihak terwaralaba *(franchise)* wajib membayar biaya awal yang dibayarkan terwaralaba kepada pewaralaba sebagai

[3] Irvan Fahmi, *Kewirausahaan, Teori, kasus dan solusi* (Bandung: Alfabeta, 2013), 92.
[4] Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2008), 26
[5] Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tanda jadinya suatu kerja sama kedua belah pihak tersebut. Dan *royalty fee* merupakan biaya yang wajib dikeluarkan oleh pihak terwaralaba sebagai biaya ongkos Royalti pemegang merek saat kerjasama berlangsung setiap bulannya.

Islam merupakan agama yang mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan semua kegiatan manusia dari tata cara beribadah kepada Allah Swt hingga bermuamalah, semua sudah diatur dalam Al-Qur'an, Sunnah dan Hadist tinggal bagaimana kita menerapkannya dilingkungan sekitar. Berbisnis atau berdagang sudah ada sejak zaman Rasulullah saw, saat beliau masih kecil beliau sudah mengenal perdagangan, beliau berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Dalam berdagang seorang pebisnis harus mempunyai etika bisnis yang baik seperti dalam perdagangan harus memiliki sifat jujur *(fathanah)*, tidak adanya unsur penipuan, barang yang dijual harus jelas baik kuantitas ataupun kualitasnya dan tidak mengambil keuntungan yang terlalu banyak sehingga tidak merugikan pihak lain.

Waralaba *(franchise)* sejak zaman Rasulullah saw masih belum ada, sistem waralaba syariah merupakan suatu kerjasama antara kedua belah pihak yang mana kerja sama ini tidak boleh menyimpang dari syariat-syariat Islam baik dari segi pembagian hasil, produk yang dijual, pelayanan dan lain sebagainya. Dalam sistem waralaba syariah ini harus mendahulukan manfaat dari pada kemudaratannya. Seperti misalnya seorang muslim dilarang menjual makan-makanan haram seperti daging babi yang tentu saja lebih banyak kemudharatnya dibandingkan dengan manfaatnya.

Format yang diterapkan dalam usaha waralaba sendiri sebenarnya merupakan suatu pengembangan dari bentuk *syirkah* yang mana terdapat dua orang atau lebih yang sedang melakukan kerjasama dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama dengan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memberikan kontribusi modal dan tenaga, untuk pembagian kentungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama diawal kontrak.[6]

Didalam Islam telah menjelaskan konsep *syirkah* atau dalam kata lain *syirkah* yaitu sebuah akad kerjasama antara kedua belah pihak yang mana pihak terwaralaba sebagai pemberi modal *(franchise)* dan pihak pewaralaba sebagai yang mengelola dana atau modal *(franchisor)* dan apabila usaha tersebut mengalami kerugian maka resiko kerugian tersebut ditanggung oleh kedua belah pihak serta untuk keuntungannya dibagi hasilkan sesuai dengan ke sepakatan diawal.

Dalam berwaralaba syariah dengan menggunakan sistem *syirkah* ini seorang muslim dituntut untuk selalu bersikap adil dan jujur terhadap rekan bisnisnya. Bersikap adil dan jujur disini yang dimaksud adalah adil dan jujur dalam pembagian keuntungan maupun kerugian harus dibagi sama ratakan. Sifat adil dan jujur selalu diterapkan oleh Rasulullah saw pada saat beliau berdagang, sifat seperti inilah yang harus kita tiru dalam urusan berdagang atau berwaralaba.

Syirkah adalah suatu kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih yang mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan tenaga, untuk pembagian keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal.

Selain sistem *syirkah*, dalam dunia usaha barat ada kerjasama dua belah pihak atau lebih yang sering disebut dengan nama waralaba. Waralaba adalah pemberian lisensi untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan, serta hal lain yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba dan tidak boleh diabaikan oleh penerima waralaba.[7]

Sistem waralaba ini dibagi menjadi 2 yaitu sistem *franchise* konvensional atau *franchise* biasa dan *franchise syariah* dengan menerapkan *syirkah*. Khusus *syirkah* atau

[6] Maratun Shalihah, "Konsep Syirkah Dalam Waralaba" (Jurnal Tahkim—IAIN Ambon, 2016), 142.
[7] Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), 20.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

franchise syariah dibebaskan dari *Royalty Fee*, jadi khusus *franchise* syariah ini dibebaskan dari biaya ongkos royalti pemegang merek. Sistem *franchise* ini merupakan pengembangan dari *syirkah* yang mana terdapat kerjasama antara kedua belah pihak antar pewaralaba *(franchisor)* atau terwaralaba *(franchise)*, kerja sama ini hadir semata-mata hanya ingin memperoleh keuntungan bersama dengan persentase kerugian yang kecil dan lama perjanjian sesuai dengan kesepakatan diawal.

وَالْعُدْوَانِ الإِثْمِ عَلَى تَعَاوَنُوا وَلا وَالتَّقْوَى الْبِرِّ عَلَى وَتَعَاوَنُوا

yang artinya "...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. ..." Al- Qur'an surah Al-Maidah ayat 2.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa sebagai manusia sudah selayaknya senantiasa haruslah saling tolong menolong dengan niat yang ikhlas. Tolong menolong *(syirkah al-ta'awun)* merupakan suatu pengkongsian dan harapan bahwa sebagai seorang muslim haruslah mempunyai rasa tolong-menolong antar sesama dan mempunyai pribadi yang dapat berguna atau dapat menjadi rekan bisnis dalam berhubungan antara manusia satu dengan manusia lainnya dengan muslim lainnya.

Ayam Goreng Nelongso merupakan suatu usaha dibidang kuliner yang menerapkan sistem waralaba *(franchise)* dengan menggunakan sistem *syirkah*, yang mana pihak pertama memberikan modal kepada pihak kedua sebagai pengelola modal, dan pihak pertama tidak ikut mengelola usaha tersebut dia hanya menerima profit saja setiap bulannya dan juga hanya menerima *chas* flow (laporan keluar masuknya keuangan baik secara harian maupun bulanan). Ayam Goreng Nelongso menerapkan sistem *profit sharing* sebagai akad perjanjian kerjasama dengan pihak investor *(franchise). Syirkah* sendiri merupakan kerjasama antar dua orang yang bekerjasama dengan maksud untuk

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mencari keuntungan, dan untuk pembagian nisbah atau keuntungan sesuai dengan kesepakan diawal.

Sistem *franchise* syariah Ayam Goreng Nelongso menerapkan *syirkah* guna untuk menjaga *Brand Imagenya.* Hal ini dikarenakan agar disemua cabang Ayam Goreng Nelongso mempunyai kesamaan baik dari segi brand, harga, produk, pelayanan, rasa, sistem operasional dan lain sebagainya. Oleh karena itu sistem *franchise* yang digunakan yaitu sistem waralaba syariah (*syirkah)*. Jadi yang mengelola semua baik dari sistem, pelayanan dan lain sebagainya adalah manajemen Ayam Goreng Nelongso sendiri pihak investor tidak ikut campur akan hal seperti itu, mereka hanya memperoleh hasilnya saja. Di ayam goreng nelongso untuk pembukaan cabang baru atau untuk ber investasi *(franchise)* sekitaran 600 Jt sampai 1 Milyar bahkan lebih tergantung besar kecilnya outlet. Asalkan mereka pihak *franchise* mampu menanggung seluruh RAB, RAB yang dimaksud mencakupi seluruh biaya opening diantaranya biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya renovasi, biaya sewa tempat, biaya marketing, biaya karyawan, gaji untuk karyawan magang (OJT) dan lain-lain. Dan untuk pembagian hasilnya jika belum BEP maka persentase pembagiannya 75%:25% yang mana 75% untuk mitra dan 25%nya untuk manajemen Ayam Goreng Nelongso kemudian setelah BEP maka persentase berubah menjadi 50% :50% begitu pula dengan kerugiannya. Lama kerja sama *franchise* 5 tahun.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji waralaba Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya ini dilihat dari penerapan sistem *syirkah*-nya yang mana pada zaman Rasulullah saw ber bisnis dengan model *franchise* belum ada di masa beliau, dan waralaba tersebut dikaitkan dengan sudut pandang Ekonomi Islam, adil baik untuk pihak mitra ataupun pihak si pengelola dan InsyaAllah akan mendapatkan keridloan, keberkahan serta manfaat. Untuk meneliti penerapan waralaba *syirkah* ini penulis juga

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

menggunakan sudut pandang dari pihak *franchise* sebagai pihak yang mempercayakan modal atau dananya kepada *franchisor* untuk dikelola. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui lebih lanjut mengenai implementasi akad *syirkah* pada waralaba *(franchise)* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso dalam sebuah skripsi dengan judul **"IMPLEMENTASI AKAD *SYIRKAH* PADA WARALABA SYARIAH AYAM GORENG NELONGSO WILAYAH SURABAYA".**

B. Identifikasi dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Terdapat identifikasi masalah yang berkaitan dengan apa yang akan penulis teliti, maka penulis membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

a. Perbedaan waralaba konvensional dengan waralaba syariah.
b. Implementasi *syirkah* pada Ayam Goreng Nelongso.
c. Mekanisme bagi hasil yang menerapkan *syirkah* pada RM. Ayam Goreng Nelongso.
d. Implementasi *syirkah* waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan konsep Ekonomi Islam.

2. Batasan Masalah

Terdapat batasan masalah yang digunakan penulis untuk memberikan batasan yang paling jelas dari permasalahan yang ada untuk mempermudah pembahasan. Berdasarkan identifikasi masalah tersebut, maka penulis dapat memberikan batasan hanya pada implementasi akad *syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya serta kesesuaian konsep ekonomi Islam pada implementasi akad *syirkah* waralaba syariah ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya.

C. Rumusan Masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terdapat rumusan masalah agar penulis dapat terfokus dan terarahkan secara sistematis, maka penulis membuat suatu rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi akad *syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya?
2. Apakah akad *syirkah* waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso sudah sesuai dengan konsep Ekonomi Islam?

D. Kajian Pustaka

Terdapat beberapa kajian dan pembahasan mengenai waralaba menggunakan akad *syirkah* yang menjadikan sebagai bahan rujukan penulis diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No	Jurnal	Kesimpulan
1	Dr. Abdullah Taufik, M.HI. "Perjanjian Waralaba dalam Perspektif Bisnis Syari'ah"	perjanjian waralaba menurut pandangan syari`ah mensyaratkan adanya pemenuhan syarat dan Rukunnya, pada umumnya aturan-aturan perjanjian yang dijadikan landasan wararalaba tidak jauh beda dengan ketentuan syari`ah, hanya yang perlu mendapat perhatian khusus adalah unsur objek dari sebuah perjanjian yang disebut dengan Ma`qud alaih dalam syari`ah, pada perjanjian waralaba obyek perjanjian bukanlah suatu benda melainkan hak yang bernilai ekonomis yaitu terakumulasi dalam Hak Kekayaan Intelektual (HKI).[8]
2	Yuyun Wulandari (2016). " Implementasi *Franchise* dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Study Kasus pada *Franchise* Alfamart Blabak Kediri)"	Bagaimana implementasi *franchise* alfamart blabak Kediri dalam pandangan Ekonomi Islam. Dalam penelitian terdahulu mempunyai kesamaan dengan apa yang akan peneliti bahas yaitu tentang waralaba *(franchise)* menurut perspektif Ekonomi Islam yang berpacu pada akad *syirkah* tetapi terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penulis yaitu penelitian terdahulu lebih terfokuskan pada penerapan *franchise* menurut pandangan Ekonomi Islam saja sedangkan penulis akan terfokus pada praktik akad *syirkah mudharabah* dan juga akan terfokus pada perbedaan antara *franchise* konvensional dan *franchise syariah*.
3	Annisa Dyah Utami (2010). "Konsep *Franchise Fee dan Royalty Fee* pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah".	konsep *franchise* pada bakmi tebet yang dianggap belum memenuhi prinsip syariah dikarenakan adanya pengambilan keuntungan dari penjualan bahan baku. Dalam penelitian terdahulu terdapat kesaaman yaitu sama-sama meneliti tentang waralaba *(franchise)* tetapi terdapat juga perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penulis yaitu peneliti terdahulu lebih terfokus pada konsep *franchise fee dan royalty fee* sedangkan penulis terfokus pada praktik akad *syirkah mudharabah* dan juga akan terfokus pada perbedaan

[8] Dr. Abdullah Taufik, "Perjanjian waralaba dalam perspektif bisnis syari'ah" *e – jurnal*, No. 1, Vol. 2 (Januari: 2018), 35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		antara *franchise* konvensional dan *franchise syariah.*
4	Devi Angraeni (2010) "Analisis Akad Mudharabah pada Waralaba Syariah (study kasus pada waralaba syariah rumah makan ayam bakar wong solo)"	konsep waralaba ditinjau dari segi hukum Islam yang mana dalam hukum Islam, HKI dikenal dengan nama *Haqq Al-Ibtikar*, hasil pemikirannya dan ciptaannya adalah hak yang bersifat material.[9] Dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang waralaba syariah hanya saja yang membedakan dengan penulis yaitu pada peneliti terdahulu menggunakan teori fiqih sedangkan penulis hanya terfokus pada teori ekonomi Islam.
5	Fery Adriansyah (2011) "Kontrak Waralaba dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Syariah (Study kasus pada bakmi raos dan bakmi tebet)".	hukum berwaralaba menurut perspektif Islam, menurut peneliti terdahulu bahwa kontrak waralaba yang digunakan bakmi raos dan bakmi tebet ini sudah sesuai dengan kaidah-kaidah hukum yang berlaku di Indonesia dan sah menurut kacamata hukum perjanjian positif Indonesia.[10] Dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai waralaba syariah terkait bagi hasil hanya saja yang membedakan dengan penulis adalah penelitian terdahulu terfokus pada huku positif dan hukum syariah sedangkan penulis terfokus pada implementasi akad *syirkah mudharabah* pada waralaba syariah.
6	Veronica Wulan Dary (2018) "Praktik Waralaba 212 Mart Menurut Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah dan Peraturan Pemerintah No. 42 tahnu 2007 Tentang Waralaba (study di komunitas koperasi syariah 212 surakarta)"	Menurut peneliti terdahulu bahwa praktik Standar Operasional Prosedur (SOP) yang dilakukan Koperasi Syariah 212 berjalan dengan baik dan mudah dipahami oleh Pengurus, Anggota, Komunitas, dan karyawan Koperasi Syariah 212 Pusat maupun digerai 212 Mart. Sedangkan praktik Standar Operasional Manajemen (SOM) Koperasi Syariah 212 belum sepenuhnya memenuhi Peraturan Menteri Koperasi dan Usaha Kecil dan Menegah Nomor: 11/Per/M.KUKM/ XII/2017 tentang Pelaksanaan Kegiatan Usaha Simpan Pinjam dan Pembiayaan Syariah oleh Koperasi.[11] Dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama membahas mengenai praktik waralaba syariah hanya saja yang membedakan adalah penulis lebih fokus pada Fatwa-fatwa DSN MUI dan Peraturan Pemerintah sedangkan penulis hanya terfokus pada praktik akad *syirkah* dan perbedaan antara waralaba syariah dan konvensional.
7	Mufti Hasan Alfani (2012) "Bisnis Waralaba dalam Perspektif Ekonomi Islam (study kasus pada rumah makan pondok patin HM yunus air tiris, kabupaten	Konsep bisnis waralaba di Rumah Makan Podok Patin HM Yunus Air Tiris mengenai praktik kerja sama yang menggunakan akad *syirkah* yang mana waralaba produk dan merek dagang, dimana pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang yang

[9] Devi Angraeni, "Analisis Akad Mudharabah pada Waralaba Syariah (study kasus pada waralaba syariah rumah makan ayam bakar wong solo)" (Skripsi—Universitas Indonesia Jakarta, 2010), 82.
[10] Fery Ardiansyah, "Kontrak Waralaba dalam Perspektif Hukum Positif dan Hukum Syariah (Study kasus pada bakmi raos dan bakmi tebet)" (Skripsi—UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011), 93.
[11] Veronica Wulandary, "Praktik Waralaba 212 Mart Menurut Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah dan Peraturan Pemerintah No. 42 tahnu 2007 Tentang Waralaba (study di komunitas koperasi syariah 212 surakarta)" (Skripsi—IAIN Surakarta, 2018), 142.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	kampar)"	dikelola dengan standar manajemen yang berlaku pada rumah makan tersebut.[12] Dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama menggunakan pembahasan mengenai waralaba syariah.
8	Eva Juniarti (2019) "Analisis *Akad Syirkah Mudharabah* dalam Kemitraan *Franchise* CV. Extra Pedas Purwokerto"	sistem akad *syirkah mudharabah* dan *franchise* konvensional, yang mana pada cv. Extra Pedas Purwokerto ini masih belum terbilang memenuhi syariah Islam hal ini dikarenakan adanya pembagian hasil sebelum adanya balik modal *(BEP)* Hal ini sudah dijelaskan di kaidah fiqih yang berbunyi "Keuntungan usaha *mudharabah* merupakan penjaga modal usaha". Dalam penelitian terdahulu terhadap kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama membahas tentang penerapan *akad syirkah.*
9	Ferisa Laelah (2016) "Sistem Waralaba dalam Perspektif Transaksi Bisnis Syariah (studi pada restoran es teller 77 Palembang Square Mall)"	1) akad yang digunakan oleh rumah makan es teller 77 di Palembang Square menerapkan akad gabungan dari *akad syirkah inan dan akad syirkah Mudharabah atau abdan.* 2) Menurut fiqih muamalah, akad yang diterapkan oleh Restauran es teler 77 ini diperbolehkan hal ini dikarenakan akad yang digunakan sudah sesuai dengan kaidah-kaidah Ekonomi Islam.
10	Masruro Istiningsih "Analisis *Syirkah* dan mekanisme Bagi Hasil pada Usaha Perdagangan dan Pelayanan Jasa"	implementasi akad *syirkah* dan mekanisme bagi hasil yang digunakan CV Bintang Elmi Vision Lamongan. Dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama membahas tentang akad *syirkah* dan mekanisme pada CV Bintang Elmi Vision.
11	Muhammad Panji Waskita "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah Kebab (Studi Kasus di Kantor Cabang Kebab Corner Serang)"	mekanisme kerjasama dan waralaba menurut pandangan hukum Islam, dalam penelitian terdahulu terdapat kesamaan dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang mekanisme *franchise* namun terdapat perbedaan juga antara penelitian terdahulu dengan penulis yaitu untuk penelitian terdahulu lebih fokus pada mekanisme dan *franchise* menurut tinjauan hukum sedangkan penulis lebih fokus pada perbedaan *franchise konvensional* dan *franchise syariah.*
12	Raden Fatah "Sistem Waralaba dalam Perspektif Transaksi Bisnis Syariah (Studi pada Restoran Es Teler 77 Palembang Square Mall)"	implementasi waralaba yang digunakan Restoran Es Teler 77 dan meninjau waralaba Es Teler 77 menurut Fiqh Muamalah serta menjelaskan tentang keunggulan Restoran Es Teler 77. Terdapat kesamaan antara penelitian dahulu dengan penulis yaitu sama-sama meneliti tentang implementasi/ penerapan sistem waralaba. Dan juga terdapat perbedaan dengan penulis yaitu penulis lebih fokus pada praktek sistem *franchise* di Ayam Goreng Nelongso.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana implementasi akad *syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya.

[12] Mufti Hasan Alfani, "Bisnis Waralaba dalam Perspektif Ekonomi Islam (study kasus pada rumah makan pondok patin HM yunus air tiris, kabupaten kampar)" (Skripsi—UIN Sultan Syarif Kasim Riau Pekan Baru, 2012), 50.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Untuk Mengetahui apakah implementasi akad *syirkah* waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan konsep Ekonomi Islam.

F. Manfaat atau Kegunaan Hasil Penelitian

1. Aspek Teoritis

Untuk memperluas wawasan dan pemahaman pengetahuan terkait waralaba *(franchise)* serta ingin menambah pengetahuan mengenai penerapan sistem akad *syirkah* pada Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya serta guna untuk memenuhi tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana (S-1) Ekonomi Syariah.

2. Aspek Praktis

a) Diharapkan dapat memberikan informasi bagi para pengusaha khususnya dibidang kuliner, yang ingin usahanya berkembang dan sukses seperti R.M Ayam Goreng Nelongso.

b) Untuk memberikan wawasan terhadap enterpreneur lainnya tentang berbisnis dengan menggunakan sistem modern yaitu waralaba (*franchise)* untuk mengembangkan usaha secara cepat dan tidak membebani si pengusaha.

c) Untuk menyelesaikan tugas akhir dengan harapan dapat menambah pengetahuan dan wawasan khususnya tentang enterpreneur.

d) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi kepada penelitian selanjutnya khususnya tentang waralaba syariah dan perbedaan waralaba konvensional dengan waralaba syariah.

G. Definisi Operasional

1. Waralaba Konvensional

Suatu kerjasama antara kedua belah pihak yang mana pihak pertama sebagai pemodal dan pihak kedua sebagai yang mempunyai usaha. Waralaba konvensional ini merupakan suatu bisnis yang menggunakan sistem *franchise* atau kemitraan atau kata

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

lain menjual/ memberikan ijin kepada mitra terkait hak intelektual terkait produk, merek, logo dan lain sebagainya. Dalam pengelolaan pihak investor masih ikut berpartisipasi mengelola perusahaan dan apabila terjadinya kerugian maka kerugian tersebut ditanggung atau diberatkan oleh pihak *franchise*.

2. Waralaba Syariah

Berbisnis dengan menggunakan sistem Waralaba *(Franchise)* yang mana terdapat pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba, yang mana pihak pertama memberikan izin hak atas kekayaan intelektual (HAKI) kepada pihak terwaralaba.

waralaba *(franchise)* ini terdapat pemberi waralaba dan penerima waralaba, yang mana sebagai pemberi waralaba yang memberikan hak atas kekayaan intelektual kepada penerima waralaba untuk menggunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor* dan sesuai dengan akad syariah.

3. *Syirkah*

S*yirkah* atau dalam kata lain *syirkah* yaitu sebuah akad kerjasama antara keduabelah pihak yang mana pihak pertama sebagai pemberi modal *(franchise)* dan pihak kedua sebagai yang mengelola dana/modal *(franchisor)* dan apabila usaha tersebut mengalami kerugian maka resiko kerugian tersebut ditanggung oleh kedua belah pihak serta untuk keuntungannya dibagi hasilkan sesuai deangan kesepakatan diawal.

H. Metode Penelitian

Pendekatan yang digunakan penulis adalah dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang mana pendekatan ini menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Pendekatan ini lebih mendeskripsikan pada suatu keadaan, peristiwa, kejadian yang terjadi saat ini atau kejadian yang nyata.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Metode penelitian yang penulis gunakan adalah dengan menggunakan metode studi kasus dengan yang disampaikan oleh Robert K Yin (2008). Studi kasus yang digunakan untuk merencanakan strategi dalam menyelidiki suatu peristiwa, keadaan, fenomena dalam konteks kehidupan nyata. Untuk itu dapat dikatakan bahwa secara umum, studi kasus lebih tepat digunakan untuk penelitian yang berkenaan dengan how atau why.

Pada penelitian ini pengumpulan data bukan berbentuk angka melainkan berbentuk seperti gambar atau kata-kata. Data ini biasanya meliputi transkip wawancara, catatan data lapangan, gambar/ foto-foto, dan catatan lainnya.

1. Data yang Dikumpulkan

   Data yang dikumpulkan merupakan data yang didapatkan dan dikumpulkan menjadi sebuah data yang bertujuan untuk menyelesaikan suatu masalah dalam perumusan masalah. Pada penelitian ini penulis dapat mengumpulkan data sebagai berikut:

   a. Data primer yaitu data yang diambil dari diambil dari data wawancara Direktur Ayam Goreng Nelongso dan mitra *(franchise)*.
   b. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari referensi buku-buku, literatur, jurnal atau situs internet yang berkaitan dengan perbedaan antara waralaba konvensional dan waralaba syariah dan juga berkaitan dengan implementasi akad *syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya.

2. Teknik Pengumpulan Data

   Teknik pengumpulan data merupakan suatu teknik yang digunakan peneliti untuk memperoleh data sebenarnya, data yang riil bukan opini, data yang nyata. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang di gunakan penulis untuk memperoleh data yang nyata, yang riil, sebagai berikut:

   a. Obsevasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Observasi merupakan teknik dengan cara melakukan pengamatan terhadap subjek yang akan diteliti, teknik pengamatan ini dilakukan secara langsung guna untuk mendapatkan data yang pada akhirnya data tersebut dapat mendukung hasil penelitian. Pengamatan ini dilakukan mulai dari bagaimana respon mitra terhadap penerapan akad *syirkah* dan bagaimana menurut mereka mengenai penerapan akad *syirkah* ini apakah benar-benar diterapkan atau tidak pada Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya.

b. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data dengan cara secara langsung mewawancarai subjek penelitian guna untuk menjawab semua permasalahan persoalan penelitian. wawancara ini dilakukan kepada Direktur Ayam Goreng Nelongso dan Mitra guna untuk mendapatkan data yang riil, data yang nyata akan kebenarannya.

c. Dokumentasi

Menurut Winarno dalam Alaika bahwa teknik pengumpulan data juga dapat diperoleh melalui data-data yang bersifat variabel seperti transkip, catatan, buku jurnal dan lain sebagainnya.

d. Study Kepustakaan

Teknik pengumpulan data yang satu ini, pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dan menyimpulkan data terkait teori-teori menurut pendapat beberapa para ahli yang berhubungan dengan penelitian, dan teknik pengumpulan data ini dapat diperoleh dari kepustakaan.

e. Teknik Analisis Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Analisis data merupakan teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif secara deskriptif yang lebih difokuskan selama proses dilapangan bersamaan dengan pengumpulan data.

Analisis pengumpulan data ini dianalisis secara deskriptif terkait dengan situasi, peristiwa maupun fenomenal tertentu, yang menyangkut manusia.

hasil penelitian ini berbentuk kata-kata yang tertulis serta wawancara dari orang-orang yang berkaitan dengan apa yang diamati. Setelah itu peneliti mengolah data yang sudah terkumpul untuk dianalisa dengan menggunakan pola pikir yang deduktif. Deduksi ini merupakan alur pembahasan yang berangkat dari teori-teori waralaba syariah yang bersifat umum yang kemudian ditarik menjadi khusus pada penerapan waralaba syariah perusahaan Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya.

Dalam penelitian ini terdapat teori-teori yang bersifat umum terkait waralaba syariah yang diperoleh dari perusahaan Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya. Data tersebut kemudian diteliti, dihubungkan dianalisa dan kemudian ditarik kesimpulan mengenai perbedaan waralaba konvensional dengan waralaba syariah dan juga penerapan akad *syirkah* pada waralaba syariah Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya.

I. Sistematika Pembahasan

Agar dapat mengetahui gambaran penulis mengenai sistematika pembahasan maka penulis dapat menguraikannya sebagai berikut:

Bab pertama, (pendahuluan) didalamnya terdapat penjelasan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan batasan masalah, rumusan masalah, kajian pustaka, tujuan penelitian, manfaat dan tujuan hasil peneliti, definisi operasional, metode penelitian, dan juga sistematika pembahasan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Bab ke-dua, (kerangka teoritis) yang mana akan menjelaskan mengenai waralaba dan *syirkah*, perbedaan antara waralaba dengan waralaba *syirkah* yang meliputi pengertian atau definisi, sejarah, dasar hukum, perbedaan waralaba dengan akad *syirkah*, tata cara pelaksanaa waralaba dan implementasi akad *syirkah*.

Bab ke-tiga, membahas tentang gambaran umum mengenai profil Ayam Goreng Nelongso, penerapan akad *syirkah* dan waralaba, mekanisme akad *syirkah* pada Ayam Goreng Nelongso.

Bab ke-empat, bab ini membahas tentang hasil analisis implementasi akad *syirkah* pada waralaba Ayam Goreng Nelongso serta hasil analisis tentang penerapan akad *syirkah* di Ayam Goreng Nelongso sesuai atau tidak dengan konsep ekonomi Islam.

Bab ke-lima, (penutup) membahas kesimpulan akhir dari analisis RM Ayam Goreng Nelongso wilayah Surabaya, dan juga membahas tentang saran-saran dari penulis terkait penelitiannya.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB II

KERANGKA TEORITIS

A. Waralaba *(Franchise)*

1. Pengertian Waralaba

Dari bahasa Prancis waralaba berarti kebebasan hak-hak untuk menjual suatu produk, jasa ataupun layanan. Di Indonesia, kata *"Franchise"* di artikan sebagai "Waralaba" yang mana wara berarti lebih dan laba berarti untung, jadi waralaba dapat diartikan sebagai suatu usaha yang lebih untung". Waralaba *(franchise)* yang mana suatu badan usaha atau perorangan *(franchise)* yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki *franchisor* dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan jasa.[1]

Secara istilah waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama dibidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, dimana satu pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak lain sebagai *franchise*. Dimana didalamnya diatur bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek yang memberikan hak tertentu kepada *franchise* untuk melakukan kegiatan bisnis dari atau atas suatu produk barang atau jasa.[2]

Adapun pengertian Waralaba menurut para ahli, sebagai berikut:[3]

a. Menurut Susilowati (2013:49), Waralaba *(franchise)* adalah kontrak perjanjian pemakaian nama merek dagang dan logo perusahaan tertentu dari pemberi

[1] Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 20.
[2] Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: Refika Aditama, 2004), 119.
[3] Muchlisin Riadi, "Pengertian, Jenis, Karakteristik dan Landasan Hukum Waralaba", dalam https://www.kajianpustaka.com/2018/04/pengertian-jenis-karakteristik-dan-landasan-hukum-waralaba.html, diakses pada 10 April 2018.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

waralaba *(franchisor)* yang didalamnya dicantumkan ikhtisar peraturan pengoperasiannya oleh perusahaan yang menggunakan *franchise*, jasa yang disediakan oleh pemberi waralaba *(franchisor)* dan persyaratan keuangan.

b. Menurut Sutedi (2008:31), waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek *(franchisor)* memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

c. Menurut Odop (2016:16), waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh pewaralaba kepada pihak terwaralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan standarisasi kesepakatan untuk membuka usaha dengan menggunakan merk dagang atau nama dagangnya.

d. Menurut L.T. Tarbutton (1986) mantan Presiden Asosiasi *Franchise*, bahwa *franchise* adalah sebuah hubungan bisnis jangka panjang yang berkelanjutan, dimana *franchisor* memberikan kepada *franchise* hak berlisensi, tunduk pada kesepakatan (berdasarkan kebutuhan dan pembatasan) untuk melakukan bisnis memanfaatkan merek dagang dan atau merek layanan dari *franchisor* dan juga untuk memberikan saran dan bantuan kepada *franchise* dalam mengorganisir, merchandising dan mengelola bisnis yang dilakukan sesuai dengan lisensi.

e. Menurut R. Justin and R. Judd, bahwa *franchise* adalah sebuah peluang bisnis dimana pemilik (produsen atau distributor) dari layanan atau merek dagang memberikan hak eksklusif kepada individu untuk mendistribusikan dan atau menjual produk atau jasa, dan sebagai imbalannya menerima pembayaran royalti sesuai dengan kualitas standart.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi pada intinya yang dimaksud dengan waralaba adalah suatu kerjasama antara pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba yang mana pihak pewaralaba memberikan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) seperti pemanfaatan merek dagang, produk, sistem dan lain sebagainya kepada pihak terwaralaba.

Menurut *Asosiasi Franchise Indonesia* (AFI) bahwa waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek *(franchisor)* memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.[4]

Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) lahir pada tahun 1991 sebagai wadah yang menaungi *franchisee* dan *franchisor.* Berdirinya AFI ini dapat diharapkan terciptanya industri waralaba yang kuat dan juga dapat sebagai pedorong utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional berbasis usaha kecil dan menengah.

Dari penjelasan mengenai waralaba diatas, pada dasarnya terdapat dua komponen yang ada pada waralaba tersebut sebagai berikut:

a. *Franchisee* (terwaralaba) merupakan pihak yang mendapatkan izin hak atas kekayaan intelektual (HAKI) seperti memanfaatkan nama merek dagang, produk dan juga sistem kepada pihak terwaralaba.
b. *Franchisor* (pewaralaba) merupakan pihak yang mempunyai bisnis atau pihak yang memberikan izin hak atas kekayaan intelektual (HAKI) seperti memanfaatkan nama merek dagang, produk dan juga sistem kepada pihak terwaralaba.

[4] Sonny Sumarsono, *Management Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 3.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Menurut *International Franchise Association* (IFA), *franchise* atau waralaba pada hakekatnya melibatkan tiga elemen, diantaranya adalah sebagai berikut:[5]

a. Merek, yang mana dalam suatu perjanjian waralaba terdapat *franchisor* atau pihak pewaralaba yang memberikan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) kepada *franchisee* atau pihak terwaralaba untuk memanfaatkan nama merek dagang atau logo yang dimiliki oleh *franchisor.*
b. Sistem Bisnis, terdapat panduan atau pedoman yang mencakupi standarisasi produk, panduan untuk mempersiapkan atau mengelola produk atau metode jasa, standart rupa dari fasilitas bisnis, standart periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, kebijakan dagang dan lain-lain.
c. Biaya, dalam kerjasama *franchise*, terdapat biaya-biaya yang dibebankan *franchisee* atas penggunaan nama merek dagang atau logo, biaya yang ditanggung biasanya terdiri dari biaya awal, biaya *royalty*, biaya jasa, biaya lisensi dan atau biaya pemasaran bersama.

Berbisnis dengan menggunakan format *franchise* ini lebih memberikan kemudahan bagi orang-orang yang mempunyai modal tidak terlalu banyak, bisnis waralaba ini mempunyai masa kontrak kerja kurang lebih 5 tahun. Apabila bisnis waralaba ini kurang dari 3-5 tahun itu artinya bukan *franchise* melainkan *Business Opportunity* (BO) yang mana bisnis ini hampir serupa dengan waralaba hanya saja yang membedakan BO ini bisnis yang bisa dibilang baru berjalan dalam kurung waktu tidak sampai 1-3 tahun bahkan hitungannya bulanan sudah berani menjual usahanya *(franchise).* Bahkan bisnis ini belum memperoleh keuntungan yang jelas dia sudah berani menjual usahanya kepada mitra, selain itu *Business Opportunity* (BO) ini belum memiliki atau belum jelas terkait standart operasionalnya.

[5] Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor: Ghalia Indonesi, 2008), 49.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2. Tipe*Franchise* dan *Franchisee*

a. Tipe *Franchise*

Menurut versi *International Franchise Association* (IFA) ada dua tipe *franchise*, yaitu tipe distribusi produk dan tipe format bisnis.[6]

a) *Franchise* tipe distribusi produk dan merek dagang

Franchise tipe ini merupakan bentuk *franchise* yang paling sederhana, hal ini dikarenakan *franchisor* hanya memberikan izin atas produk dan merek dagang saja, *franchisor* tidak memberikan seluruh sistem untuk menjalankan bisnisnya. Tipe yang sangat sederhana ini biasanya diambil dalam bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan seperti distribusi soft drink pada Perusahaan Pepsi Cola, Dealer Toyota dan Pom Bensin Pertamina. Pada tipe ini pihak pewaralaba membantu pihak terwaralaba dalam pemilihan lokasi usaha yang tepat serta menyediakan jasa untuk membatu pengambilan keputusan.

b) *Franchise* tipe format bisnis

Franchise tipe kedua ini yang sering digunakan oleh banyak orang, hal ini dikarenakan tipe yang satu ini tidak hanya memberikan izin atas penggunaan merek dagang, logo dan produk saja melainkan tipe ini juga menawarkan sistem yang komplit dan komprehensif. Jenis tipe ini memberikan pedoman, memberikan metode yang komplit untuk pihak terwaralaba dalam menjalankan bisnisnya secara sama, secara duplikasi seperti yang dimiliki oleh pihak pewaralaba.

Jadi dapat disimpulkan perbedaannya ialah terdapat dalam sisi *franchise* distribusi produk dan merek dagang dalam usahanya lebih untuk

[6] Ibid, 34-35.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mengembangkan kuantitas produk sedangkan dalam sisi *franchise* format bisnis usahanya lebih untuk mengembangkan kuantitas produk serta kualitas sumber daya manusia.

b. Tipe *Franchisee*

Dalam bisnis *franchise*, orang yang membeli *franchise* disebut *franchisee*. Ada dua tipe *franchisee* yaitu tipe single-unit dan tipe multi-unit.

a) *Franchise* tipe single-unit

Tipe ini maksudnya adalah pihak pewaralaba hanya memberikan izin kepada pihak terwaralaba untuk membuka outlet di satu lokasi saja tidak boleh lebih dari satu outlet.

b) *Franchise* tipe multi-unit

Untuk tipe yang satu ini pihak pewaralaba memberi izin kepada pihak terwaralaba untuk membuka outlet lebih dari satu lokasi. Kewenangan ini diberikan kepada pihak terwaralaba kedalam dua bentuk yaitu sebagai area *franchise* dan master *fanchise (sub franchising).* Beda kedua bentuk ini adalah kewenangan untuk menjual kembali hak *fanchise*-nya di wilayahnya, seperti perusahaan *franchise* Mc Donald's, KFC dan sebagainya. Perusahaan ini memiliki hak master *franchise* diwilayah Indonesia. Namun, umumnya perusahaan *franchise* tersebut juga memiliki sumber daya yang kuat, baik Sumber Daya Manusia (SDM) maupun pendanaan, maka mereka membuka gerai *franchise* sendiri dan tidak melibatkan atau menjual *franchis*-nya kepada pihak ketiga walau sebenanya memiliki hak dan wewenang untuk menjual lagi. Contoh lain pada perusahaan *franchise* Kebab Turki Baba Rafi yang memberikan master *franchise* kepada orang diwilayah tertentu. Jika ada *franchise* yang merupakan orang pihak pertama membuka gerai di suatu

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

wilayah dan sanggup membuka 5 gerai sekaligus maka ia diberi hak sebagai master *franchise* di daerah tersebut.[7]

3. Perkembangan Waralaba di Indonesia

Waralaba di Indonesia mulai berkembang dengan adanya waralaba asing yang masuk pada tahun 80-90 an, pada saat itu terdapat sebagian pelopor waralaba asing yang masuk di Indonesia seperti Mc. Donalds, Burger King, Wendys dan lain sebagainya. Dengan berjalannya waktu, waralaba lokal pertama kali yang masuk di Indonesia yaitu waralaba Es Teller 77.

Dengan berkembangnya waralaba, pada tahun 1991 berdirilah *Asosiasi Franchise Indonesia (AFI)* sebagai wadah yang menaungi pewaralaba dan terwaralaba. Diharapkan dengan berdirinya *Asosiasi Franchise Indonesia* ini dapat tercipta industri waralaba yang kuat dan dapat menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional berbasis usaha kecil dan menengah (AP).[8]

Bisnis waralaba ini mulai dikenal pada tahun 1950-an yang mana pada saat itu munculnya perusahaan dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi yang mana pihak pewaralaba memberikan hak izin kepada pihak terwaralaba untuk menggunakan atau mengelola produk dengan menggunakan merek dagang. Kemudian di tahun 1970-an berbisnis dengan menggunakan sistem waralaba ini mulai mengalami perkembangan dengan adanya pembelian lisensi plus, yang mana pihak terwaralaba tidak hanya sebagai penyalur saja melainkan juga pihak terwaralaba mempunyai hak untuk memproduksi dan mengembangkan produknya.

Perlunya sebuah kepastian hukum sebagai pengikat antara kedua belah pihak *(franchise dan franchisor)* untuk melindungi investor dalam menjalankan bisnis waralaba tersebut. Oleh karena itu pada tanggal 18 juni 1997 dikeluarkannya

[7] Sonny Sumarsono, *Management Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 16-17.
[8] Ibid, 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 tahun 1997 tentang waralaba. PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan digantikan dengan PP no 42 tahun 2007 tentang waralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah adanya keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang merek. Undang-undang No. 30 Tentang Rahasia Dagang.[9]

Dengan adanya kepastian hukum yang jelas hal ini membuat para pebisnis khususnya di kalangan muda yang mempunyai modal yang sangat kuat lebih memilih untuk berbisnis dengan format bisnis waralaba dengan alasan lebih baik mengembangkan bisnis atau bergabung dengan bisnis seseorang yang lebih dulu berkembang yang mempunyai tingkat keberhasilan yang cukup tinggi dibandingkan dengan memulai bisnis dari nol. Berbisnis menggunakan sistem waralaba ini mempunyai tingkat resiko kegagalan yang kecil dibandingkan dengan memulai bisnis dari nol.

4. Kelebihan dan Kekurangan *Franchise*

Dalam berbisnis pasti sudah tahu mengenai keuntungan dan kerugian suatu usaha, tinggal bagaimananya kita dalam memilih dan menjalankan usaha tersebut dengan sungguh-sungguh atau tidaknya. Sama halnya dengan bisnis *franchise* ini pasti ada yang namanya untung dan rugi, dalam konteks ini penulis tidak ingin membahas mengenai untung rugi dalam sisi finansial, melainkan lebih ke aspek sistem bisnisnya berikut penjelasannya:

1. Keuntungan Bisnis *Franchise*

[9] Sonny Sumarsono, *Management Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 8.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Terdapat beberapa keuntungan dalam pembelian *Franchise*, di antaranya sebagai berikut:

a. Bersifat kepemilikan bisnis, selama bekerja sama berlangsung
b. Cara paling mudah untuk memulai bisnis dengan tingkat kegagalan yang rendah
c. Sudah memiliki nama atau merek dagang yang sudah dikenal oleh masyarakat luas sehingga dapat memudahkan pemasaran produk
d. Mempunyai peluang keberhasilan yang cukup besar dibandingkan dengan memulai usaha dari nol
e. Produk atau jasa yang terbukti atas keunggulan dan sistem yang sudah teruji
f. Memiliki SOP *(Standart Operating Procedure)* yang jelas mengenai pengelolaan produk, pelayanan, peralatan dan sebagainya
g. Dengan adanya waralaba dapat mempermudah perluasan pasar secara cepat.

2. Kerugian Bisnis *Franchise*

Selain kelebihan ada juga kerugian-kerugian dalam berbisnis waralaba, sebagai berikut:

a. Kurangnya kreativitas pihak terwaralaba, hal ini dikarenakan adanya aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pihak pewaralaba sehingga pihak terwaralaba harus mengikuti sistem bisnis yang sudah diatur oleh *franchisor*
b. Biaya yang dikeluarkan tidak hanya *franchise fee* saja melainkan ada biaya-biaya lain seperti biaya *royalty* dan *advertising*
c. Apabila ada permasalahan pada *franchise* lain mengenai masalah citra perusahaan maka kita juga kena, begitu pun dengan sebaliknya apabila terdapat masalah pada *franchisor* nya maka *franchise* juga akan kena imbasnya

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

d. Terdapat batas waktu perjanjian kurang lebih selama lima tahun

B. *Syirkah*

1. Pengertian *Syirkah*

Kata *syirkah* dalam bahasa Arab berasal dari kata *syarikah, yasyraku, syarikan* yang artinya menjadi sekutu atau serikat. Menurut arti asli bahasa Arab (makna etimologis), *syirkah* berarti mencampurkan dua bagian atau lebih sedemikian rupa sehingga tidak dapat lagi dibedakan satu bagian dengan bagian lainnya.[10]

Syirkah merupakan suatu akad kerja sama antara kedua belah pihak atau lebih yang sama-sama bersepakat untuk menjalankan suatu usaha secara bersamaan dengan tujuan memperoleh keuntungan dan untuk pembagian keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

Adapun pengertian *syirkah* menurut istilah *syara'* sebagaimana yang diungkapkan para ulama dibawah ini sebagai berikut:[11]

a. Menurut Ulama Hanafiyah

   Ungkapan tentang akad di antara dua orang yang berserikat dalam modal dan keuntungan.

b. Menurut Ulama Malikiyah

   Izin yang diberikan oleh masing-masing pihak dari dua orang atau lebih yang berserikat untuk mentasharufkan harta kepada yang lainnya.

c. Menurut Ulama Syafiiyah

   Menetapkan hak bagi kedua belah pihak atau lebih menurut kesepakatan bersama.

d. Menurut Ulama Hanabilah

   Berkumpul dalam mendapatkan hak atau mentasharufkan harta.

---

[10] H. Muhammad Yazid, *Fiqih Muamalah Ekonomi Islam* (Surabaya: Imtiyaz, 2017), 203.
[11] Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 43.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi kita dapat menyimpulkan bahwa *syirkah* adalah suatu akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang sedang melakukan perjanjian atau yang sedang berserikat, baik itu modal, profit dan lain-lain yang ditentukan pada awal akad berdasarkan kesepakatan bersama.

Syirkah merupakan akad yang diperbolehkan oleh Islam untuk melakukan praktek muamalah seperti melakukan praktek atau kegiatan kerja sama dengan pihak lain asal tidak boleh melenceng dari ajaran syariat Islam, hal ini juga dijelaskan dalam Al-Qur'an, Sunnah dan Ijma'.

2. Landasan Hukum Pada *Syirkah*

a. Al- Qur'an

Qs. An- Nisa' ayat 12

....فَإِنْهُمْذَلِكَمِنْكُثَرَأَكَانُواالثُّلُثِفِءُشُرَكَافَ .....(١٢)

Artinya: ".... Maka mereka berserikat dalam sepertiga harta ...." (Qs An- Nisa' 12). Ayat diatas menjelaskan tentang perserikatan harta dalam pembagian harta warisan.

Qs. Shad ayat 24

وإن كثيرا من االخلطاء ليبغي بعض إلا الذين ءامنوا وعملوا ا لصلحت و قليل ماهم (٢٤)

Artinya: ".... Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat dhalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal-amal sholeh, dan amat sedikit mereka ini ..." (Qs. Shad 24).

Qs. Al-Rum ayat 28

ضرب لكم مثلا من أ نفسكمْ هَل لَكُم من ما ملكت أيمنكم من شر كا ء في ما رز قْنكم فأنتم فيه سواء تخا فو نهم كخيفتكم أنفسكم كذ لك نفصل الأيت لقو م يعقلو ن. (٢٨)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Artinya: “.... dia membuat perumpamaan untuk kamu dari dirimu sendiri. Apakah (kamu rela jika) ada di antara hamba sahaya yang kamu miliki, menjadi sekutu bagimu dlam (memiliki) rezeki yang telah kami berikan kepadamu, maka kamu sama dengan mereka dalam (hak mempergunakan) rezeki itu ....” (Qs Al Rum 28)

Qs Al- Baqarah 220

وَيَسْأَلُو نَكَ عَنِ ا لْيَتَمَي قُل إِصْلا ح لهم خير وإن تخا لطو هم فإ خو نكم..... (٢٢٠)

Artinya: “.... dan mereka bertanya kepadamu (Muhammad) tentang anak-anak yatim. Katakanlah, “Mengurus urusan mereka secara patut adalah baik, dan jika kamu bergaul dengan mereka, maka mereka adalah saudara-saudaramu ....” (Qs Al-Baqarah 220)

b. Hadist

“Diriwayatkan dari Abu Hurairah r.a. Ia berkata; “Sesungguhnya Allah berfirman: “Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang di antara mereka yang berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatinya, maka aku keluar dari keduanya.” (HR Abu dawud, Al-Baihaqi dan Al-Daruquthni)

“Diriwayatkan dari Abi Hayyan al-Taimi dari Bapaknya, ia berkata: “Rasululah saw. bersabda; “kekuasaan Allah berada pada dua orang yang berserikat selama salah satunya tidak berkhianat kepada temannya. Jika salah satunya berkhianat kepada temannya, maka Allah menghilangkan keberkahan dari keduanya.” (HR Al-Daruquthni)

“Diriwayatkan dari Ibnu Umar r.a dari Nabi saw. bersabda: “Barang siapa yang membebaskan hak kepemilikan seorang budak, maka ia berkewajiban untuk membebaskan seluruhnya. Seandainya dia memiliki harta sebanyak harga budaknya, maka budaknya ditaksir dengan harga normal dan teman yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki hak berserikat itu diberikan hak baginya dan budak dibebaskan.” (HR Al-Bukhari, Muslim, Al-Nasai, Ibnu Majah dan Malik)

“Diriwayatkan dari Abi al-Minhal, dia berkata: “Dahulu aku dan temanku membeli sesuatu secara langsung dan dengan tempo lalu datang kepada kami al-Bara’ bin ‘Azib lalu kami tanyakan kepadanya tentang masalah itu maka dia berkata: “Dulu aku dan temanku Zaid bi Arqam pernah menanyakan hal itu kepada Nabi saw. Maka beliau bersabda: “Jika transaksi langsung di atas tangan (pembayaran secara kontan) ambillah, namun bila tunda (tempo) maka tinggalkanlah.” (HR Al- Bukhari).

“Diriwayatkan dari Sa’ib, ia berkata kepada Nabi saw: “Engkau adalah temanku di masa jahiliyyah dan engkau adalah sebaik-baik teman yang tidak memperdayaiku dan mendebatku.” (HR Ibnu Majah dan al-Baihaqi)

c. Ijma’

Kerjasama dengan menggunakan *Syirkah* telah diperbolehkan oleh para ulama, walaupun adanya perbedaan pendapat dalam sebagian hukum. Menurut para ulama bahwa praktik ini sudah diterapkan sejak zaman Rasulullah saw hingga sekarang. Maka dari itu kerja sama dengan menggunakan sistem *syirkah* ini sudah banyak digunakan untuk melakukan kejasama *franchise*.

d. Akal

Islam mensyariatkan banyak hukum yang berbeda-beda dalam dinamika kehidupan. Hal tersebut disesuaikan dengan keperluan manusia, yaitu untuk menghilangkan kesempitan dalam menjalankan hukum tersebut, *syara’* telah mensyariatkan berbagai akad, diantaranya *syirkah* dengan aturan-aturannya. Akad-akad dalam muamalah termasuk syirkah menjadi solusi bagi mereka yang ingin mengembangkan harta melalui kerjasama sebagai sarana untuk memenuhi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kehidupan manusia, di samping tujuannya adalah untuk saling tolong menolong yang diperintahkan oleh syara'.[12]

3. Macam – Macam *Syirkah*

Secara umum, pembagian *syirkah* terbagi menjadi dua, yaitu; *syirkah amlak* dan *syirkahuqud.* Dengan penjabaran sebagai berikut:[13]

a. *Syirkah Amlak*

Syirkah amlak mengandung pengertian sebagai kepemilikan bersama dan keberadaanya muncul apabila dua atau lebih orang secara kebetulan memperoleh kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tanpa telah membuat perjanjian kemitraan yang resmi. Misalnya dua orang menerima warisan atau menerima pemberian sebidang tanah atau harta kekayaan, baik yang dapat atau tidak dapat dibagi-bagi. *Syirkah amlak* sendiri terbagi menjadi dua bentuk, yaitu *syirkah ijbariyyah* dan *syirkah ikhtiyariyyah*. *Syirkah ijbariyyah* adalah *syirkah* terjadi tanpa adanya kehendak masing-masing pihak.[14]

b. *Syirkah Uqud*

Syirkah uqud merupakan akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih yang melakukan usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang dapat dinikmati bersama dan apabila usaha yang sedang berjalan mengalami kerugian maka kerugian tersebut dapat ditanggung bersama.

Syirkah dalam kategori ini terbagi menjadi *syirkah 'Inan, mufawadha, a'mal* dan *wujuh*.[15]

1) *Syirkah 'Inan*

[12] Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 143-145.
[13] Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jilid 4* (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2006), 317.
[14] Muhammad Panji Waskita, "Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *franchise syariah* kebab study kasus di kebab corner cabang serang" (Skripsi—UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten, 2018), 60.
[15] Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005), 45-47.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Adalah suatu akad yang mana terdapat pihak yang memberikan kontribusi modal dan tenaga dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama dan keuntungan tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak kerja. Keuntungannya dibagi tidak harus melihat dari persentase kontribusi yang diberikan melainkan dilihat dari kesepakatan bersama diawal akad.

2) *Syirkah A'mal/ Syirkah Abdan*

Adalah akad kerjasama antara dua orang lebih yang memiliki profesi yang sama dan bekerjasama untuk menerima atau melakukan pekerjaan atau proyek secara bersamaan dan berbagi keuntungan berdasarkan kesepakatan bersama. Seperti kerjasama arsitektur, dokter dan lain sebagainya.

3) *Syirkah Wujuh*

Adalah akad kerjasama antara dua orang atau lebih yang mana kerjasama ini tidak memiliki modal untuk melakukan usaha melainkan memiliki image, nama yang baik atau memiliki reputasi yang bagus, memiliki kemampuan atau keahlian dalam berbisnis. Yang mana mereka yang melakukan kerjasama mengambil barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai dengan jaminan reputasi mereka. Untuk keuntungan dan kerugian di bagi sesuai dengan kesepakatan diawal.

4) *Syirkah Mudharabah*

Adalah suatu akad yang mana pihak pertama memberikan modal dan pihak kedua memberikan tenaga atau pihak kedua sebagai pengelola modal tersebut dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama dan keuntungan tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak kerja.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akad ini merupakan gabungan dari *syirkah* dan *mudharabah* yang mana *syirkah* sendiri merupakan suatu akad kerjasama yang mana terdapat dua orang atau lebih yang melakukan kerjasama yang mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dan tenaga dengan kesepakatan pembagian keuntungan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak.

Sedangkan untuk akad *mudharabah* merupakan suatu akad kerjasama yang mana terdapat dua orang atau lebih yang melakukan kerjasama yang mana terdapat pihak pemberi modal dan terdapat pihak pengelola modal, untuk pembagian keuntungan ataupun kerugiannya dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa *syirkah mudharabah* ialah perserikatan atau persekutuan antara pihak pemilik modal dengan pihak pengelola modal yang ahli dalam menjalankan usaha, untuk pembagian keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

5) *Syirkah Mufawadha*

Adalah gabungan dari akad seluruh akad diatas, yang mana terdapat kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih yang melakukan kerjasama yang mana setiap pihak memberikan kontribusi modal, tenaga, tanggung jawab, dan lain sebagainya. Untuk pembagian keuntungan dan kerugian dibagi secara sama.

4. Rukun dan Syarat *Syirkah*

Terdapat rukun dan syarat *syirkah* dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Rukun *Syirkah*

a) Adanya ijab dan kabul (shighah)

b) Adanya dua orang yang berakad (aqidain)

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

c) Adanya objek akad (ma'qud 'alaih) seperti modal dan kerja.

b. Syarat *Syirkah*[16]

a) Syarat yang berhubungan dengan ijab dan kabul:

1) Terdapat kesamaan antara ijab dan kabul seperti pihak pertama memberikan ijab kepada pihak kedua "Saya bekerja sama denganmu dalam bisnis kuliner nusantara" kemudian pihak kedua memberikan balasan seperti "Saya menerima kerja sama ini".

2) Bersambungnya antara ijab dan qabul dalam majlis akad. Maksudnya apabila kedua orang yang berakad hadir dalam majlis akad, maka masing-masing harus saling memahami ucapan ijab dan qabul. Sedangkan apabila salah satu tidak hadir di tempat itu, maka dapat dilaksanakan dengan cara bersambungnya majlis. Maksudnya tempat melaksanakan ijab dan qabul dapat diketahui oleh masing-masing pihak disertai adanya saksi dari masing-masing pihak. Misalnya melalui telepon atau televisi ketika dalam keadaan jarak jauh

3) Selamat dari sesuatu yang bisa menghalangi keridhaan kedua belah pihak, seperti penipuan dan pemaksaan.

b) Syarat yang berhubungan dengan dua orang yang berakad:

1) Mempunyai kemampuan dalam menyerahkan kepercayaan dan menerima kepercayaan, diantaranya yaitu baliq, berakal, cerdas, dan merdeka (bukan hamba sahaya).

2) beragama Islam

c) Syarat yang berhubungan dengan objek akad:

1) Modal harus memiliki nilai yang berharga seperti uang,

[16] Enang hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 151.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Modal harus jelas keberadaannya,

3) Modal harus tunai tidak boleh berupa utang.

d) Bagi hasil/ Nisbah

Bagi hasil/ nisbah merupakan suatu hasil atau imbalan dari suatu usaha yang mana usaha ini berasal dari suatu jerih payah dalam melakukan sebuah pekerjaan secara bersama, yang menggunakan *syirkah* kemudian bagi hasil ini dibagi secara adil sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak.

5. Penyelesaian Masalah

Apabila dalam suatu kerjasama terjadi adanya masalah maka masalah tersebut diselesaikan dengan mengambil jalan musyawarah. Yang mana penyelesaian masalah dengan cara musyawarah ini merupakan cara yang terbaik. Hal ini dikarenakan agar tidak terjadinya kesalah pahaman antara kedua belah pihak.

6. Berakhirnya *Syirkah*

Akad ini dapat berakhir karena adanya sebab-sebab umum dan khusus, berikut penjelasannya:[17]

a. Sebab Umum

a) Salah satu pihak membatalkannya dengan cara mengundurkan diri

b) Salah satu pihak kehilangan kecakapannnya bertindak hukum, seperti disebabkan karena gila

c) Salah satu pihak meninggal dunia. Karena akad ini dibagun atas dasar akad *wakalah*, dan akad *wakalah* hukumnya batal disebabkan meninggalnya salah satu pihak, maka *syirkah* pun hukumnya juga batal karena disebabkan meninggalnya salah satu pihak

d) Rusaknya harta yang dijadikan objek *syirkah*

[17] Enang hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2016), 156.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e) Berakhirnya masa akad *syirkah* sebagaimana yang telah ditentukan atas kesepakatan bersama

f) Menyalahi perjanjian sebagaimana yang telah disepakati bersama.

b. Sebab khusus

a) Hilangnya harta yang dijadikan objek *syirkah*. Hal ini hanya berlaku untuk jenis *syirkah inan dan syirkah mufawadhah.*

b) Berubahnya persamaan baik dalam modal, kerja, keuntungan dan agama. Berlaku hanya untuk *syirkah mufawadhah.*

C. Perbedaan Waralaba dan *Syirkah*

Waralaba *(franchise)* merupakan suatu kerja sama yang mana pihak *franchisor* memberikan izin atas hak kekayaan intelektual, yang mana pihak *franchisor* memberikan izin pemakaian nama dagang atau merek, produk, harga beserta sistemnya. Pada sistem waralaba ini sebenarnya tidaklah cocok untuk orang-orang yang mempunyai kreativitas yang tinggi hal ini dikarenakan pihak terwaralaba disini sifatnya pasif, yang mana pihak terwaralaba mengikuti format yang sudah ada.

Sedangkan waralaba dengan menggunakan *syirkah* penulis sudah menjelaskan diatas bahwa terdapat dua orang atau lebih yang sedang melakukan kerjasama yang mana terdapat pemberi modal dan pengelola modal, kerja sama ini ada dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan dan untuk pembagian keuntungan di bagi sesuai dengan kesepakatan bersama dan apabila mengalami kerugian maka kerugian tersebut juga dibagi bersama sesuai dengan kesepakatan bersama.

Berikut penulis dapat menyimpulkan bahwa terdapat persamaan dan perbedaan antara waralaba *(franchise)* dengan waralaba *syirkah*:

1. Waralaba *(Franchise)*

1) Tidak harus beragama Islam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2) Modal 100% dari pihak *franchise* dan pihak *franchisor* yang memberikan izin atas pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual, nama merek, logo serta sistem. *Franchisor* disini tidak ikut andil dalam pengelolaan usaha tersebut, namun pihak *franchisor* tidak melepaskan begitu saja. pihak *franchisor* mempunyai kewajiban untuk melatih baik dari cara pengelola produk, memberikan pelatihan seperti sistem operasional manajemen, pemasaran dan lain sebaginya.
3) Mempunyai tingkat kegagalan yang rendah, yang mana bisnis ini sangatlah membantu bagi pebisnis yang baru memulai atau pebisnis yang ingin mengembangkan bisnisnya menjadi semakin besar dan sukses. Karena pihak terwaralaba membeli Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), nama merek, logo, serta sistem yang digunakan oleh *franchisor*. Usaha *franchise* ini merupakan usaha yang lebih dulu beroperasi.
4) Mempunyai tingkat keberhasilan yang cukup tinggi, hal ini dikarenakan para investor bergabung dengan perusahaan yang lebih dahulu beroperasi dan sudah terbukti keuntungan atau kesuksesan dari usaha tersebut.
5) Di bebankan biaya-biaya seperti membayar *fee* atau *royalty* atas penggunaan hak kekayaan intelektual selama kerjasama berlangsung dan *royalty* ini dibayarkan selama satu bulan sekali berturut-turut selama kerjasama berakhir.
6) Usaha yang dijalankan tidak sepenuhnya sesuai dengan ketentuan Islam, karena produk yang diperjual belikan mengandung unsur haram misalnya produk dari hasil olahan daging babi, bangkai, darah, hewan najis dan lain sebagainya, atau barang yang dapat membahayakan bagi keselamatan pengguna begitupun usaha dalam penyediaan layanan jasa haram misalnya menyewakan tempat buat berjudi atau maksiat, yang mana hal ini sudah jelas-jelas terdapat kemudaratannya bagi umat muslim.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) Apabila terjadi suatu masalah, maka jalan yang akan diambil yaitu dengan cara diselesaikan melalui Pranata Arbitrase dan Aternatif Penyelesaian Masalah.

2. Waralaba *Syirkah*

1) Harus beragama Islam
2) Modal 100% dari pihak *franchise* dan pihak *franchisor* sebagai pengelola dari modal yang diberikan oleh pihak *franchise*
3) Mempunyai tingkat kegagalan yang rendah, yang mana bisnis ini sangatlah membantu bagi pebisni yang baru memulai atau pebisnis yang ingin mengembangkan bisnisnya menjadi semakin besar dan sukses. Karena pihak terwaralaba bergabung dan membeli Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), nama merek, logo, serta sistem yang digunakan oleh *franchisor*. Usaha f*ranchise* ini merupakan usaha yang lebih dulu beroperasi.
4) Mempunyai tingkat keberhasilan yang cukup tinggi, hal ini dikarenakan para investor bergabung dengan perusahaan yang lebih dahulu beroperasi dan sudah terbukti keuntungan atau kesuksesan dari usaha tersebut.
5) Usaha yang digeluti sudah pasti berkah, Hal ini dikarenakan seluruh ketentuan dan syarat-syarat *syirkah* sesuai dengan teori ekonomi Islam.
6) Di bebaskan dari beban biaya *royalty fee*, yang mana biaya ini diwajibkan dibayarkan oleh pihak *franchise* setiap bulannya kepada *franchisor* sebagai biaya penggunaan hak merek dagang. Besarnya ongkos *royalty fee* kisaran dari 5-15% dari penghasilan kotor. Besaran ongkos *royalty* yang layak sebesar 10%, apabila ongkos *royalty* ini lebih dari 10% terdapat biaya pemasaran yang perlu ditanggung jawabkan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

7) Usaha yang dijalankan sudah pasti terbebas dari kemudaratan atau kerusakan bagi umat muslim. Karena Islam melarang keras adanya keudaratan seperti menjual bahan olahan daging babi, minuman berakohol dan lain sebagainya.
8) Untuk pembagian keuntungan di *syirkah* ini menggunakan sistem bagi hasil dan hasil dari usaha tersebut dibagi hasilkan secara adil sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak.
9) Apabila suatu usaha mengalami suatu masalah, maka dalam *syirkah* jalan yang diambil yaitu dengan cara bermusyawarah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB III

TINJAUAN UMUM

PROFIL RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO

A. Profil Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

1. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Berdirinya rumah makan Ayam Goreng Nelongso bermula dari minimnya ekonomi yang mengharuskan Bapak Nanang Suherman untuk membuka bisnis ini dengan istri beliau. Selain minimnya perekonomian, bersamaan dengan istri beliau yang sedang hamil besar dan pastinya sangat membutuhkan uang yang banyak untuk membiayai biaya persalinan istri beliau, maka dari itu beliau memutuskan untuk mulai membangun usaha kuliner ini. Pada saat itu beliau membangun usaha dengan bermodalkan niat dan juga bermodalkan uang sebanyak Rp. 500.000,00 untuk membangun usaha kuliner yang sampai saat ini bisnis beliau terbilang sangatlah sukses.

Ayam Goreng Nelongso merupakan rumah makan cepat saji yang terletak di kota Malang tepatnya yang beralamat di jalan Soekarno Hatta Pujasera Malang, rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini menyediakan berbagai menu olahan penyetan dan rumah makan ini juga salah satu restoran yang buka 24 jam setiap harinya dan menjual makanan dengan harga yang paling murah sebesar Rp. 5.000,00.

Pada bulan desember tahun 2012 merupakan tahun dimana rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini berdiri. Sebelum berdirinya Ayam Goreng Nelongso, awalnya beliau berjualan dipinggir jalan dengan berbagai aneka lalapan didaerah Karangploso Malang. Dengan kurang strategisnya lokasi, akhirnya Bapak Nanang Suherman memutusan untuk pindah berjualannya ke daerah Pujasera didaerah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Soekarno Hatta Malang dengan berjualan aneka menu olahan bebek. Dengan berjalannya waktu mengingat waktu itu harga bebek semakin mahal maka Bapak Nanang Suherman memutuskan untuk menambah varian produknya yaitu dengan berjualan aneka olahan ayam dan pada waktu itu nama menu ayam pertama kali adalah ayam goreng nelongso dengan komposisi nasi, ayam goreng bagian ceker dan sayap dan sambal korek, dengan harga jual sampai saat ini hanya Rp. 5.000,00/ porsinya.

Pemilihan lokasi rumah makan Ayam Goreng Nelongso sangatlah strategis dikarenakan berdekatan dengan kampus. Hal ini dapat memberikan dampak yang positif bagi kejayaan Ayam Goreng Nelongso pada saat itu, di karenakan rumah makan ini menjual menu makanan yang paling murah (menu ayam goreng nelongso dengan harga Rp. 5.000,00), harga sesuai kantong mahasiswa. Dengan adanya menu ayam goreng nelongso ini, rumah makan jadi memiliki identitas dan ciri khas tersendiri hingga saat ini rumah makan Ayam Goreng Nelongso menjadi rumah makan yang patut diperhitungkan di kalangan masyarakat.

Dengan berjalannya waktu Bapak Nanang Suherman membuat strategi baru untuk mengembangkan bisnisnya yaitu *Delivery Order* yang mana rumah makan ini siap menerima pesan antar. Menerima pesanan dengan siap antar pesanan yang telah dipesan ke tempat pelanggan dengan bebas ongkir. Strategi ini disebarkan melalui brosur ke kampus-kampus, kos dan lain-lain.

Setelah menyebarkan brosur ke kampus-kampus, kos-kosan dan tempat lainnya telah membawakan hasil yang bagus. Rumah makan Ayam Goreng Nelongso semakin hari semakin meningkat semakin banyak permintaan *delivery* dan membuat rumah makan Ayam Goreng Nelongso semakin dikenal oleh masyarakat setempat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semakin banyak yang mengenal rumah makan Ayam Goreng Nelongso semakin banyak pula *freelance/ sales delivery* yang ikut bergabung bekerjasama dengan Ayam Goreng Nelongso. Dengan berjalannya waktu permintaan *delivery* semakin banyak dan outlet juga semakin ramai, berawal dari situlah orang-orang mulai mengenal rumah makan Ayam Goreng Nelongso terutama di kalangan Mahasiswa.

Dengan Berjalannya waktu yang tadinya hanya 2 orang karyawan *delivery* dan 2 orang karyawan warung, dari outlet kecil di daerah Pujasera Malang sekarang beliau sudah mempunyai kurang lebih 65 outlet di 12 kota dengan jumlah karyawan kurang lebih 2.000-5.000 karyawan.

2. Sejarah Berdirinya Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Cabang Surabaya

Ayam Goreng Nelongso Surabaya pertama kali buka cabang di daerah Nginden Semolowaru Surabaya pada tanggal 28 maret 2016 dengan mitra Bapak Gurnito. Beliau pertama kali ikut bergabung dengan perusahaan Ayam Goreng Nelongso cabang Malang. Kemudian beliau membuka cabang lagi di wilayah Surabaya yang beralamat di Jl. Nginden Semolowaru Surabaya. Yang merupakan gerai pertama di kota Surabaya. Beliau yakin dengan pembukaan cabang di wilayah Surabaya akan sangat menguntungkan pada bisnisnya, hal ini dikarenakan pemilihan lokasi penjualan yang sangat berdekatan dengan beberapa kampus di Surabaya yakni Universitas 17 Agustus, Universitas Dr. Soetomo dan Universitas Perbanas. Dengan berdekatan beberapa kampus di Surabaya, strategi marketing Ayam Goreng Nelongso sendiri dengan target pasarnya yaitu mahasiswa dengan kisaran 75%, masyarakat umum dengan kisaran 25%.[1]

[1] Bramastyo, *Wawancara*, Surabaya, 12 Januari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Menurut beliau, beliau yakin dengan prospek kedepannya rumah makan Ayam Goreng Nelongso pasti akan berkembang pesat, hal ini dikarenakan berbisnis kuliner dengan berbagai olahan penyetan dan beberapa varian sambal secara gratis menurut beliau itu sangatlah bagus dan menarik dan pastinya berbisnis kuliner kedepannya semakin meningkat bukan semakin menurun, dan beliau yakin untuk menjadi mitranya".[2]

Setelah itu diikuti dengan pembukaan cabang baru yaitu di daerah Arif Rahman Hakim Surabaya tepatnya di daerah Klampis, cabang kedua di kota Surabaya ini merupakan outlet non *franchise* yang mana cabang kedua ini merupakan milik Bapak Nanang Suherman bukan dari *franchise/* mitra.

Kemudian dengan berjalannya waktu Ayam Goreng Nelongso membuka cabang baru keberbagai wilayah, dan sekarang jumlah outlet yang ada di cabang Surabaya sudah mencapai 10 outlet yang tersebar di kota Surabaya.

Berikut cabang Ayam Goreng Nelongso yang tersebar di kota Surabaya:

1. Ayam Goreng Nelongso cabang Untag yang beralamat di Jl. Nginden Semolowaru Surabaya.
2. Ayam Goreng Nelongso cabang Klampis yang beralamat di Jl. Arif Rahman Hakim Surabaya.
3. Ayam Goreng Nelongso cabang Mulyosari yang beralamat di Jl. Raya Mulyosari, Kalisari, Kec. Mulyorejo Surabaya.
4. Ayam Goreng Nelongso cabang Panjang Jiwo yang beralamat di Jl. Raya Tenggilis, Kali Rungkut, Surabaya.
5. Ayam Goreng Nelongso cabang UPN yang beralamat di Jl. Gunung Anyar Surabaya dekat kampus UPN.

[2] Gurnito, *Wawancara*, Malang, 10 Februari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6. Ayam Goreng Nelongso cabang Unesa yang beralamat di Jl. Ketintang Madya No. 75 Surabaya.
7. Ayam Goreng Nelongso cabang Wijaya Kusuma yang beralamat di Jl. Dukuh Kupang xx No. 10a Duku Pakis Surabaya.
8. Ayam Goreng Nelongso cabang Dharmawangsa yang beralamat yang beralamat di Jl. Dharmawangsa No. 94 Airlangga Kec. Gubeng Surabaya.
9. Ayam Goreng Nelongso cabang Wiyung yang beralamat di Jl. Raya Wiyung Ruko Babatan Pratama No. A2 Wiyung Surabaya.
10. Ayam Goreng Nelongso cabang Siwalankerto yang beralamat di Jl. Siwalankerto No. 88, Wonocolo, Surabaya.

Ayam Goreng Nelongso merupakan suatu rumah makan siap saji yang menyediakan berbagai menu olahan ayam, bebek dan ikan. Rumah makan ini sebenarnya sama dengan rumah makan yang menjual berbagai olahan penyetan lainnya hanya saja di rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini sangatlah menarik hal ini dikarenakan rumah makan ini menyediakan 6 macam varian sambal yang disediakan untuk pelanggan khusus makan ditempat.

6 macam varian sambal diantaranya:

1) Sambal korek pedas
2) Sambal korek tidak pedas
3) Sambal teri
4) Sambal mangga muda
5) Sambal ebi
6) Sambal ijo

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Saat ini, rumah makan ayam Goreng Nelongso sudah memiliki izin legalitas yang bersertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia), NPWP, SIUP dan lain sebagainya.

B. Perkembangan Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Sejak tahun 2012, Ayam Goreng Nelongso sudah berdiri. Dimana dulu hanya terdapat satu gerai makan saja yang terletak dikota Malang, yang berukuran hanya 3 x 3m saja. Kini Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso merupakan rumah makan yang saat ini dapat diperhitungkan. Dengan berjalannya waktu rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini bermetamorfosa semakin sukses, semakin besar. Dulu hanya ada satu rumah makan saja kini Ayam Goreng Nelongso tersebar lebih dari 10 kota besar, diantaranya dikota Malang, Surabaya, Sidoarjo, Jember, Gresik, Bandung, Jakarta, Kediri, Yogyakarta, Madiun dan seterusnya.

Ayam Goreng Nelongso memiliki gambaran rencana bisnis kedepannya sesuai dengan kemampuan manajemen tim, SDM dan permodalan. Ayam Goreng Nelongso membuat gambaran peta bisnis selama satu tahun kedepan yang mencakupi target pembukaan per tahun, rencana tanggal serta bulan renovasi dan opening, target tempat, dan daerah rencana pembukaan outlet yang telah di *survey* sesuai dengan kriteria pasar Ayam Goreng Nelongso dan rencana target tersebut telah tersusun secara jelas dalam satu tahun kedepan dengan target rata-rata 35 outlet/tahun. Outlet akan tersebar di seluruh Indonesia dengan kriteria daerah market yang berada dikota besar padat penduduk atau kawasan kampus.[3]

C. Visi dan Misi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Ayam Goreng Nelongso pada saat ini memiliki lebih dari 6 cabang yang sedang berkembang dibeberapa kota besar seperti Malang, Surabaya, Bandung, Sidoarjo, Gresik,

[3] Booklet Ayam Goreng Nelongso.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Madiun, Jakarta, Jember, Pare, Mojokerto, Tulungagung dan lain-lain. Seiring dengan berkembangnya rumah makan Ayam Goreng Nelongso ingin menggandeng perusahaan anda untuk tumbuh bersama kami sesuai dengan visi dan misi kami, sebagai berikut:

1. Visi Ayam Goreng Nelongso

   Menjadi perusahaan yang mampu mewujudkan sukses bersama, kaya bersama dengan menerapkan Trendi sehingga tercipta jalinan kerjasama dan silaturahmi penuh berkah dan selamat dunia akhirat.

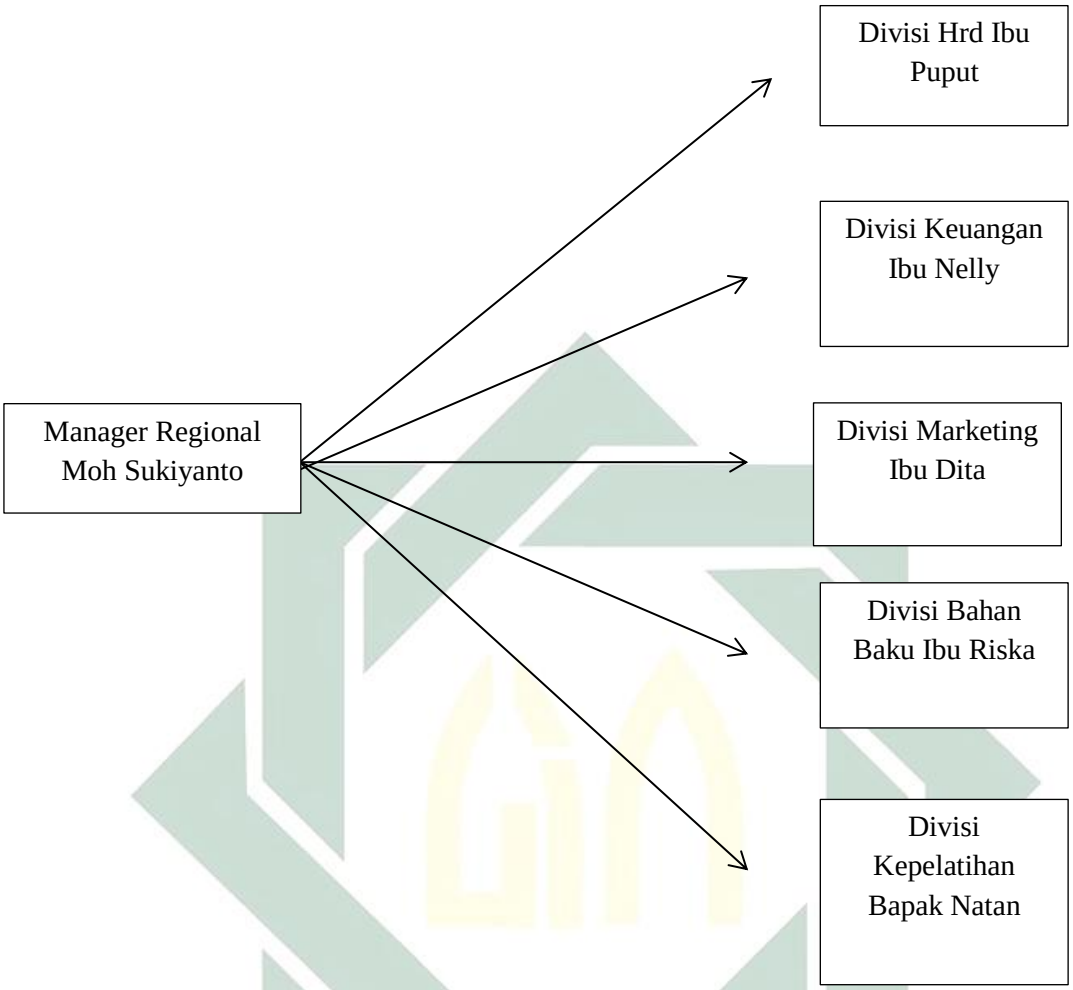
2. Misi Ayam Goreng Nelongso
   a. Taqwa kepada Allah Swt
   b. Ramah dalam segala kondisi (terutama dalam memberi pelayanan kepada customer)
   c. Energik (selalu dalam kondisi energik dan semangat mencapai sukses)
   d. Norma (menjunjung tinggi nilai norma sopan santun, adat istiadat, dan sejarah berdirinya perusahaan)
   e. Dedikasi (bekerja dengan tanggung jawab penuh sebagai dedikasi terhadap perusahaan serta keluarga)
   f. Indah (selalu mengedepankan keindahan dalam segala hal).

D. Struktur Organisasi Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Cabang Surabaya

Berikut struktur organisasi yang ada di rumah makan Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Gambar 3.1
Struktur Organisasi RM. Ayam Goreng Nelongso Surabaya



Sumber: Wawancara Markeing Ayam Goreng Nelongso Surabaya, 2020

Berikut adapun tugas dan wewenang dalam struktur organisasi diatas sebagai berikut:

1) Manager Regional

Manager regional merupakan kedudukan yang paling tinggi di rumah makan Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya.

Adapun tugas yang menjadi tanggung jawab sebagai manager regional cabang Surabaya:

a. Memastikan tujuan perusahaan sesuai dengan standart operasional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. Memiliki wewenang untuk mengatasi semua masalah baik masalah yang ada di divisi HRD, Keuangan, Marketing, Pergudangan, stok bahan baku, dan lain sebagainya

2) Divisi HRD

a. Mengurusi masalah beban gaji karyawan

b. Mengurusi sumber daya manusia (SDM)

c. Mengurusi keluar masuknya persuratan

3) Divisi Keuangan

Divisi keuangan mempunyai tugas dan kewenangan untuk mengelola keseluruhan keuangan perusahaan baik pengeluaran maupun pemasukan yang ada.

Tugas dan tanggung jawab divisi keuangan sebagai berikut:

a. Menerima dan memastikan setoran manager lapangan sesuai dengan laporan.

b. Mengatur semua pengeluaran bahan baku dari *supplier*, pengeluaran alat tulis kantor dan pengeluaran lain sebagainya.

4) Divisi Marketing

a. Memastikan promo baik *online* maupun *offline* berjalan sesuai dengan ketentuan yang berlaku

b. Memastikan kondisi gerai selalu stabil, apabila kondisi gerai sedang menurun maka tugas marketing adalah menganalisa kenapa kondisi gerai bisa menurun

c. Membuat promo baik *online* maupun *offline*

d. Mencari *sponsorship* atau kerjasama antar mahasiswa, kantor, travel, hotel dan lain sebagainya.

5) Divisi Bahan Baku

a. Memastikan ketersediaan stok bahan baku dengan jumlah yang sudah ditentukan

b. Memastikan harga bahan baku sesuai dengan perjanjian di awal kontrak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

6) Divisi Kepelatihan

a. Memastikan cita rasa dan *food plating* menu sesuai dengan standart operasional yang ada

b. Melatih semua *cheff* agar cita rasa dan kualitas tetap terjaga.

E. Jumlah Karyawan

Total karyawan setiap outlet berjumlah tidak kurang dari 30 karyawan termasuk kasir, *freelance* dan *customer service* (CS). Semua karyawan ini diawasi langsung oleh manager lapangan yang bertugas, karyawan ini bekerja secara cepat dan ramah terhadap pelanggan. Jadi kalau ditotal keseluruhannya jumlah karyawan se-Surabaya sebanyak 300 karyawan yang bergabung di rumah makan Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya.

F. Menu yang Disediakan Ayam goreng Nelongso

Adapun menu-menu yang disediakan di rumah makan Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya terbagi menjadi 3 macam menu yaitu menu makanan, menu minuman dan menu tambahan berikut penjelasannya:

a) Menu Makanan

Tabel 3.1
Datar Menu Makanan Ayam Goreng Nelongso

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

No	Menu	Harga
1	Ayam Goreng Nelongso	Rp 5.000
2	Ayam Kepruk	Rp 10.500
3	Ayam Bakar	Rp 11.500
4	Ayam Goang	Rp 11.500
5	Ayam Plecing	Rp 11.500
6	Ayam Crispy	Rp 12.000
7	Chicken pok-pok	Rp 17.000
8	Ayam Kampung	Rp 19.000
9	Bebek Goreng Sambal Pete	Rp 27.000
10	Bebek Goreng Sambal Matah	Rp 23.500
11	Bebek Goreng Sambal Bawang	Rp 23.500
12	Bebek Goreng Sambal Ijo	Rp 25.000
13	Bebek Goreng Jumbo	Rp 25.500
14	Bebek Bakar Jumbo	Rp 25.500
15	Ikan Lele Goreng	Rp 13.500
16	Ikan Lele Bakar	Rp 13.500
17	Ikan Nila Goreng	Rp 17.000
18	Ikan Nila Bakar	Rp 17.500

Sumber : Buku daftar menu Ayam Goreng Nelongso Surabaya

Menu yang ada pada tabel diatas merupakan menu makanan yang disediakan di rumah makan Ayam Goreng Nelongso dengan harga yang paling murah yaitu 5000 degan menu ayam goreng nelongso dan yang paling mahal yaitu menu olahan bebek goreng/bakar dengan harga 25.500. Namun harga tersebut merupakan harga standart untuk pelanggan.

b) Menu Minuman

Tabel 3.2
Daftar Menu Minuman Ayam Goreng Nelongso

No	Menu	Harga
1	Es Teh	Rp 3.500
2	Jeruk	Rp 4.500
3	Susu Putih	Rp 5.500
4	Milo	Rp 5.500
5	Cappucino	Rp 5.500
6	Moccacino	Rp 5.500
7	Es Mega Mendung	Rp 12.500
8	Es Soda Gembira	Rp 12.500
9	Es Soda Nelongso	Rp 12.500
10	Teh Pucuk	Rp 5.500
11	Air Mineral Adora	Rp 3.500

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Sumber : Buku daftar menu Ayam Goreng Nelongso Surabaya

Menu minuman diatas yang disediakan Ayam Goreng Nelongso dengan harga yang paling murah 3.500 dengan menu minuman es teh dan air mineral.

c) Menu Tambahan

Tabel 3.3
Daftar Menu Tambahan Ayam Goreng Nelongso

No	Menu	Harga
1	Kulit Krenyes	Rp 13.500
2	Jamur Crispy	Rp 8.500
3	Tahu Goreng	Rp 4.500
4	Aneka Sambal Per Item	Rp 3.000
5	Nasi Putih	Rp 4.500
6	Cah Jamur	Rp 8.500
7	Cah Kangkung	Rp 7.500
8	Terong Penyet	Rp 7.500

Sumber : Buku daftar menu Ayam Goreng Nelongso Surabaya

Menu tambahan diatas yang disediakan Ayam Goreng Nelongso dengan harga yang paling murah 3.000 dengan menu aneka macam sambal.

Dengan menu-menu yang disediakan baik menu makanan, minuman maupun menu tambahan berharap menu-menu diatas mampu menarik perhatian masyarakat untuk berkunjungan dan membeli di Ayam Goreng Nelongso cabang Surabaya. Menu-menu diatas sudah terjamin kualitas rasa, kebersihan, higienis karena semua sudah teruji di lembaga MUI.

G. Pelaksanaan *Syirkah* dan Mekanisme Bagi Hasil di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Cabang Surabaya

1. Pelaksanaan *Syirkah* di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Di dalam suatu kerjasama waralaba yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso terdapat unsur-unsur yang harus ada dalam sebuah kerjasama, sebagai berikut penjelasannya:

a. Pihak yang Bekerjasama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penerapan *syirkah* di rumah makan Ayam Goreng Nelongso, dimana terdapat dua orang atau lebih yang melakukan kerjasama. Di rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini menerapkan sistem waralaba berbasis syariah yang menerapkan *syirkah*, yang mana pihak Ayam Goreng Nelongso memberikan lisensi/izin kepada pihak mitra untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) seperti pemanfaatan penggunaan nama merek dagang, produk sampai sistem manajemen operasionalnya.

b. Akad Perjanjian

Akad perjanjian kerjasama ini sesuai dengan ketentuan yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba yaitu perusahaan Ayam Goreng Nelongso kepada mitra. Akad perjanjian ini ditanda tangani langsung oleh kedua belah pihak di kantor pusat Ayam Goreng Nelongso yang beralamat di Jl. Cakalang No 100A Blimbing Malang. Pada saat pelaksanaan akad, pihak mitra mengungkapkan bahwa beliau memberikan modal kepada pihak Ayam Goreng Nelongso secara tunai dengan jumlah yang telah disepakati dan pihak Ayam Goreng Nelongso mengungkapkan bahwa beliau memberikan lisensi/izin kepada pihak mitra untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) seperti pemanfaatan penggunaan nama merek dagang, produk sampai manajemennya.

c. Objek Kerjasama

Objek kerjasama merupakan satu hal penting yang harus diperhatikan oleh kedua belah pihak dalam melakukan kerjasama. Objek dari *syirkah* adalah berupa modal, hak kekayaan intelektual dan *skill*, sedangkan objek dari waralaba adalah modal dan kekayaan intelektual yang dimiliki oleh *franchisor*.

d. Pengelola Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pengelola di rumah makan Ayam Goreng Nelongso di serahkan kepada pihak pewaralaba yaitu pihak Ayam Goreng Nelongso, yang mana pihak pewaralaba yang mengatur, yang mengelola baik dari manajemennya, dari pelatihan, dan sebagainya semua yang mengelola pihak pewaralaba, sedangkan pihak terwaralaba hanya menerima hasilnya saja dan menerima laporan yang dikirim setiap harinya oleh pihak manajemen.

Pihak terwaralaba tidak boleh ikut serta dalam pengelolaan mengenai sistem yang sudah ada. Namun pihak terwaralaba diberikan suara untuk mengusulkan pendapatnya untuk kemajuan Ayam Goreng Nelongso.

e. Penyelesaian masalah/perselisihan

Apabila terjadi permasalahan diantara kedua belah pihak maka jalan yang diambil adalah bermusyawarah. Hal ini dikarenakan suatu keputusan tidak bisa disimpulkan/ diambil oleh satu suara saja harus diputuskan secara bersama-sama agar tidak timbul kesalahpahaman antara kedua belah pihak.

f. Berakhirnya *Syirkah* di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Suatu perjanjian akan berakhir apabila masa kontrak telah usai atau salah satu pihak memutuskan untuk mengakhiri perjanjian *syirkah.*

2. Mekanisme Bagi Hasil di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Mekanisme adalah metode atau tata cara guna untuk mengelola sesuatu dengan tujuan untuk memperoleh hasil. Bagi hasil adalah berbagi keuntungan antara kedua belah pihak yang saling bekerjasama kemudian keuntungannya akan dibagi hasilkan secara adil. Jadi mekanisme bagi hasil adalah tata cara atau metode yang digunakan untuk mengelola hasil keuntungan yang kemudian keuntungan tersebut dibagi hasilkan secara adil sesuai dengan kesepakatan diawal.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut adapun mekanisme bagi hasil di rumah makan Ayam Goreng Nelongso sebagai berikut:

a. Pembagian Keuntungan

Mekanisme bagi hasil yang dilakukan oleh rumah makan Ayam Goreng Nelongso adalah bagi hasil dengan menggunakan metode *profit sharing*, di mana bagi hasil dihitung dari pendapatan bersih setelah dikurangi pendapatan kotor.

Pembagian keuntungan *syirkah* Ayam Goreng Nelongso memberikan bagi hasil dengan dua tahap yaitu:

1. Bagi hasil sebelum BEP (*break event point)*

   Pembagian bagi hasil sebelum BEP atau balik modal dengan persentase 75%:25%, yang mana 75% untuk mitra dan 25% untuk Ayam Goreng Nelongso. Hal ini guna untuk memuaskan atau menyenangkan hati mitra agar merasa puas bekerjasama dengan Ayam Goreng Nelongso.

2. Bagi hasil setelah BEP *(break event point)*

   Pembagian bagi hasil setelah BEP atau balik modal dengan kisaran 50%:50%, yang mana 50% untuk mitra dan 50% nya lagi untuk Ayam Goreng Nelongso. Mengingat outlet yang sudah balik modal maka pembagian hasilnya dibagi *fifty-fifty*.

Pembagian diatas dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama diawal kontrak dan masing-masing pihak menyepakati itu semua. Pembagian hasil diatas didapat dari pengurangan omset kotor dikurangi biaya-biaya sehingga menghasilkan omset bersih.

Adapun biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh rumah makan Ayam Goreng Nelongso, sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

1) Pajak

Pajak usaha yang harus dikeluarkan oleh Ayam Goreng Nelongso adalah sebesar 10% dari pendapatan kotor.

2) Biaya Operasional

Biaya operasional yang harus dikeluarkan oleh Ayam Goreng Nelongso meliputi beban gaji karyawan, beban listrik, beban air, beban sedot limbah, beban sewa tempat dan lain-lain.

b. Tanggungan Kerugian

Tanggungan kerugian, apabila outlet mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung secara bersama dengan kisaran 50%:50% dan apabila kerugian disebabkan oleh kelalaian pihak Ayam Goreng Nelongso maka kisaran kerugian ditanggung oleh pihak Ayam Goreng Nelongso.[4]

H. Tahapan-Tahapan Kerjasama *Franchise* Pada Ayam Goreng Nelongso

Berikut terdapat tahapan-tahapan dalam kerjasama *franchise* pada Ayam Goreng Nelongso, sebagai berikut:[5]

1. Presentasi bisnis

Sebelum kerjasama terjadi Ayam Goreng Nelongso mempresentasikan bisnis kuliner tersebut kepada calon mitra. Di sini pihak Ayam Goreng Nelongso menjelaskan semua bagaimana mekanisme bekerja sama dengan Ayam Goreng Nelongso, system pembagian hasil, akad yang digunakan hingga memberikan gambaran kepada mitra mengenai prospek kedepannya.

2. Pengisian formulir calon *franchise*

Setelah mitra mempresentasikan bisnis tersebut, Calon mitra diarahkan untuk melakukan pengisian formulir calon mitra. Yang mana formulir tersebut sebagai

[4] Gatot, *Wawancara*, Malang 25 Januari 2020.
[5] Boklet Ayam Goreng Nelongso

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bukti keseriusan calon mitra untuk bergabung dengan perusahaan PT. Bersama Mencapai Puncak.

3. *Survey* lokasi

Survey lokasi ini dilakukan oleh tim renovasi Ayam Goreng Nelongso, berikut terdapat kriteria lokasi sebagai berikut:

a) Lokasi strategis yang padat penduduk atau dekat dengan kampus-kampus, hal ini di karenakan menyesuaikan dengan target pasar yaitu mulai dari kalangan Mahasiswa/ I, Keluarga karyawan swasta/umum.
b) Pemilihan lokasi tidak di daerah pedesaan
c) Lokasi mudah untuk ditemukan oleh masyarakat umum
d) Lokasi sering dilalui oleh masyarakat umum

Apabila lokasi yang disediakan oleh pihak mitra sesuai dengan keriteria lokasi diatas dan pihak tim Ayam Goreng Nelongso merasa cocok, maka akan dilanjutkan oleh tim renovasi Ayam Goreng Nelongso untuk melakukan perencanaan pengerjaan renovasi dan melakukan estimasi biaya renovasi gerai Ayam Goreng Nelongso cabang baru.

4. Diskusi operasional *schedule* pengerjaan dari tim manajemen Ayam Goreng Nelongso.

Pengerjaan outlet Ayam Goreng Nelongso di tentukan oleh tim manajemen Ayam Goreng Nelongso mulai dari perenovasian gerai baru Ayam Goreng Nelongso serta menentukan tanggal *grand opening*. Diskusi ini dilakukan oleh kedua belah pihak yaitu pihak manajemen Ayam Nelongso dan pihak *franchise*.

5. Pengajuan proposal dan estimasi biaya kepada mitra

Setelah survey lokasi dan berdiskusi mengenai lokasi tersebut, kemudian pihak Ayam Goreng Nelongso mengajukan proposal serta estimasi biaya yang harus

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dikeluarkan oleh pihak mitra untuk kerjasama *franchise.* Estimasi biaya ini meliputi biaya-biaya sesuai dengan RAB yang dibuat oleh pihak Ayam Goreng Nelongso.

6. Jika proposal disetujui oleh pihak *franchise* maka akan dilanjutkan dengan penandatanganan *MOU* perjanjian *franchise* didepan notaris dan dibarengi dengan penyerahan uang investasi oleh mitra.
7. Pembangunan outlet dan melakukan program *training* tahap satu dengan pemantapan *hard skill* oleh karyawan semua divisi yang dilakukan di outlet lama Ayam Goreng Nelongso.

   Selama proses perenovasian outlet baru, pihak manajemen Ayam Goreng Nelongso melakukan pelatihan/ *training* kepada seluruh karyawan sebagai pemantapan *hard skill. Training* ini di lakukan di outlet lama Ayam Goreng Nelongso sampai *grand opening.*
8. Pemantapan *soft training* tahap kedua dengan metode motivasi, *coaching* dan pematangan untuk etika pelayanan dan cara berkomunikasi kepada pelanggan.
9. Persiapan *opening*

   Untuk mempersiapkan *opening* yang perlu di siapkan oleh pihak manajemen adalah sebagai berikut:

Tabel 3.4

Cheklist Opening Ayam Goreng Nelongso

No	Program	Item	Keterangan
1	Sebar Brosur	Brosur *Opening* Cetak brosur	Brosur di sebar luaskan di pinggir jalan, masyarakat umum, dengan tujuan untuk memberitahu cabang baru Ayam Goreng Nelongso.
2		Brosur Regular	
3	Media Lokal	*Paid Promod* Akun Media Lokal	Selain menggunakan media *offline*, pemberitahuan ini juga di sebar luaskan secara *online*, menggunakan media seperti instagram, facebook , *whatsapp.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

4	Selebgram Lokal	*Review* Selebgram Lokal	Sebagai pengenalan outlet serta produk kepada masyarakat setempat maka manajemen Ayam Goreng Nelongso juga mengundang beberapa selebgram untuk membatu promosi atau *paid promote.*
5	Visual Outlet	Cetak roll banner jum'at an, akrilik A5, stiker tulisan	Perlengkapan outlet
6		Akrilik A5	
7		Cetak A3 Tulisan sambal gratis	
8		Cetak stiker 2 varian sambal gratis	
9		Cetak A5 (Daftar menu)	
10		Garansi Makan Hangat & Kecepatan pelayanan	
11	Demo Karyawan	Cetak banner Demo	Selama persiapan *grand opening*, pihak manajemen melakukan demo karyawan untuk memberitahukan kepada masyarakat setempat kalau Ayam Goreng Nelongso membuka cabang baru.
12		Persiapan demo (karton dan spidol)	
13		Pengawalan Polisi Menggunakan Mobil	
14		Konsumsi demo (Snack Box + Minum)	
15	Makan Gratis	Stempel Tanggal	Mempersiapkan voucher makan gratis untuk *grand opening.*
16		Gunting	
17		FC Kuesioner opening	
18		HPP Makan Gratis	
19	Media Visual & Audio	Sound system	Sebagai media promosi saat *grand opening* berlangsung.
20		Batu baterai (untuk mic)	
21		3 FD	
22	Banner Depan Outlet	Banner Cooming Soon Depan Outlet	Sebagai media promosi saat grand opening berlangsung.
23		Banner Grand Opening Depan Outlet	
24	HP penjualan online	HP untuk Go food & Grab Food	
25		Nomer HP Bekasi	
26	Iklan Bersponsor	Iklan FB Ads & IG Ads	Sebagai media promosi saat grand opening berlangsung.
27	Titik Maps	Titik Google Maps	Untuk memudahkan customer menemukan lokasi Ayam Goreng Nelongso.
28	WA Blast	WA Blast	Sebagai media promosi saat grand opening berlangsung.
29	Undangan makan gratis	Undangan Komunitas/UKM/Instansi	Untuk pengenalan outlet dan produk
30	E-voucher	E-Voucher Story IG	Sebagai media promosi saat grand opening berlangsung.
31	Banner	Vertical	Sebagai media promosi saat grand

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	Pinggir Jalan	Banner/Spanduk/Umbul-umbul	opening berlangsung.

Sumber : Wawancara dengan ibu Dita Marketing

Tabel di atas merupakan rincian yang perlu di persiapkan oleh pihak manajemen Ayam Goreng Nelongso sebelum *grand opening* berlangsung.

10. *Soft opening* atau promosi voucher (makan gratis) dilakukan dengan cara promosi makan gratis 500 porsi selama 5 hari berurut-turut. Promosi ini di tayangkan melalui media online seperti penyebaran dengan menggunakan media instagram, facebook, serta media *offline* seperti penyebaran brosur, pemasangan banner, x-banner pinggir jalan dan lain sebagainya. Hal ini agar masyarakat setempat mengetahui kalau ada pembukaan cabang baru dan bagi-bagi makan gratis.
11. *Grand opening*.

    Pembukaan cabang di meriahkan dengan pembagian *voucher* atau kupon makan gratis sebanyak 500 porsi selama 5 hari berturut-turut, hal ini dengan tujuan sebagai pengenalan produk kepada masyarakat umum.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB IV

ANALISIS AKAD *SYIRKAH* PADA RUMAH MAKAN AYAM GORENG NELONGSO CABANG SURABAYA

A. Hasil Analisis Tentang Implementasi Akad *Syirkah* Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso

Syirkah merupakan akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih yang mana masing-masing pihak bersepakat untuk menjalankan usaha, dan apabila pada usahannya mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung bersama dan keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan di awal perjanjian.

Implementasi *syirkah* pada Ayam Goreng Nelongso, semua modal ditanggung oleh pihak mitra dan pihak Ayam Goreng Nelongso yang mengelolanya, jadi pihak mitra disini hanya sebagai mitra pasif saja, mitra hanya menyerahkan modal sesuai yang di tentukan oleh pihak Ayam Goreng Nelongso berdasarkan dengan Rencana Anggaran Biaya (RAB) nya dan RAB nya disepakati bersama diawal kontrak.

Untuk mengetahui lebih dalam mengenai gambaran tentang implementasi *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Akad

   Akad merupakan suatu perjanjian baik secara lisan ataupun tulisan yang memuat ijab (penawaran) dan qabul (penerimaan). Agar dapat memudahkan penulis untuk menjelaskan mengenai akad, penulis akan menjelaskan mengenai beberapa perbedaan dan persamaan antara waralaba dan *syirkah* yang dilakukan oleh rumah makan Ayam Goreng Nelongso dengan waralaba dan *syirkah* secara teori.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Berikut pemaparan mengenai persamaan dan perbedaan *syirkah* yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso dengan teori, berikut penjelasannya:

Tabel 4.1
Persamaan dan Perbedaan *Syirkah* Yang Diterapkan Oleh Ayam Goreng Nelongso Dengan Teori

No	**Ketentuan**	**Waralaba**	***Syirkah***	***Syirkah* di Ayam Goreng Nelongso**
1	Akad	Tertulis	Lisan dan tertulis	Lisan dan tertulis
2	Objek	Hak kekayaan intelektual (HAKI) dan modal	Modal dan skill	Hak kekayaan intelektual (HAKI), modal dan skill
3	Pihak yang bekerjasama	Pemberi dan penerima waralaba	*Shahibul al-mal* dan *mudarib*	*Shahibul al-mal* dan *mudarib*
4	Nisbah	Keuntungan	Bagi hasil	Bagi hasil
5	Hak dan kewajiban pihak	Ada	Ada	Ada
6	Bantuan dan fasilitas	Pelatihan	Tidak ada	Pelatihan
7	Mengatasi permasalahan	Ada	Ada	Ada
8	Pembayaran ganti rugi	Ada	Ada	Ada
9	Pilihan hukum	Ada	Tidak ada	Ada

Dapat kita lihat waralaba dan *syirkah* pada tabel diatas, bahwa keduanya memiliki persamaan dan perbedaan yang jelas dimana semua ketentuan yang dimiliki oleh waralaba dimiliki oleh *syirkah*, sedangkan semua ketentuan yang dimiliki oleh *syirkah* tidak semuanya dimiliki oleh waralaba. Jadi *syirkah* merupakan akad yang bisa dikatakan sebagai waralaba syariah yang sangat layak untuk dipergunakan sebagai perjanjian kerjasama waralaba dengan tujuan dalam bekerjasama tidak hanya memperoleh keuntungan saja melainkan juga memperoleh keberkahan dan keridhaan dari Allah Swt.

Sistem waralaba di rumah makan Ayam Goreng Nelongso menerapkan waralaba syariah yaitu menggunakan *syirkah* atau dalam kata lain yaitu *syirkah*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

mudharabah. Yang mana mereka menerapkan sistem syariah ini dengan tujuan agar dalam suatu kerjasama baik dari pihak mitra ataupun dari pihak *franchisor* sama-sama mendapatkan keuntungan, keberkahan dan keridhaan dari Allah Swt, serta dengan menggunakan *syirkah* ini semuanya terlihat lebih jelas baik dari sisi akadnya, pembagian hasilnya, dan dari sisi kalau semisal usaha ini mengalami kerugian maka resikonya dapat ditanggung oleh kedua belah pihak.

Selain itu Ayam Goreng Nelongso juga menerapkan *syirkah* dalam sistem waralabaya, berikut penjelasannya:

1) Untuk memperoleh keberkahan dan keridhoan

   Selain memperoleh keuntungan, pihak Ayam Goreng Nelongso berharap dalam setiap kerjasamanya tidak mengenai duniawi saja melainkan tentang keberkahan dan keridhaan juga. Hal ini dibuktikan selama kerjasama berlangsung setiap outlet diwajibkan sebagian keuntungan di amalkan untuk yayasan Nurul Hayat setiap satu minggu sekali sebesar Rp. 500.000,00.

2) Untuk memperoleh keadilan

   Kerjasama *syirkah*, adanya keadilan dalam pembagian keuntungan dan kerugian selama kerjasama berlangsung. Diharapkan dengan menggunakan *syirkah* ini kedua belah pihak tidak ada yang merasa dirugikan, semua di bagi secara rata baik dari segi keuntungan ataupun dari segi kerugiannya.

3) Untuk menjaga *Brand Image*

   Ayam Goreng Nelongso menerapkan *syirkah* ini salah satunya dengan tujuan untuk mempertahankan *brand imagenya*, yang mana dengan menerapkan *syirkah* Ayam Goreng Nelongso dapat menghindari dari ketidaksesuaian antara cabang A dengan cabang B.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Semisal Ayam Goreng Nelongso ini menerapkan *franchise* biasa maka hal ini tidak akan ada jaminan buat brand nelongso menjadi sama antara outlet satu dengan yang lainnya baik antar kota, wilayah, dsb. Dengan hal ini apabila Ayam Goreng Nelongso menerapkan waralaba maka pihak mitra dapat memasukan produk lain didalam *brandnya* Ayam goreng Nelongso sehingga terdapat perbedaan baik dari segi harga, produk serta cita rasanya. Maka dari itu untuk menghindari hal seperti ini maka Ayam Goreng Nelongso menerapkan sistem *syirkah* untuk menjaga *brand imagenya* agar tidak terjadi ketidaksamaan antara cabang satu dengan cabang yang lainnya. Karena semua yang mengelola, yang mengatur dari pihak manajemen Ayam Goreng Nelongso sendiri.

4) Untuk keamanan

Dalam segi kemitraan dengan menggunakan *syirkah* ini pihak mitra jauh merasa lebih aman karena, apabila telah terjadi kerugian maka kerugiannya dapat ditanggung bersama antar kedua belah pihak baik pihak pertama ataupun pihak kedua.

5) Untuk mengembangkan rumah makan Ayam Goreng Nelongso

Dalam segi manajemen, membangun sebuah usaha sangatlah membutuhkan dana atau modal yang sangat besar agar usaha yang dijalankan ini bisa berkembang melebar luas ke berbagai cabang dan kota oleh karena itu, pihak Ayam Goreng Nelongso menerapkan *syirkah* dengan tujuan untuk mempermudah perluasan usaha Ayam Goreng Nelongso ke-berbagai wilayah atau daerah. Dengan adanya kemitraan ini dapat membantu Ayam Goreng Nelongso untuk mengembangkan rumah makan dengan membuka cabang baru dengan dana yang dibutuhkan kisaran 600 jt-1 milyar sesuai dengan kebutuhan per outletnya. Hal ini diibaratkan pihak mitra yang mempunyai dana tapi tidak

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bisa mengelola dan pihak Ayam Goreng Nelongso tidak memiliki dana tapi bisa mengelola dana tersebut, untuk keuntungan dan kerugiannya dibagi dua *fifty-fifty*.

2. Pengelolaan Usaha

Dalam pengelolaan usaha pada waralaba terdapat 2 jenis waralaba yaitu waralaba format bisnis dan waralaba produk dan merek dagang:

a. Waralaba format bisnis

Waralaba format bisnis merupakan pihak pewaralaba memberikan izin kepada pihak terwaralaba untuk memanfaatkan nama dagang, produk, logo sampai sistem yang dimiliki oleh pewaralaba.

b. Waralaba produk dan merek dagang

Waralaba produk dan merek dagang merupakan pemberian izin kepada pihak terwaralaba untuk memanfaatkan produk dan merek saja. Biasanya format ini digunakan dalam bentuk keagenan, distributor dan lainnya.

Pada sisem waralaba, semua dikelola oleh pihak terwaralaba dan pihak pewaralaba tidak ikut andil dalam pengelolaanya. Namun pihak pewaralaba tidak melepaskannya begitu saja, pihak pewaralaba sebelum melepaskannya mereka memberikan pelatihan-pelatihan atau sarana pendukung serta sistem pengelolaan usahanya sampai benar-benar menguasainya.

Pengelolaan yang diterapkan *syirkah* hampir sama dengan waralaba biasa, yakni terdapat dua orang yang melakukan kerjasama, yang mana pihak pertama sebagai pemberi modal *(franchise)* dan pihak kedua sebagai yang mengelola modal *(franchisor).*

Berikut pengelolaan usaha yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso, sebagai berikut:

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Orang yang mengelola harus beragama Islam

Hal ini dikarenakan sistem waralaba yang digunakan Ayam Goreng Nelongso adalah *syirkah* maka pelaku waralaba haruslah beragama Islam yang mana sudah dijelaskan bahwa syarat *syirkah* salah satunya adalah beragama Islam.

b. Pengelolaan usaha waralaba yang di terapkan ayam Goreng Nelongso yaitu dimana pihak sebagai pemberi modal tidak dapat ikut campur untuk mengelola usahanya, pihak pemberi modal disini sifatnya pasif. Maksudnya pihak pemberi modal ini hanya menerima keuntungan dan laporan pengeluaran serta pemasukan melalui media *whatsapp*.

Sedangkan pihak penerima modal yang berhak mengelola semua baik dari sistem, produk, pelatihan dan sebagainya. pihak pemberi modal tidak bisa ikut campur dalam pengelolaannya.

c. Selain yang mengelola semuanya baik dari produk sampai ke sistemnya, Ayam Goreng Nelongso juga yang membuat semua laporan baik laporan kegiatan usaha sampai laporan keuangan semua yang mengatur pihak pewaralaba dan kemudian dibagi ke pihak terwaralaba.

d. Pengelolaan dilakukan secara transparan, yang mana hal ini sudah dijelaskan bahwa dalam berbisnis Islam segala sesuatu haruslah jelas dan transparan. Hal ini agar tidak terjadi adanya unsur *gharar* atau ketidak jelasan.

Jadi sudah dijelaskan diatas tentang pengelolaan usaha yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso identik keseluruhan sesuai dengan ketentuan *syirkah.*

3. Objek Kerjasama

Objek kerjasama merupakan salah satu hal yang terpenting yang harus diperhatikan dalam melakukan kerjasama. Objek dari waralaba adalah penggabungan antara hak atas kekayaan intelektual dan modal. Sedangkan objek

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dari *syirkah* tergantung dari jenis *syirkah-nya* mana yang akan digunakan. Apabila menggunakan jenis *syirkah mudharabah* maka objeknya adalah hak atas kekayaan intelektual, modal dan skill.

Objek waralaba yang diterakan di Indonesia pada umumnya yaitu dimana terdapat pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba, yang mana pihak pewaralaba merupakan pihak yang menjual nama merek, produk hingga sistem yang digunakan sedangkan pihak terwaralaba merupakan pihak yang membeli atau pihak yang memanfaatkan hak kekayaan intelektual yang diberikan oleh pihak pewaralaba.

Di Ayam Goreng Nelongso sendiri, objek yang digunakan adalah hak atas kekayaan intelektual, modal dan skill. Yang mana *shahibul al-mal* memberikan modal kepada *mudarib* untuk mendapatan hak atas kekayaan intelektual, produk hingga *skill* atau sistem yang digunakan, baik dari sarana maupun prasarana. Kemudian pihak *mudarib* sebagai pengelola dana yang dipercayakan oleh *shahibul al-mal* untuk bekerjasama dengan Ayam Goreng Nelongso.

Seperti apa yang sudah dijelaskan sama penulis bila dibandingkan antara waralaba pada umumnya dengan waralaba yang menerapkan sistem *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso maka ke-duannya memiliki perbedaan, diantaranya sebagai berikut:

a) Waralaba pada umumnya

Kerjasama dengan menggunakan sistem ini maka pihak pewaralaba hanya memberikan izin/lisensi untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual, nama merek, logo, produk serta sistem yang digunakan oleh pewaralaba, sedangkan pihak terwaralaba hanya memberikan modal dengan jumlah yang sudah ditentukan oleh pihak pewaralaba, menyediakan tempat untuk usaha serta yang mengelola usaha adalah pihak terwaralaba namun tidak dilepas begitu saja

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh pihak pewaralaba, pihak pewaralaba memiliki kewajiban untuk melatih tim mengenai usaha dari cara pengelolaanya, cara membuat produk, bagaimana caranya mengatur operasional manajemen, pemasarannya dan sebagainya sampai bisa semua.

b) Waralaba yang menerapkan sistem *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso

Sistem yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso yaitu sistem yang menerapkan *syirkah* pada waralabanya sehingga pihak terwaralaba memberikan atau mempercayakan modalnya kepada pihak pewaralaba sehingga mendapatkan izin atau lisensi dari Ayam Goreng Nelongso terkait hak atas kekayaan intelektual, nama merek, logo serta sistem yang digunakan Ayam Goreng Nelongso baik dari cara pembuatan produknya, pelatihan karyawan, hingga manajemennya.

Pada sistem *syirkah* ini yang mengelola keseluruhannya adalah pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba tidak boleh ikut campur dalam usahannya. Mereka hanya memperoleh laporan harian serta bagi hasilnya saja.

Jadi dapat kita simpulkan dari pemaparan diatas bahwa pelaksanaan usaha yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso menggunakan waralaba syariah sistem *syirkah mudharabah* yang mana sudah penulis jelaskan diatas bahwa terdapat pihak pemberi dana yaitu pihak terwaralaba dan pihak pengelola dana yaitu pihak pewaralaba, untuk pembagian keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama.

4. Cara Penyelesaian Masalah

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Suatu usaha dalam kerjasama waralaba apabila mengalami permasalahan, bila dilihat dari peraturan hukum Indonesia maka penyelesaian masalah tersebut diselesaikan melalui Pranata Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Masalah.[1]

Sedangkan apabila kerjasama waralaba yang menerapkan sistem *syirkah* maka penyelesaian masalahnya dilakukan dengan cara musyawarah. Hal ini agar terlihat rasa kekeluargaannya.

Begitupun juga dengan Ayam Goreng Nelongso apabila dalam usaha *franchise* mengalami permasalahan maka jalan yang ambil adalah dengan cara bermusyawarah, dan diputuskan secara bersama-sama dan saling ridho tidak ada rasa terpaksa satu sama lainnya.

Jadi dapat kita simpulkan dari cara penyelesaian masalah yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan apa yang diterapkan pada teori *syirkah* dan artinya implementasi *syirkah* yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan ketentuan dalam ekonomi Islam. Namun sejauh ini *franchise* di Ayam Goreng Nelongso masih belum ada masalah dalam *franchise*- nya

5. Pembagian Hasil

Pembagian hasil pada waralaba umum yaitu dengan cara pembagian *royalty* dalam bentuk *persentase*. Besarnya *persentase* ditetapkan oleh pihak pewaralaba dan besaran *royalty* ini dicantukan dalam isi perjanjian kontrak dan perjanjian tersebut telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Sedangkan pembagian hasil menurut teori *syirkah* yaitu pembagian hasil dengan istilah bagi hasil bukan bagi keuntungan. Pembagian hasil yang dilakukan dengan cara dibagi secara merata dengan besaran *persentase* sesuai dengan

[1] Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2001), 147.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

kontribusi yang diberikan. Pembagian hasil menurut teori *syirkah* yaitu Pembagian hasil dengan cara *profit sharing.*

Pembagian hasil yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso yaitu pembagian dengan cara menggunakan *profit sharing* yang mana pembagian hasil ini didapat dari pendapatan kotor dikurangi beban biaya sehingga menghasilkan pendapatan bersih. Perhitungan bagi hasil yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso dibagi menjadi dua tahap diantaranya adalah sebagai berikut:

a) Bagi hasil sebelum BEP (*break event point)*

Pembagian bagi hasil sebelum BEP atau balik modal dengan kisaran 75%:25%, yang mana 75% untuk mitra dan 25% untuk Ayam Goreng Nelongso. Hal ini guna untuk memuaskan atau menyenangkan hati mitra agar merasa puas bekerjasama dengan Ayam Goreng Nelongso.

b) Bagi hasil setelah BEP *(break event point)*

Pembagian bagi hasil setelah BEP atau balik modal dengan kisaran 50%:50%, yang mana 50% untuk mitra dan 50%nya lagi untuk Ayam Goreng Nelongso. Mengingat outlet yang sudah balik modal maka pembagian hasilnya dibagi *fifty-fifty*.

6. Tanggungan kerugian

Tanggungan kerugian, apabila outlet mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung secara bersama dengan kisaran 50%:50% dan apabila kerugian disebabkan oleh kelalaian pihak Ayam Goreng Nelongso maka kisaran kerugian ditanggung oleh pihak Ayam Goreng Nelongso.[2]

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa pembagian hasil yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan pembagian hasil yang diterapkan pada teori

[2] Gatot, *Wawancara*, Malang 25 Januari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

syirkah, yang mana sama-sama menggunakan sistem *profit sharing* dalam pembagian keuntungannya.

B. Hasil Analisis Tentang Penerapan Akad *Syirkah* Di Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Sesuai Atau Tidak Dengan Konsep Ekonomi Islam

Sebelum penulis menjelaskan mengenai konsep waralaba *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso, penulis akan menjelaskan secara singkat dan jelas mengenai konsep waralaba secara umum, konsep waralaba *syirkah*, serta konsep waralaba *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso, berikut penjelasannya:

a. Konsep waralaba umum

Waralaba adalah suatu format bisnis yang mana terdapat pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba, yang mana pihak pewaralaba memberikan izin Hak Atas Kekayaan Intelektual kepada pihak terwaralaba. Dan pihak terwaralaba yang memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual yang diberikan oleh pihak pewaralaba.

Konsep waralaba sudah dijelaskan di bab-bab sebelumnya bahwa adanya dua orang yang sedang melakukan kerjasama yang mana pihak pewaralaba memberikan izin atau lisensi kepada pihak terwaralaba mengenai pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), penggunaan nama merek perusahaan, logo, produk, sistem operasional manajemen sampai dengan pelatihan. Dan untuk yang mengelola adalah pihak terwaralaba namun pihak pewaralaba tidak melepaskan semuanya, pihak pewaralaba memiliki kewajiban untuk memberi pelatihan terlebih dahulu kepada *franchise* mengenai proses pembuatan produk, sistem operasional manajemen, pemasaran dan lain sebagainya.

Berikut terdapat beberapa ketentuan-ketentuan yang ada pada waralaba umum atau bisa, dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Akad kerjasama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akad kerjasama yang digunakan pada waralaba adalah secara tertulis.

2. Objek kerjasama

Objek kerjasama yang digunakan pada waralaba adalah berupa hak atas kekayaan intelektual dan modal, yang mana pihak pewaralaba memberikan hak atas kekayaan intelektual (HAKI) yang memuat nama merek, logo, produk serta sistem manajemennya. Sedangkan pihak terwaralaba yang memberikan modal atau yang mempercayakan modalnya kepada pihak pewaralaba.

Dalam objek kerjasama waralaba ini objek produk dapat dibilang produk campuran. Produk yang dijual tidak hanya produk yang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Semisal produk yang dijual seperti rokok, makanan yang terbuat dari olahan daging babi, menjual minuman beralkohol dan lain-lain. Yang mana bisnis ini sudah jelas-jelas terdapat kemudharatannya dibandingkan dengan kemanfaatannya.

3. Pihak yang bekerjasama

Dalam waralaba sudah pastinya terdapat pihak yang bekerjasama, yang mana terdapat pihak pewaralaba dan pihak terwaralaba.

a) Pihak pewaralaba merupakan pihak yang memberikan izin kepada mitra untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual.
b) Pihak terwaralaba merupakan pihak yang membeli Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) untuk mendapatkan izin pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual

4. Nisbah

Nisbah pada waralaba dibagi sesuai dengan besarnya kontribusi antara kedua belah pihak. pada waralaba dibebankan *royalty fee* yang mana *royalty fee* ini dibayarkan setiap satu bulan sekali sebagai tanda penggunaan nama merek dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

logo dari pihak pewaralaba. Besarnya *royalty fee* yang di tangguhkan oleh pihak terwaralaba sebesar 5-15% dari pendapatan kotor

5. Hak dan kewajiban pihak

Hak yang di didapatkan oleh pihak terwaralaba adalah mendapatkan izin untuk pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual, nama merek, logo, produk, serta sistem yang dimiliki pihak pewaralaba.

Sedangkan kewajiban yang harus diberikan oleh pihak pewaralaba kepada pihak terwaralaba yaitu memberikan pelatihan kepada pihak terwaralaba mengenai proses pembuatan produk, cara mengatur sistem operasional manajemen, pemasaran dan lain sebagainya.

6. Mengatasi permasalahan

Apabila kerjasama *franchise* ini mengalami permasalahan maka permasalahan ini diselesaikan melalui Pranata Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Masalah.

7. Pembayaran ganti rugi

Apabila usaha mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung sesuai dengan kontribusi kedua belah pihak sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak.

b. Waralaba *syirkah*

Waralaba syariah merupakan suatu kerjasama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, yang mana pihak pertama sebagai pihak terwaralaba dan pihak kedua sebagai pihak pewaralaba yang mana kerjasama ini merupakan suatu penggabungan antara modal yang berasal dari pihak terwaralaba dan *skill* dari pihak pewaralaba. Kerjasama ini berlangsung ada dengan tujuan untuk mencari keuntungan.

Konsep yang diterapkan pada waralaba syariah dengan menggunakan sistem *syirkah* yaitu dimana terdapat *shahibul al-mal*, pihak yang memberikan modal (terwaralaba) dan *mudorib* pihak yang mengelola modal (pewaralaba) yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

melakukan kerjasama dengan tujuan memperoleh keuntungan. Dan keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama di awal kontrak.

Konsep waralaba ini merupakan konsep pengembangan dari *syirkah* yang mana terdapat dua orang yang sedang melakukan kerjasama dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama.

Adapun beberapa ketentuan-ketentuan yang ada pada waralaba syariah atau *syirkah*, dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Beragama Islam

   Selama perjanjian kerjasama berlangsung pelaku harus beragama Islam, selain Islam tidak dapat melakukan kerjasama waralaba *syirkah*.

2. Akad kerjasama

   Akad kerjasama yang digunakan pada waralaba adalah secara lisan dan tulisan. Dalam Islam suatu perjanjian kerjasama harus ada yang namanya ijab dan qabul.

3. Objek kerjasama

   Objek kerjasama yang digunakan pada *syirkah* adalah berupa modal, hak kekayaan intelektual dan *skill*, yang mana pihak *shahibul al-mal* sebagai pemberi modal dan pihak *mudarib* sebagai pengelola modal. Untuk keuntungan dan kerugiannya di bagi sesuai dengan kesepakatan bersama di awal kontrak.

   Dalam objek kerjasama *syirkah* ini objek produk harus sesuai dengan ketentuan syariat Islam seperti menjual produk makanan dari bahan olahan daging sapi, ayam, ikan dan lain sebagainya yang dapat memberikan manfaat bagi orang yang mengkonsumsi makanan tersebut. Atau menjual jasa seperti jasa arsitektur, dokter dan lain-lain.

4. Pihak yang bekerjasama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam waralaba sudah pastinya terdapat pihak yang bekerjasama, yang mana terdapat *shahibul al-mal* sebagai pemberi modal dan *mudarib* sebagai pengelola modal.

a) *Shahibul al-mal* merupakan pihak yang memberikan modal kepada *mudarib* untuk melakukan kerjasama dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama.

b) *Mudarib* merupakan pihak yang mengelola modal yang diberikan oleh pihak *shahibul al-mal.*

5. Nisbah

Nisbah pada *syirkah* disebut bagi hasil, yang mana suatu usaha pastinya akan memperoleh keuntungan, dan keuntungan akan dibagi hasil secara adil, dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal dengan menggunakan system bagi hasil *share profit.*

6. Hak dan kewajiban pihak

Hak yang di didapatkan oleh pihak *shahibul al-mal* adalah mendapatkan izin untuk pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual, nama merek, logo, produk, serta sistem yang dimiliki pihak pewaralaba.

Sedangkan untuk kewajibannya adalah pihak *mudarib* wajib mengelola semua tentang *franchise* baik dari pelatihannya, proses produknya, sistem operasional manajemen dan lain sebagainya yang mengelola adalah pihak *mudarib*. Pihak *shahibul al-mal* didak mempunyai kewajiban atau tidak boleh ikut campur masalah pengelolaannya. Pihak *shahibul al-mal* disini sifatnya pasif jadi hanya memperoleh bagi hasilnya saja dan laporan setiap harinya.

7. Mengatasi permasalahan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Apabila kerjasama *franchise syirkah* ini mengalami permasalahan maka permasalahan ini diselesaikan dengan cara bermusyawaah antara kedua belah pihak. Cara ini dikarenakan cara ini sangatlah bagus untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan dilakukan dengan tidak adanya rasa terpaksa antara pihak *shahibul al-mal* ataupun pihak *mudarib.*

8. Pembayaran ganti rugi

Apabila usaha mengalami kerugian maka kerugian tersebut sesuai dengan kesepakatan bersama diawal kontrak akan ditanggung bersama dengan tujuan akan sama-sama mendapatkan keadilan.

9. Dibebaskannya biaya *royalty fee*

Di bebaskan dari beban *royalty fee*, yang mana beban ini dibayar setiap satu bulan sekali sebagai tanda pemakaian nama merek perusahaan.

c. Konsep waralaba *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso

Konsep waralaba *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso, dimana terdapat pihak pemberi modal *(shahibul al-mal)* dan pihak pengelola modal *(mudarib)*. Pihak *shahibul al-mal* memberikan modal kepada pihak *mudarib* agar pihak *mudarib* memberikan izin atau lisensi kepada pihak *shahibul al-mal* untuk memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual, penggunaan nama merek, logo, produk serta sistem yang dimiliki oleh pihak *mudarib.*

Adapun syarat-syarat menjadi mitra di Ayam Goreng Nelongso sebagai berikut:

a) Beragama muslim

Sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang ada pada teori *syirkah* yaitu pelaku waralaba harus beragama Islam. Salah satu syarat yang wajib dipenuhi yaitu sesama pihak mitra harus beragama Islam sesuai dengan anjuran ekonomi Islam.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) Berakal

Harus berakal tidak memiliki gangguan kejiwaan. Dalam Islam syarat melakukan perjanjian haruslah berakal, harus sehat baik jasmani maupun rohani.

c) Memiliki modal

Dalam suatu perjanjian kerjasama waralaba *syirkah shahibul al-mal* haruslah mempunyai modal untuk melakukan kerjasama, sehingga pihak *shahibul al-mal* mendapatkan izin untuk memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual yang memuat penggunaan nama merek, logo serta sistem yang dimiliki pihak *mudarib.*

d) Mampu menanggung seluruh pengeluaran RAB, RABnya ini kisaran 600 juta - 1.5 miliyar. RAB yang dimaksud mencakupi seluruh biaya opening diantaranya biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya renovasi, biaya sewa tempat, biaya marketing, biaya karyawan, gaji untuk karyawan magang, dan lain-lain. Ini semua mitra dapat membayarnya secara termin atau secara angsuran namun batas pelunasan hanya 1 bulan saja dengan rincian; termin pertama sebesar 50%, termin kedua sebesar 30% dan termin ketiga sebesar 20%. Dan untuk lama kontrak kerjasama selama 5 tahun. Untuk kontrak kerja apabila masa kontrak sudah habis maka kontrak dapat diperpanjang lagi.

Adapun beberapa ketentuan-ketentuan yang ada pada waralaba syariah atau *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelngso, dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Beragama Islam

   Sudah dijelaskan diatas bahwa selama perjanjian kerjasama berlangsung pelaku harus beragama Islam, selain Islam tidak dapat melakukan kerjasama waralaba *syirkah*.

2. Akad kerjasama

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Akad kerjasama yang digunakan pada waralaba *syirkah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso adalah secara lisan dan tulisan. Dalam Islam suatu perjanjian kerjasama harus ada yang namanya Ijab dan Qabul. Dan di Ayam Goreng Nelongso selama melakukan kegiatan kerjasama *franchise* selalu melakukan ijad dan qabul serta tidak lupa dengan perjanjian kontrak secara tertulis sebagai penguat hukum.

3. Objek kerjasama

Objek kerjasama yang digunakan pada *syirkah* Ayam Goreng Nelongso adalah berupa Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), modal dan skill, yang mana pihak *shahibul al-mal* sebagai pemberi modal dan pihak *mudarib* sebagai pengelola modal. Untuk keuntungan dan kerugiannya di bagi sesuai dengan kesepakatan bersama di awal kontrak.

Dalam objek kerjasama *syirkah* ini objek produk yang dijual oleh pihak Ayam Goreng Nelongso sesuai dengan ketentuan syariat Islam karena produk yang dijual oleh pihak Ayam Goreng Nelongso yaitu menjual produk makanan dengan olahan bahan dari daging ayam, ikan dan sayuran. Hal ini sudah dipastikan produk yang dijual oleh Ayam Goreng Nelongso memberikan manfaat bagi orang yang mengkonsumsi makanan tersebut.

4. Pihak yang bekerjasama

Dalam waralaba sudah pastinya terdapat pihak yang bekerjasama, yang mana terdapat *shahibul al-mal* sebagai pemberi modal dan *mudarib* sebagai pengelola modal.

a) *Shahibul al-mal* (pihak mitra*)* merupakan pihak yang memberikan modal kepada *mudarib* untuk melakukan kerjasama dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bersama.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b) *Mudarib* (pihak Ayam Goreng Nelongso*)* merupakan pihak yang mengelola modal yang diberikan oleh pihak *shahibul al-mal.*

5. Nisbah

Nisbah waralaba *syirkah* oleh Ayam Goreng Nelongso menggunakan sistem bagi hasil, yang mana suatu usaha pastinya akan memperoleh keuntungan, dan keuntungan akan dibagi hasil secara adil, dibagi sesuai dengan kesepakatan diawal dengan menggunakan sitem bagi hasil *share profit.*

Adapun beberapa tahap perhitungan bagi hasil yang dilakukan oleh Ayam Goreng Nelongso dibagi menjadi dua tahap diantaranya adalah sebagai berikut:

1) Bagi hasil sebelum BEP (*break event point)*

Pembagian bagi hasil sebelum BEP atau balik modal dengan kisaran 75%:25%, yang mana 75% untuk mitra dan 25% untuk Ayam Goreng Nelongso. Hal ini guna untuk memuaskan atau menyenangkan hati mitra agar merasa puas bekerjasama dengan Ayam Goreng Nelongso.

2) Bagi hasil setelah BEP *(break event point)*

Pembagian bagi hasil setelah BEP atau balik modal dengan kisaran 50%:50%, yang mana 50% untuk mitra dan 50%nya lagi untuk Ayam Goreng Nelongso. Mengingat outlet yang sudah balik modal maka pembagian hasilnya dibagi *fifty-fifty*.

6. Hak dan kewajiban pihak

Hak yang di didapatkan oleh pihak *shahibul al-mal* adalah mendapatkan izin untuk pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual, nama merek, logo, produk, serta sistem yang dimiliki pihak pewaralaba.

Sedangkan untuk kewajibannya adalah pihak mudarib wajib mengelola semua tentang *franchise* baik dari pelatihannya, proses produknya, sistem operasional

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen dan lain sebagainya yang mengelola adalah pihak mudarib. Pihak *shahibul al-mal* tidak mempunyai kewajiban atau tidak boleh ikut campur masalah pengelolaannya. Pihak *shahibul al-mal* disini sifatnya pasif jadi hanya memperoleh bagi hasilnya saja dan laporan setiap harinya.

7. Mengatasi permasalahan

   Apabila kerjasama *franchise Syirkah* ini mengalami permasalahan maka permasalahan ini diselesaikan dengan cara bermusyawarah antara kedua belah pihak. Cara ini dikarenakan cara ini sangatlah bagus untuk menyelesaikan suatu permasalahan dan dilakukan dengan tidak adanya rasa terpaksa antara pihak shahibul al-mal ataupun pihak mudarib. Untuk sejauh ini alhamdulillah belum ada permasalahan antara pihak *shahibul al-mal* dengan pihak *mudarib.*

8. Pembayaran ganti rugi

   Pembayaran ganti rugi, apabila outlet mengalami kerugian maka kerugian tersebut ditanggung secara bersama dengan kisaran 50%:50% dan apabila kerugian disebabkan oleh kelalaian pihak Ayam Goreng Nelongso maka kisaran kerugian ditanggung oleh pihak Ayam Goreng Nelongso.[3]

9. Waralaba *Syirkah* yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso dibebaskan dari beban *royalty fee,* yang mana beban *royalty fee* ini harus dibayarkan setiap satu bulan sekali. Beban *royalty fee* ini merupakan pembayaran beban sebagai biaya pemakaian nama merek suatu perusahaan. Dan Ayam Goreng Nelongso membebaskannya.

Jadi dapat penulis simpulkan bahwa dari pemaparan diatas penulis sudah menjelaskan baik dalam segi waralaba secara umum serta waralaba secara syariah *Syirkah* penerapan waralaba syariah/ Waralaba *Syirkah* sesuai dengan konsep ekonomi Islam baik dari segi

[3] Gatot, *Wawancara*, Malang 25 Januari 2020.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

akad, objek kerjasama, pembagian bagi hasil, penyelesaian masalah hingga pembagian kerugian sesuai dengan teori *Syirkah.*

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil penelitian penulis yang dilakukan di rumah makan Ayam Goreng Nelongso Surabaya mengenai sistem *Franchise Syariah* yang diterapkan oleh Ayam Goreng Nelongso, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Implementasi akad kerjasama pada sistem waralaba di rumah makan Ayam Goreng Nelongso menerapkan sistem syariah yang mana didalam kerjasamanya menggunakan *Syirkah*, yang mana pihak *mudarib* yang mengelola keseluruhan dari tempat usaha rumah makan Ayam Goreng Nelongso dan *shahibul al-mal* sebagai mitra pasif yang mana mereka tidak ikut campur baik dalam kepengurusan maupun yang mengelola usaha.
2. Penerapan *Syirkah* pada *franchise* kerjasama Ayam Goreng Nelongso tidak bertentangan dengan konsep ekonomi Islam, hal ini dikarenakan dibebaskannya beban *royalty fee* dalam kerjasamanya serta dalam pembagian keuntungan rumah makan Ayam Goreng Nelongso menerapkan sistem *profit sharing* yang mana keuntungannya ini dibagi setelah omzet dikurangi dengan biaya lainnya sehingga menghasilkan laba bersih.

B. Saran

1. Lebih ditingkatkan lagi komunikasinya baik pihak *mudarib* ataupun pihak *shahibul al-mal*, agar tidak terjadi kesalahpahaman antar kedua belah pihak.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2008).

Enang hidayat, Transaksi Ekonomi Syariah (Bandung, PT Remaja Rosdakarya, 2016).

Gunawan Widjaja, Lisensi atau Waralaba (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002).

Gunawan Widjaja, Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis (Jakarta: Raja Grafindo Persada,2004).

Irvan Fahmi, Kewirausahaan *(Teori, kasus dan solusi)* (Bandung: Alfabeta, 2013).

Johannes Ibrahim, dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern.*

Maratun Shalihah, "Konsep Syirkah Dalam Waralaba" (Jurnal Tahkim—IAIN Ambon, 2011).

Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004).

Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta:Renaisan, 2005).

Muhammad Panji Waskita, Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *franchise syariah* kebab (study kasus di kebab corner cabang serang), (Serang, 2018).

Muhammad Yazid, Fiqih Muamalah Ekonomi Islam (Surabaya: Imtiyaz, 2017).

Sayyid Sabiq, Fiqh Sunnah Jilid 4, (Jakarta:Pena Pundi Aksara, 2006).

Sonny Sumarsono, Management Bisnis Waralaba (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009).

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman wawancara

Data Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin Responden :

Wawancara Pengelola Rumah Makan Ayam Goreng Nelongso Pusat

1. Mengapa di Ayam Goreng Nelongso menerapkan akad musyarakah dalam frenchisenya?
2. Apa tujuan Ayam Goreng Nelongso dengan menerapkan akad musyarakah pada kemitraannya?
3. Apakah mitra yang bergabung dengan perusahaan ayam goreng nelongso ini beragama muslim aja, non muslim juga diperbolehkan untuk bergabung menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?
4. Bagaimana implementasi akad musyarakah pada frenchise ayam goreng nelongso?

Data Responden

Nama Responden :

Jenis Kelamin Responden :

Wawancara Mitra Ayam Goreng Nelongso Surabaya

1. Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?
2. Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?
3. Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?
4. Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lampiran II: Transip Wawancara

Data Responden

Nama Responden : Mbak Saskia

Jenis Kelamin Responden : Perempuan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa di Ayam Goreng Nelongso menerapkan akad musyarakah dalam frenchisenya?	Karena untuk akadnya sendiri ini memang kebijakan dari ownernya ayam goreng nelongso (Bapak Nanang Suherman) yang kebetulan juga beliau beragama islam. Menurut beliau dari awal membuka usaha ini dengan menggunakan sistem syariah didalamnya karena dengan menggunakan akad musyarakah ini selain membuat usaha menjadi lebih berkah dan juga dapat menguntungkan kedua belah pihak, selain itu dengan menggunakan akad musyarakah ini semuanya nampak lebih jelas baik dari sisi akadnya, keberkahannya, pembagian hasilnya, dan dari sisi kalau semisal usaha ini mengalami kebangkrutan maka resikonya dapat ditanggung oleh kedua belah pihak. Selain itu tujuan lainnya kenapa Ayam Goreng Nelongso menggunakan akad musyarakah atau akad syariah karena, apabila frenchisenya menggunakan akad biasa atau konvensional maka brannya ini nanti tidak bisa konsisten karena mitra beli brand Ayam Goreng Nelongso kemudian dia yang mengatur semua baik dalam segi pelayanannya, menunya, harganya dan sebagainya yang nentuin mitranya sendiri, Ayam Goreng Nelongso tidak bisa ikut campur karena, pihak pertama menjual bebas brannya itu. Sedangkan kalau kita pakai akad syariah ini maka pihak kedua /mitra membeli brand Ayam Goreng Nelongso mereka yang memberi modal ke kita kemudian pihak Ayam Goreng Nelongso yang mengelolanya baik karyawannya, menunya, pelayanannya dan sebagainya, semua yang memanage perusahaaan Ayam Goreng Nelongso Group, semuanya sudah terorganisir di Ayam Goreng Nelongso Group. Maka dari itu Ayam Goreng Nelongso dipercaya oleh mitra untuk melebarkan sayapnya ke berbagai tempat. Sedangkan untuk keuntungan dan kerugian menggunakan akad musyarakah ini dibagi menjadi dua fivety-fivty maka dari itu, Ayam Goreng Nelongso menggunakan sistem share profit terdapat share untuk management dan juga sharte untuk mitra dari profit outlet itu tadi. Apabila kita menggunakan frenchise konvensional maka kita hanya mendapatkan fee frenchise aja dan semua

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		resiko di kelola dan ditanggung oleh pihak mitra semua.
2	Apa tujuan Ayam Goreng Nelongso dengan menerapkan akad musyarakah pada kemitraannya?	Tujuannya adalah agar usaha yang digeluti ini menjadi lebih berkah kedepannya. Selain itu, Ayam Goreng Nelongso menerapkan akad musyarakah ini yang pertama untuk mempertahankan brand image, kalau semisal Ayam Goreng Nelongso ini menerapkan franchise konvensional makan hal ini tidak akan ada jaminan buat brand nelongso menjadi sama antara outlet satu dengan yang lainnya baik antar kota, wilayah, dsb. (cabang Ayam Goreng Nelongso). Dengan hal ini bisa jadi pihak mitra memasukan prodak lain di dalam brandnya Ayam goreng Nelongso dan juga dengan brand image yang berbeda maka bisa jadi juga per cabang/ per frenchise dalam segi harga, produk, rasa dapat menjadi berbeda dengan frenchise lainnya. Maka dari itu untuk menghindari hal seperti ini maka Ayam Goreng Nelongso menggunakan sistem akad musyarakah untuk menjaga brand imagenya karena semua yang mengelola, yang mengatur dari pihak management Ayam Goreng nelongso itu sendiri. Yang kedua dalam segi kemitraan dengan menggunakan akad musyarakah ini pihak mitra jauh lebih aman karena, apabila telah terjadi kerugian maka kerugiannya dapat ditanggung bersama antar kedua belah pihak baik pihak pertama ataupun pihak kedua. yang ketiga dalam segi management Ayam Goreng Nelongso sendiri, dengan menggunakan akad musyarakah ini membangun sebuah usaha sangatlah membutuhkan dana atau modal yang sangat besar agar usaha yang digeluti ini bisa melebar luas ke berbagai kota oleh karena itu, pihak Ayam Goreng Nelongso membutuhkan dana untuk memperluas usahannya ke berbagai wilayah atau kota. Dengan adanya kemitraan ini dapat membantu Ayam Goreng nelongso dalam membuka cabang baru dengan dana yang dibutuhkan kisaran 600 jt -1 miliar sesuai dengan kebutuhan per outletnya. Hal ini diibaratkan pihak mitra yang mempunyai dana tapi tidak bisa mengelola dan pihak Ayam Goreng Nelongso tidak memiliki dana tapi bisa mengelola dana tersebut, keuntungan dan kerugiannya dibagi dua fivty-fivty.
3	Apakah mitra yang bergabung dengan perusahaan ayam goreng nelongso ini beragama muslim aja, non muslim juga diperbolehkan untuk bergabung menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Sejauh ini syarat kemitraan dengan Ayam Goreng Nelongso yang paling utama adalah beragama islam, non muslim kita tidak bisa terima karena kita menggunakan sistem akad musyarakah yang mana syarat menggunakan akad musyarakah ini selain sehat akal harus beragama islam oleh karena itu, kita mewajibkan yang beragama islam yang

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

		dapat bergabung dengan perusahaan Ayam Goreng nelongso. Ada beberapa yang mengajukan kemitraan dengan Ayam Goreng Nelongso ini yang non muslim namun pihak Ayam Goreng Nelongso ini tidak langsung menolaknya melainkan menindak lanjuti terlebih dahulu dananya ini dari mana apakah dana ini halal atau haram semua ditindak lanjuti terlebih dahulu dan setelah kita lanjuti ternyata dana yang didapatkan ini benar-benar halal maka dananya ini nanti di wakilkan dengan kerabatnya yang beragama islam.
4	Bagaimana implementasi akad musyarakah pada frenchise ayam goreng nelongso?	Akad musyarakah merupakan akad kerjasama antar keduabelahpihak yang mana pihak pertama sebagai pemberi modal dan pihak kedua sebagai pengelola modal, dan apabila pada usahannya mengalami kerugian maka kerugian ditanggung bersama dan keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan di awal perjanjian. Untuk implementasi akad musyarakah ini semua modal ditanggung oleh mitra dan pihak Ayam Goreng Nelongso yang mengelolanya, jadi mitra disini hanya sebagai mitra pasif saja, mitra hanya menyerahkan uang sesuai yang di ajukan pihak Ayam Goreng Nelongso berdasarkan dengan RAB kemudian RAB nya di dealkan diawal ketemu nominalnya berapa. Dan untuk selanjutnya pembagian hasil keuntungannya sebelum BEP 75/25 % yang mana 75% untuk mitra dan untuk 25% ini untuk pihak Ayam Goreng Nelongso, dan apabila sudah BEP maka presentase keuntungannya menjadi 50/50% yang mana 50% untuk mitra dan 50% sisanya untuk Ayam Goreng Nelongso. Adapun syarat-syarat menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso sebagai berikut: 1) Beragama muslim 2) Memiliki modal 3) Mampu menanggung seluruh RAB, RABnya ini kisaran 1.5 miliyaran. RAB yang dimaksud mencakupi seluruh biaya opening diantaranya biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya renovasi, biaya sewa tempat, biaya marketing, biaya karyawan, gaji untuk ojt, dan lain-lain. Ini semua mitra dapat membayarnya secara termin atau secara angsuran namun batas pelunasan hanya 1 bulan saja dengan rincian; termin pertama sebesar 50%, termin kedua sebesar 30% dan termin ketiga sebesar 20%. Dan untuk lama kontrak kerjasama selama 5 tahun.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data Responden

Nama Responden : Ibu Iwan (Mitra cabang Panjang jiwo, Wiyung, Wijaya Kusuma)

Jenis Kelamin Responden : Perempuan

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Menurut bu iwan beliau bergabung dengan Ayam Goreng Nelongso hanya untuk berinvestasi saja, beliau hanya ingin mencari tambahan penghasilan saja. Beliau sangat percaya dengan Ayam Goreng Nelongso maka dari itu beliau tertarik untuk menanmkan modalnya untuk berinvestasi dengan Ayam Goreng Nelongso.
2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?	Untuk penerapan akad musyarakah ini Alhamdulillah sudah diterapkan sesuai dengan syariat islam, yang mana setiap satu minggu sekali di Ayam Goreng Nelongso ini mensedekahkan sebagian omsetnya, pembagian profitnya juga benar-benar diterapkan sesuai dengan kesepakatan diawal.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Untuk kelebihan yang didapat adalah mendapatkan profit atau keuntungan, sedangkan untuk kekurangannya lebih ditingkatkan lagi dari sisi hukum dan legalitas ijin-ijinnya.

Data Responden

Nama Responden : Bapak Muhammad (Mitra cabang Dharmawangsa)

Jenis Kelamin Responden : Laki-laki

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Karena waktu itu beliau jalan-jalan ke kota Malang bersama dengan istrinya beliau melihat rumah makan dan kebetulan waktu itu rumah makannya namanya Ayam Goreng Nelongso dan waktu itu juga outletnya sangat ramai dan beliau berfikir kalau berinvestasi denagan Ayam Goreng Nelongso ini akan berpeluang bagus untuk kedepannya maka dari itu beliau memutuskan untuk bermitra dengan perusahaan Ayam Goreng Nelongso. Selain itu, perkembangan kuliner kedepannya juga akan semakin bagus dibandingkan dengan usaha-usaha lainnya. Selain itu beliau bergabung dengan Ayam Goreng Nelongso juga untuk berinvestasi mengingat lagi peluangnya yang bagus.
2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini	Untuk penerapan akad musyarah ini alhamdulillah sudah diterapkan dilapangannya, kalau pihak mitra

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	benar-benar diterapkan dilapangan?	cuman sebagai pemberi modal saja dan yang lainnya yang memanage pihak Ayam Goreng Nelongso semuanya. Setiap bulannya beliau hanya menerima laporan harian dan menerima keuntungannya yang langsung masuk di rek. pribadi mitra. dan untuk pembagian hasilnya juga benar-benar diterapkan dilapangan dengan presentase sebelum BEP 75/25% yang mana 75% untuk mitra dan yang 25% untuk Ayam Goreng Nelongso, dan sesudah BEP dengan presentase 50/50%.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Sudah merasa puas.
4	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Untuk kelebihannya pihak mitra sudah mendapatkan kepuasan dan di managementnya Ayam Goreng Nelongso ini kalau semisal ada masalah mereka selalu ambil tindakan dengan cara bermusyawarah, setiap minggunya selalu ada sedekah buat anak yatim piatu yang mana di frenchise lainnya tidak ada yang seperti ini.. Hanya saja dalam komunikasinya yang susah disaat pihak mitra ingin berkomunikasi dengan pihak direktur Ayam Goreng Nelongso respon dari pihak managementnya sangat slow respon hal ini kemungkinan besar beliau sangat sibuk dan apalagi Ayam Goreng nelongso sekarang ini semakin banyak dimana-mana dan juga mau buka cabang lagi jadi mungkin dikarenakan hal seperti itu. Kekurangan yang lainnya terdapat pada laporan bulanan yang kurang rapi, beliau hanya menerima laporan profit aja, dan pada awal-awal kerjasama dulu setiap bulannya beliau selalu dikirimi laporan fisik seperti nota pengeluaran, bahan baku dan lain sebagainya namun, setelah 3 bulan kedepanya laporan fisik ini pengirimannya jadi lambat bukan satu bulan lagi melain bisa sampai 3 bulan sekali laporan fisik ini di kirim ke rumah mitra.

Data Responden

Nama Responden : Bapak Falah (Mitra cabang Unesa)

Jenis Kelamin Responden : Laki-laki

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya,	Alasan utama adalah tetap berinvestasi dan juga untuk kelangsungan usaha kedepannya dunilai sangat bagus. Selain itu juga management Ayam

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

	apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Goreng Nelongso juga menerapkan prinsip dagang secara islami dengan pembagian hasil yang jelas dan juga adanya program sedekah setiap minggunya.
2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?	Sejauh ini untuk akad musyarakahnya sudah benar-benar diterapkan.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Mendapatkan kepuasan, dikarenakan manajemen bisa diajak berkomunikasi dengan baik. Adapun kekurangan hal itu masih dapat dimusyawarahkan bersama.

Data Responden

Nama Responden : Bapak Prabu (Mitra cabang Tropodo)

Jenis Kelamin Responden : Laki-laki

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Salah satu faktor utamanya hanya untuk berinvestasi saja, untuk faktor lainnya lebih ke faktor ownernya beliau mengikuti perjalanan Bapak Nanang Suherman dari awal sampai sesukses ini sehingga membuat beliau tertarik untuk bergabung dengan Ayam Goreng Nelongso.
2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?	Untuk akadnya sendiri pihak mitra enggak begitu paham mengenai akad syariah ini. Semua yang telah disepakati diawal benar-benar diterapkan dilapangannya, baik dari sisi bagi hasilnya, adanya sedekah setiap satu minggu sekali.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso sudah mendapatkan kepuasan apalagi yang di cabang ponti sudah BEP tinggal menikmati hasilnya.
4	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Untuk kekurangannya so far masih ditahan yang wajar, dn juga kekurangannya juga terdapat pada komunikasinya apalagi sekarang Ayam Goreng Nelongso semakin besar jadi untuk komunikasinya tidak seenak dulu.

Data Responden

Nama Responden : Bapak Gatot (Mitra cabang UPN)

Jenis Kelamin Responden : Laki-laki

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Alasan yang utama adalah hanya untuk berinvestasi saja, yang kedua ingin mencoba hal baru yaitu bermitra dengan Ayam Goreng Nelongso, sambil belajar-belajar.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?	Akad musyarakahnya benar-benar sudah diterapkan sesuai dengan kontrak, lama kontrak 5 thn, kalau masa kontrak berakhir kedepannya bisa di perpanjang lagi.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Sudah mendapatkan kepuasan.
4	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Untuk kelebihannya beliau bisa sharing dengan pihak manajement. Untuk kekurangannya didalam manajementnya masih belum siap baik di accountingnya, adminnya, di operasionalnya. Di Ayam Goreng Nelongso pihak mitranya tidak boleh ikut campur untuk memanage Outletnya jadi, mitra hanya memperoleh profit, laporan harian, laporan bulanan saja. Kadang untuk cash flownya laporannya terlambat untuk mentransfernya. Untuk komunikasi lumayan susah di hubungi. untuk upn ini masih belum BEP karena prediksi di awal bleset. Keterlambatan pengiriman laporan bukti fisik yang seharusnya satu bulan sekali kadang jadi 2-3 bulan sekali. Nelongso kalau buka cabang radiusnya terlalu dekat dengan cabang nelongso lainnya.

Data Responden

Nama Responden : Bapak Hamzah (Mitra cabang Mulyosari)

Jenis Kelamin Responden : Laki-laki

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Mengapa bapak/ibu berminat atau mau bergabung frenchise dengan Ayam Goreng Nelongso? apa alasannya, apakah hanya untuk berinvestasi saja?	Hanya buat investasi aja, karena sudah kenal sama ownernya (pa nanang sueherman), sibuk ngurusi haji dan umrah jadi semuanya yang ngurusi managementnya. tinggal menerima laporan aja, dan salah satu alasannya juga karena r,m nya rame atau ada peluang ke depannya.
2	Apakah akad musyarakah yang diterapkan Ayam Goreng Nelongso ini benar-benar diterapkan dilapangan?	Untuk akadnya sudah benar-benar diterapi, untuk yang di mulyosari sudah BEP, sesuai dengan awal kontrak.
3	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	Sudah mendapatkan kepuasan.
4	Apa sajakah kekurangan dan kelebihan selama menjadi mitra Ayam Goreng Nelongso?	kelebihannya laporannya tiap hari, untuk kekurangannya; salah nginput data saat tutup buku, telat mengirim bukti setor. laporan bentuk fisiknya 3 bulan sekali tidak mesti.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lampiran III: Dokumentasi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Lampiran IV: Biodata

BIODATA PENULIS

Nama	: Yesi Dwi Lestari
Jenis Kelamin	: Perempuan
Tempat dan Tanggal Lahir	: Blitar, 12 September 1998
Alamat	: Tambak Bulak Gg Tower Rt. 02 Rw.03 Tambak Rejo Waru Sidoarjo
Fakultas/Jurusan/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah
NIM	: G94216141

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Cek Skripsi Yesi Dwi Lestari

ORIGINALITY REPORT

0%	0%	0%	2%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 2%
Exclude bibliography	On		

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id