

BAB III

BISNIS WARALABA (*FRANCHISE*) PADA PT. INDOMARCO PRISMATAMADITINJAU MENURUT PRESPEKTIF EKONOMI ISLAM.

A. Pengertian Waralaba

Istilah *franchise* yang sudah di Indonesiakan menjadi waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih istimewa dan "laba" berarti untung. Jadi kata waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih/ istimewa.¹

Di samping pengertian tersebut, ada pengertian waralaba menurut doktrin, sebagaimana yang dikemukakan oleh Abdurrahman A.: “secara umum waralaba dikenal dengan istilah *franchise* yang berarti persetujuan atau pedangjian (kontrak) antara *veransir* dan pedagang eceran atau pedagang besar, yang menyatakan bahwa yang tersebut pertama itu memberikan kepada yang tersebut terakhir itu suatu hak untuk memperdagangkan produknya, dengan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak”.²

Dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standar dari pemberi waralaba, pemberi waralaba akan memberikan bantuan pemasaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik.

Selain itu ada pula pengertian waralaba menurut Juajir Sumardi "*Franchise* adalah sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yan berminat. Pemilik dari

¹Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008) Edisi ke-4, h. 2276.

²Abdurrahman A, *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan, Perdagangan*, (Jakarta; PT. Paradnya Paramita, 1970), h. 424.

metode yang dijual ini disebut '*franchise*' sedangkan pembeli yang berhak untuk menggunakan metode ini disebut '*franchisee*'.³

Pemberian waralaba ini didasarkan pada suatu Franchise Agreement, yang mana dapat kita tarik suatu kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merk dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.

Secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk menawarkan suatu produk/ jasa dari pemilik (pewaralaba) kepada pihak lain (terwaralaba) yang diatur dalam suatu perjanjian tertentu. Dalam PP. RI. No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 1 ayat 1 menyatakan:

“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.⁴

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo,

³Juadir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Bandung, 1995), 11. 16

⁴Gunawan Widjaja, *Waralaba Seri Hukum Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h. 15.

dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan *oleh franchisor*.

B. Sistem Bisnis Waralaba

Sistem *usaha franchise* atau waralaba yaitu penggunaan merek terkenal. Sistem ini dianggap menguntungkan karena merupakan sistem perdagangan yang kebal resesi ekonomi. Manajemen karena tingkat profitabilitas perusahaan dapat stabil, sehingga bisa memberikan kemitmngan timbal balik antara perusahaan induk dan perusahaan yang melakukan kerja sama dengan sistem *franchising*. Selain itu, semakin banyak perusahaan yang melakukan *franchise* dengan membuka cabang-cabang baru didaerah, maka usaha yang dijalankan akan semakin cepat dikenal karena masyarakat akan dengan mudah memperoleh produk yang diinginkan.⁵

Hal ini disebabkan oleh sistem yang mengharuskan setiap cabang mempunyai standar yang sama dengan perusahaan induk. Semua yang ada di perusahaan induk ada di setiap perusahaan cabang, walaupun perusahaan tersebut tergolong masih baru. Standar yang diberikan oleh perusahaan induk tidak saja menyangkut masalah makanan, tetapi juga menyangkut. sistem pelayanan, promosi, desain interior, persyaratan lokasi, manajemen, budaya perusahaan dan lain sebagainya.

Sistem franchise pada dasarnya adalah salah satu metode perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan yang telah mantap atau mapan dan punya nama. Sistem ini sangat cocok untuk strategi pengembangan usaha karena perusahaan tidak saja mampu mengembangkan usaha dinegara asalnya, tapi juga dapat

⁵Bambang N. Rachmadi, *Franchising*, (Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama, 2007), h.60

mengembangkan sayapnya sampai ke seluruh penjuru dunia. Selain itu dengan menyuguhkan cita rasa masakan yang khas, industri ini dapat meraih pangsa pasarnya sesuai dengan selera konsumen.

Menurut Robert T. Kiyosaki membeli *franchise* berarti membeli sistem, merek hanyalah salah satu kunci sukses. Kunci terpenting adalah sistem, yaitu mencakup :⁶

1. Manajemen keuangan

Manajemen keuangan merupakan pencatatan atas semua transaksi keuangan atau aktivitas yang terkait dengan perencanaan dan pengendalian perolehan serta pendistribusian aset-aset keuangan perusahaan.⁷

Seorang manajer keuangan bertanggung jawab dalam semua bidang keuangan pada suatu perusahaan, seseorang yang mempunyai hak dalam mengambil suatu keputusan yang sangat penting dalam suatu bidang investasi dan pembelanjaan perusahaan. Pengawasan yang berlanjut dalam pembukuan pencatatan dan akuntansi, maupun sumber-sumber material.

2. Manajemen produksi

Manajemen produksi dan operasi merupakan proses pengambilan keputusan didalam usaha untuk menghasilkan barang atau jasa sehingga dapat sasaran yang berupa tepat waktu, tepat mutu, tepat jumlah dengan biaya yang efisien. Oleh karena itu Manajemen produksi dan operasi mengkaji pengambilan keputusan dalam fungsi produksi dan operasi, yaitu

⁶Sherman Andrew J, *Franchising and Licensing,- Two Powerful Ways to GrowYour Business in any Economy*, (New York: Amacom, 2004), h. 44

⁷M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.222

mengenai pertanggung jawaban untuk mengelola bagian atau fungsi dalam organisasi yang menghasilkan barang atau jasa.⁸

Jadi istilah produksi dan *operasi* dipergunakan untuk menunjukkan fungsi yang menghasilkan barang atau jasa. Sehingga produksi atau operasi sama halnya dengan pemasaran dan keuangan atau pembelanjaan sebagai salah satu fungsi organisasi perusahaan dan merupakan salah satu fungsi bisnis.

3. Pemasaran

Manajemen Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh perusahaan untuk mempertahankan kelangsungan perusahaannya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan laba. Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan berorientasi kepada kebutuhan konsumen bagi kelangsungan hidup perusahaan. Dalam hal ini, *franchisor* wajib mengkoordinasikan dan bertanggung jawab terhadap periklanan usaha.⁹

4. Alur pasokan dan logistik (*supply chain*)

Manajemen rantai suplai atau alur pasokan adalah koordinasi dari bahan, informasi dan arus keuangan antara perusahaan yang berpartisipasi. Bahan baku merupakan hal yang paling penting dalam produksi, ketersediaan bahan baku sangat mempengaruhi produksi yang dihasilkan. Produksi tidak akan dapat berjalan jika bahan baku yang dibutuhkan

⁸ M. Fuad, dkk. Op.Cit, h. 139

⁹ Bambang N. Rachmadi, Loc.Cit

terlambat datang atau bahkan tidak tersedia.¹⁰

Tujuan dari manajemen resiko rantai pasok ini adalah untuk meminimalkan adanya kegagaba yang disebabkan oleh suatu kegiatan rantai pasokan dalam pemenuhan kebutuhan baik yang telah direncanakan maupun yang tidak.

5. SDM (Sumber Daya Manusia)

Manajemen sumber daya manusia, disingkat MSDM adalah suatu cara bagaimana mengatur hubungan dan peranan sumber daya (tenaga kerja) yang dimiliki oleh individu secara efisien dan efektif serta dapat digunakan secara maksimal sehingga tercapai tujuan (*goal*) bersama perusahaan, karyawan dan masyarakat menjadi maksimal.

Manajemen sumber daya manusia juga menyangkut desain dan implementasi sistem perencanaan, penyusunan karyawan, pengembangan karyawan, pengelolaan karier, evaluasi kinerja, kompensasi karyawan dan hubungan ketenagakerjaan yang baik.

Sumber daya manusia yang kompeten dan yang berkualitas sangat dibutuhkan untuk mendukung produktivitas dan aktivitas agar tujuan perusahaan atau suatu organisasi dapat tercapai dengan sempurna, oleh karena itu diperlukan pengembangan pegawai agar mutu dan kemampuan sumber daya manusia yang telah ada mampu bersaing dan dapat mengikuti perkembangan zaman, terlebih pada era globalisasi, dimana ilmu pengetahuan dan teknologi di berbagai bidang berkembang dengan sangat

¹⁰http://www.google.co.id/?q=manajemen+produksi+operasi&pg=ql&as_s=manajemen+produksi+operasi&as_s=manajemen+produksi+operasi&as_s=manajemen+produksi+operasi di akses pada tanggal 03 Januari 2015 pada pukul 23.00 WIB

pesat. Serta memberikan pelatihan agar dalam mengoperasikan bisnis *franchising* dapat memberikan servis, produk, serta kualitas yang sesuai dengan *fanchisor*nya.¹¹

6. Pembagian Keuntungan/ Bagi Hasil

Pembagian keuntungan merupakan instrumen pembagian hasil yang dihitung dari pendapatan setelah biaya dengan persentase yang telah disepakati. Besarnya keuntungan yang dibagi harus benar-benar dipahami dan disepakati di awal, transparansi dalam dunia bisnis membuat peningkatan jenis usaha saat keuntungan usaha juga meningkat.¹²

C. Jenis Waralaba

Dalam bentuknya sebagai bisnis, waralaba memiliki dua jenis kegiatan:

1. Waralaba produk dan merek dagang

Dalam waralaba produk merek dagang ini pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba, disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba.

Pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran *royalty* dimuka, dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (yang sering juga disebut dengan *royalty* berjalan) melalui penjualan produk yang

¹¹ Bambang N. Rachmadi, Loc.Cit

¹² Gunawan Widjaja, Op.Cit. h. 15

diwaralabakan kepada pencrma waralaba. Dalam bentuk yang sederhana ini, Waralaba produk dan merek dagang sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan.

2. Waralaba format bisnis

Menurut pengertian yang diberibm Martin Mandelson dalam *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchiser dan Franchisee*, Waralaba format bisnis adalah:

Pemberian sebuah lisensi oleh seseorang (pemberi waralaba) kepada pihak lain (penerima waralaba), lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhan paket yang terdiri dan seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.¹³

Dalam *Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, Martin Mandelson menyatakan bahwa waralaba format bisnis ini terdiri dari atas:

- a. Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba
- b. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep pemberi waralaba
- c. Proses bantuan dan bimbingan yang terus menerus dari pihak pemberi

¹³ Ibid, h. 14

waralaba

Menurut International Franchise Association (IFA) berkedudukan di Washington DC, merupakan organisasi Franchise International yang beranggotakan negara-negara di dunia, ada empat jenis franchise yang mendasar yang biasa digunakan di Amerika Serikat, yaitu:¹⁴

1. *Product Franchise*

Produsen menggunakan produk franchise untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contohnya, toko ban yang menjual produk dari franchisor, menggunakan nama dagang, Serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh franchisor.

2. *Manufacturing Franchises*

Jenis franchise ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek fimehisor. Jenis franchise ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan min

3. *Business Oportunity Ventures*

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk

¹⁴Sherman Andrew J, *op. cit.*, h. 49.

membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis, dan sebagai timbal baliknya pemilik bisnis harus membayarkan suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya. Contohnya, perusahaan mesin-mesin penjualan otomatis atau distributorship.

4. *Business Format Franchising*

Ini merupakan bentuk franchising yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya, perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau *royalty*. Kadang-kadang, perusahaan juga mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli persediaan dari perusahaan.¹⁵

D. Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Islam

Franchise atau dikenal dengan istilah waralaba adalah suatu bentuk sinergi usaha yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang sudah memiliki kinerja unggul karena didukung sumber daya berbasis pengetahuan dan orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi dengan *governance structure* (*tata kelola*) yang baik, dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dengan melakukan hubungan kontraktual untuk

¹⁵<http://jurnal-s-dni.blogspot.com/2009/09/perusahaan-waralaba-franchise-definisi.html>
diakses pada tanggal 4 januari 2015 pukul 21.00 Wib

menjalankan bisnis di bawah format bisnisnya dengan imbalan yang disepakati.¹⁶

Di dalam, konteks fiqh klasik memang tidak dikenal istilah *franchise* ataupun waralaba. Akan tetapi melihat dalam pelaksanaannya pola waralaba tersebut dapat dikatakan lebih menekankan kepada dua masalah pokok, yaitu masalah hak atas kekayaan intelektual dan masalah kemitraan usaha.

Para ulama sepakat bahwa Hak-Kekayaan Intelektual (HKI) termasuk di dalamnya adalah hak cipta adalah harta karena mengandung nilai dan manfaat padanya, dengan alasan sesuatu yang asalnya belum merupakan harta, apabila di kemudian hari tampak manfaatnya, ia akan menjadi harta selama memberikan manfaat bagi manusia secara umum. Pernyataan ini juga ditegaskan dalam keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. (HKI).¹⁷

Dalam tinjauan aspek kemitraan usaha waralaba bisa dikategorikan sebagai pengembangan dari *Syirkah* (kerjasama). *Syirkah* menurut bahasa adalah *ikhtilath* atau percampuran, sedangkan menurut istilah *Syirkah* diartikan akad antara orang-orang yang berkongsi (bersyarikat) dalam hal modal dan keuntungan.

Pada pokoknya *Syirkah* dapat dibagi menjadi 3 macam.

1. *Syirkah Ibahah*

Yaitu pesekutuan hak semua orang untuk dibolehkan menikmati manfaat sesuatu, misalnya air sungai, api, garam laut, dan sebagainya.

¹⁶Suseno, Dartnawan Budi, *Waralaba Syariah; Risiko Minimal laab Maksimal100% Halal*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2008), h. 3

¹⁷Majelis Ulama Indonesia, *Keputusan Falwa Majelis Ulama Indonesia Nomor /munas .VII/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI), 2005..*

2. *Syirkah Milik*

Yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih untuk memiliki suatu benda, misalnya dua orang atau lebih bersama-sama menangkap ikan dengan satu macam alat yang hasilnya menjadi milik bersama.

3. *Syirkah Akad*

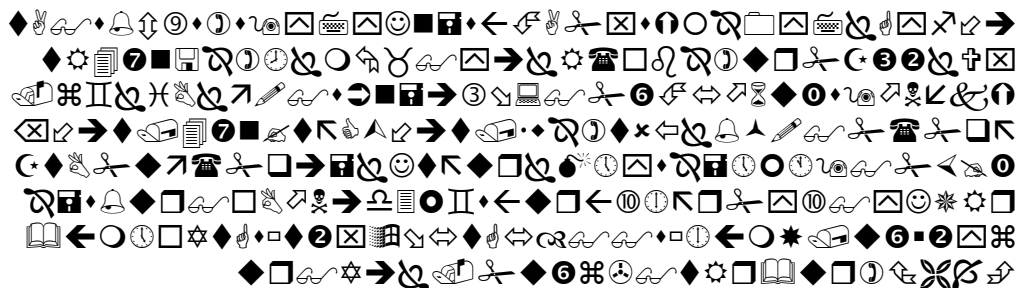
Yaitu akad persekutuan antara dua orang atau lebih dalam harta dan keuntungan. *Syirkah akad* dapat dibagi kepada :

- a. *Syirkah Inan*, adalah persekutuan dua orang atau lebih untuk masing-masing memasukkan bagian dari modal yang akan diperdagangkan, dengan ketentuan keuntungannya dibagi antara para anggota sesuai dengan yang telah disetujui bersama.
- b. *Syirkah Mufawadhah*, adalah persetujuan antara dua orang atau lebih dalam modal dan keuangannya, dengan syarat besar modal masing-masing yang Dimasukkan harus sama, hak melakukan tindakan hukum terhadap harta syirkah harus sama dan masing-masing anggota adalah penanggung terhadap tindakan anggota lain Serta dalam waktu sarna, juga wakil dari anggota lain.
- c. *Syirkah Amal*, adalah perjanjian persekutuan antara dua orang atau lebih untuk menerima pekerjaan dari pihak ketiga yang akan dikerjakan bersamasama, dengan ketentuan bahwa upahnya dibagi antara para anggota.
- d. *Syirkah Wujuh*, adalah persekutuan antara dua orang atau lebih tanpa

modal harta, untuk membeli barang-barang dengan pembayaran harga yang ditangguhkan, kemudian menjual barang-barang itu yang keuntungannya dibagi diantara para anggota.¹⁸

Dalam Islam syirkah adalah dibolehkan, didasarkan kepada firman

Allah dalam surat Shaad ayat 24



Artinya: *Daud berkata: "Sesungguhnya dia Telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.*

Nabi Muhammad SAW juga bersabda yang artinya: Dari Abu Hurairah ra :

Allah `Azza wa Jalla telah berfirman: Aku adalah pihak ketiga dari dua pihak yang ber-syirkah selama salah satunya fidak mengkhianati yang lainnya.

Kalau salah satunya berkhianat, Aku keluar dari keduanya.¹⁹

Jadi pada dasarnya *Syirkah* adalah suatu bentuk muamalat yang sangat diperlukan dalam pergaulan hidup manusia dan telah menjadi adat kebiasaan berbagai suku bangsa, sejak dahulu sampai sekarang. Disebabkan *Syirkah* banyak mendatangkan Kebaikan dalam kehidupan manusia, maka Islam

¹⁸A. Syafii Jafri. *Fiqh Muamalah*. (Pekanbaru: Suska Press,2008), h. 104

¹⁹Imam Abu Daud, *Sunan Abi Daud*, (Beirut: Dar al-Filer, tth), Jilid 11, h. 276. Hadis ini juga diriwayatkan oleh al-Baihaqi, dan ad-Daruquthni)

menetapkannya sebagai salah satu sistem muamalat yang baik dan dibenarkan hukum Islam, yang selanjutnya pengembangannya dilakukan oleh para puqaha' dengan menggunakan berbagai macam jalan ijihad, seperti ijma, qiyas, dll.

Kemudian ada perbedaan pendapat diantara para pakar ekonomi Islam tentang jenis *Syirkah* yang dianggap sesuai dengan sistem bisnis waralaba diantaranya; pertama Darmawan Bali Suseno menyatakan bahwa waralaba termasuk jenis dari penggabungan antara *Syirkah Inan* dan *Syirkah Abdan*, yang kedua Wahbah Zuhaily mengatakan bahwa hat itu termasuk jenis dari *Syirkah Inan*, dan ketiga pendapat pakar ekonomi Islam sepakat bahwa waralaba sesuai dengan *Syirkah*.

Waralaba yang sesuai dengan nilai-nilai Islam adalah waralaba yang ditujukan dalam rangka saling membantu sesama manusia, sehingga setiap orang mendapat kesempatan yang sama untuk mencapai keberhasilan dan memberikan kemaslahatan bagi semua pihak, baik bagi pemberi waralaba, penerima waralaba, dan masyarakat maupun pemerintah.

Dengan demikian, dalam menjalankan suatu usaha kejujuran penuh dengan idealisme Serta menjalankan usaha dengan sistem keadilan merupakan dasar kepribadian dan karakteristik pembisnis Islami. Etika bisnis dalam Islam telah sebenarnya telah di ajarkan Nabi Muhammad SAW saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Rasulullah sebagai pedagang selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat:

1. *Shiddiq*

Shiddiq berarti jujur, ini adalah sifat kejujuran yang, sangat ditekankan Rasul baik kepada dirinya maupun pada para sahabat-sahabatnya. Adalah ciri seorang muslim untuk jujur, sehingga Islam bukan saja menjadi sebuah agama namun juga peradaban besar.

2. *Amanah*

Amanah berarti dipercaya, sifat ini ditanamkan oleh Rasulullah khususnya kepada para sahabat yang ditugaskan di semua hal apa saja untuk bisa berbuat amanah, tidak curang dan tidak saling menipu.

3. *Tabligh*

Tabligh berarti menyampaikan yang benar, sifat ini adalah sifat Rasul untuk tidak menyembunyikan informasi yang benar apalagi untuk kepentingan umat dan agama. Tidak pernah sekalipun Rasul menyimpan informasi berharga hanya untuk dirinya sendiri.

4. *Falhonah*²⁰

Falhonah atau cerdas, sifat pemimpin adalah cerdas dan mengetahui dengan jelas apa akar permasalahan yang dia hadapi serta tindakan apa yang harus dia ambil untuk mengatasi permasalahan yang terjadi pada umat

²⁰Mustaq, Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2005), h. 32