

**BISNIS WARALABA DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi Kasus Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus
Air Tiris, Kabupaten Kampar)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Sebagian Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE.Sy)**



**MUFTI HASAN ALFANI
NIM. 10825001838**

**PROGRAM S1
JURUSAN EKONOMI ISLAM**

**FAKULTAS SYARIAH DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2012**

ABSTRAK

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana konsep bisnis waralaba pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris dan bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba pada Rumah Makan tersebut.

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang beralamat di Kelurahan Air Tiris, RT 003, RW 006, Kabupaten Kampar. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui konsep bisnis waralaba dan mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.

Adapun metode yang digunakan dalam pengumpulan data adalah observasi, wawancara, dokumentasi, dan menganalisa buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Data dari penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang kemudian dianalisa menggunakan analisis *deskriptif kualitatif*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 5 orang, dengan mengambil sampel dari populasi menggunakan *metode total sampling*.

Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa konsep bisnis waralaba di Rumah Makan Podok Patin HM Yunus Air Tiris adalah 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 dikelola dengan standar manajemen yang berlaku pada rumah makan tersebut.

Waralaba pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris merupakan pengembangan dari bentuk *Syirkah* (kemitraan dalam Islam), dimana waralaba pada rumah makan tersebut menerapkan sistem bisnis waralabanya dengan menggunakan *Syirkah 'Inan* yaitu persetujuan kerja sama antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan, dengan ketentuan keuntungannya dibagi diantara para anggota sesuai dengan yang telah disetujui bersama. Pernyataan ini juga ditegaskan dalam keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan limpahan rahmat dan karunianya sehingga penulis diberikan kekuatan dan kesehatan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Bisnis Waralaba Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, Kabupaten Kampar)”**.

Selain itu shalawat dan salam juga dikirimkan kepada junjungan alam Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari alam jahiliyah kealam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa karya manusia biasa, skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Masih banyak terdapat kesalahan dan kekurangan karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman baik dari segi isi maupun penulisan. Demi tercapinya kesempurnaan skripsi ini, dengan segenap kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang sifatnya membangun. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan berupa bimbingan, dan pengarahan dari berbagai pihak. Baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis banyak mengucapkan terima kasih kepada :

1. Teristimewa Ayahanda Harmaini, S.Pd.SD dan Ibunda Dahnniar, terima kasih yang tak terhingga atas segala kasih sayang, dorongan semangat, bantuan baik moril maupun materil kepada ananda selama ini, juga telah mengajarkan arti kehidupan. Tiada upaya apapun yang dapat membalas apa yang telah

diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi pada Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU.

2. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir Karim, MA selaku Rektor UIN SUSKA RIAU dan seluruh jajaran civitas akademika UIN SUSKA RIAU.
3. Bapak DR.H. Akbarizan, MA, MPd selaku Dekan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum UIN SUSKA RIAU.
4. Bapak Mawardi, S.Ag, M.Si selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam dan selaku pembimbing yang telah memberikan petunjuk, memperbaiki dan menyempurnakan materi dan sistematika penulisan dan telah mengorbankan waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis.
5. Bapak Darmawan Tia Indrajaya, MA yang selalu meluangkan waktunya dalam memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.
6. Kakanda M. Nurwahid, M.Ag yang selalu memberikan motivasi kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Syariah Dan Ilmu Hukum Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk melakukan penelitian dan memperoleh segala data yang diperlukan untuk skripsi ini.
8. Pimpinan rumah makan pondk patin HM Yunus di marpoyan dan rumah makan pondok patin HM Yunus Air Tiris yang telah bersedia memberikan bantuan dalam bentuk informasi yang penulis butuhkan dalam menyelesaikan skripsi ini.

9. Buat rekan-rekan seperjuangan Lokal 1 Ekonomi Islam 2008, kawan-kawan KKN angkatan XXXV Desa Balung Kab.Kampar yang tidak henti-hentinya memberikan dorongan dan semangat serta saran dan kritikan dalam penyusunan skripsi ini. Juga buat sahabat-sahabat semua yang tidak dapat sebutkan namanya, terima kasih atas kebersamaannya selama ini, semoga persahabatan ini tetap abadi.
10. Buat inspirasiku Ade Novia Rahma yang selalu memberikan dukungan dan semangat perjuangan dalam penyusunan skripsi ini.
11. Adik-adikku Muhammad Haris, Marlis Alamsyah, Ilal Hamdi, Arif Gunawan dan yang paling bungsu Nurul Afifah yang selalu memberikan semangat baru untuk penyelesaian skripsi ini..
12. Para Pustakawan yang dipakai buku-buku nya untuk referensi.

Akhirnya kepada Allah SWT penulis berserah diri, dan kepada sesama manusia penulis mohon maaf dan semoga apa-apa yang kita kerjakan mendapat keridhoan dari Allah SWT. *Amin ya Robbal' alamin*

Pekanbaru, 1 Desember 2011

Penulis

MUFTI HASAN ALFANI
NIM.10825001838

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Batasan Masalah	5
C. Perumusan Masalah	5
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
E. Metode Penulisan.....	6
F. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II : TINJAUAN LOKASI PENELITIAN	
A. Letak dan Geografis Daerah	11
B. Sejarah Singkat Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus	13
C. Struktur Organisasi	15
D. Aktivitas Rumah Makan Pondok patin HM Yunus.....	18
BAB III : TELAAH PUSTAKA	
A. Pengertian Waralaba.....	22
B. Sistem Bisnis Waralaba	24
C. Jenis Waralaba	28
D. Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Islam.....	31

BAB : IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Bisnis Waralaba Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris	37
B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Waralaba Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.....	44

BAB : V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	50
B. Saran-Saran	51

DAFTAR PUSTAKA

BIOGRAFI

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel.1 : Daerah Kabupaten Kampar	12
---	----

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya zaman semakin bercorak sendi-sendi kehidupan manusia dalam melakukan bisnis dan usaha dalam memenuhi kebutuhan hidupnya, diantaranya adalah salah satu sistem pemasaran yang berkembang pesat saat ini adalah format bisnis *franchise* atau waralaba.

Franchise atau usaha bisnis waralaba merupakan suatu sistem bisnis yang menjual produk dan jasa pelayanan. Sistem ini melibatkan pihak pemilik usaha waralaba (*franchisor*) di satu pihak yang memberikan lisensi kepada pihak lainnya (pemegang usaha waralaba atau *franchisee*) untuk membuka usaha bisnis dengan menggunakan nama dagang pihak pemilik waralaba.¹

Sebagai peluang bisnis waralaba berarti suatu bentuk kerjasama dimana pemberi waralaba (Franchisor) memberikan Izin dan hak kepada penerima investor waralaba (Franchisee) untuk menggunakan hak intelektualnya seperti merek dagang, menjual jenis jasa / produk dalam radius wilayah yang ditetapkan dalam menjalankan usahanya untuk suatu jangka waktu tertentu.²

Salah satu contoh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang merupakan bentuk pengembangan bisnis waralaba yang cukup menjanjikan, yang kegiatan usahanya menyediakan berbagai aneka lauk makanan yang mempunyai ciri khas Rumah Makan Podok Patin HM Yunus Pekanbaru.

¹ Sadano Sukino, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996), h. 4.

² M. Fuad, dkk. *Pengantar Bisnis*. (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2005), h.45.

Nama Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus dimiliki oleh satu orang pemilik tunggal yang bersifat pasif, dalam artian hanya sebagai kepemilikan nama atas usaha tetapi didalam pengelolaannya tidak ikut serta atau disebut pemberi waralaba. Sedangkan penerima waralaba disamping menyediakan modal juga sebagai pengelola usaha tersebut serta kepemilikan gedung Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.³

Dengan bisnis waralaba tersebut, penerima waralaba menjalankan aktifitas bisnis di bawah format bisnis atau dengan ketentuan-ketentuan yang berlaku pada rumah makan tersebut. Seperti yang dikemukakan oleh Bambang N. Rahmadi, ini merupakan kerugian dari sistem franchise bagi franchisee, yaitu :

1. Sistem franchise tidak memberikan kebebasan penuh kepada franchisee karena franchisee terikat perjanjian dan harus mengikuti sistem dan metode yang telah dibuat oleh franchisor.
2. Sistem franchise bukan jaminan akan keberhasilan menggunakan merek terkenal belum tentu akan sukses bila tidak diimbangi dengan kecermatan dan kehati-hatian dalam memilih usaha.
3. Franchisee harus bisa bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik dalam hubungannya dengan franchisor.
4. Tidak semua janji franchisor diterima oleh franchisee.
5. Masih adanya ketidakamanan dalam suatu franchise.⁴

³ Asliyah, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 24 Desember 2011, Jam 09.30-10.15 Wib

⁴ Bambang N. Rachmadi, *Franchising*, (Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama, 2007), h.9

Namun pada kenyataannya di lapangan banyak orang atau pebisnis lebih memilih bisnis waralaba, salah satu contoh bisnis waralaba pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.

Usaha makanan atau rumah makan memang usaha yang tidak mengenal musim. Saat krisis orang bisa saja tidak membeli baju baru tapi ia tidak bisa bertahan jika tidak makan. Semua orang butuh makan, tetapi di zaman sekarang semakin sedikit orang yang bisa atau punya waktu untuk memasak apalagi keinginan untuk serba praktis. Oleh karena itu, peluang usaha rumah makan ini sangat besar.

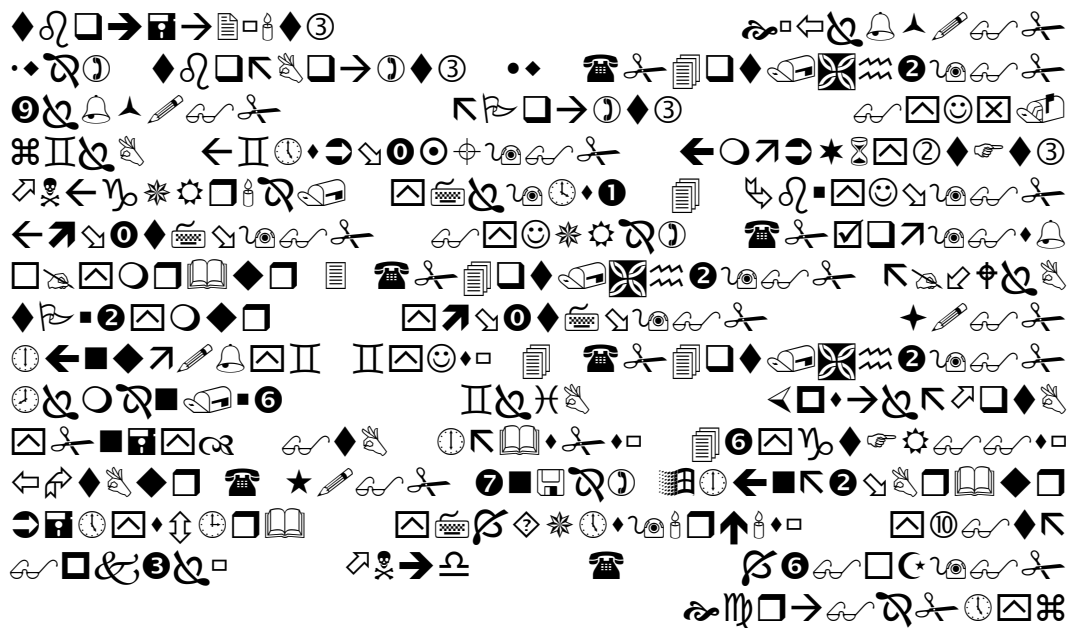
Unsur saling tolong-menolong dalam menjaga kemaslahatan umum merupakan prinsip dasar yang tidak lepas dari ajaran Islam. Karena Islam merupakan agama yang universal dan konverhensif. Universal berarti bahwa Islam diperuntukkan bagi seluruh umat manusia dimuka bumi dan dapat diterapkan dalam setiap waktu dan tempat sampai akhir zaman. Sedangkan konverhensif artinya bahwa Islam mempunyai ajaran yang lengkap dan sempurna.⁵

Kesempurnaan ajaran Islam disebabkan Islam mengatur seluruh aspek kehidupan manusia, tidak hanya aspek spiritual, tetapi juga aspek muamalah yang meliputi ekonomi, sosial, politik, hukum dan sebagainya. Kebanyakan masyarakat kita mereka berdagang hanyalah untuk mencari untung yang besar, jika ini yang menjadi tujuan usahanya maka seringkali mereka menghalalkan berbagai cara untuk mencapai tujuan tersebut.

⁵ Mawardi, *Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Alaf Riau, 2007), h. 1

Sifat tidak baik apabila orang banyak berbicara dan banyak bohongnya dalam berbisnis, ini sungguh tidak sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam.⁶ Ekonomi dalam Islam adalah ilmu pengetahuan sosial yang mempelajari masalah-masalah ekonomi rakyat yang di ilhami oleh nilai-nilai Islam.⁷

Yang dapat diketahui dalam Islam, bahwa hukum Allah adalah selamanya untuk membentuk kemaslahatan umum, jadi dalam Islam keuntungan bukan tujuan satu-satunya dalam sebuah usaha tapi dalam Islam lebih mengutamakan kemaslahatan umat dan mengharamkan riba, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Baqarah Ayat 275.



Artinya: “Orang-orang yang memakan riba tidak bisa berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. barang siapa yang mendapatkan peringatan dari tuhan nya, lalu dia berhenti maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya terserah

⁶ Buchari Alma, *Kewirausahaan* , (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 248.
⁷ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), h. 89.

kepada Allah. Barang siapa yang mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal dalamnya”.

Ayat di atas menjelaskan bahwa materi persoalan dunia bukan merupakan sasaran yang pokok, seperti halnya dalam undang-undang materialis, dimana seseorang terhadap masyarakat, dan bukan pula satu-satunya sebab untuk menjelaskan kejadian sebagaimana halnya dalam undang-undang sosialis, dimana golongan masyarakat atau golongan yang besar berusaha untuk menghancurkan atau menekan golongan yang kecil.⁸

Untuk itu, berdasarkan fenomena diatas maka penulis merasa tertarik untuk meneliti permasalahan ini dalam suatu penelitian yang berjudul **“Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Ekonomi Islam” (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, Kabupaten Kampar)”**.

B. Batasan Masalah

Untuk memfokuskan penelitian ini, penulis membatasi permasalahan yang diteliti yaitu Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, Kabupaten Kampar).

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka perumusan masalah yang penulis kemukakan adalah :

1. Bagaimana konsep bisnis waralaba di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris?

⁸ Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, (Pekanbaru: Suska Press, 2008) hal. 1

2. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui konsep bisnis waralaba yang diterapkan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.
- b. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba yang diterapkan oleh pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.

2. Manfaat Penelitian

- a. Menyelesaikan studi di Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum UIN Suska Riau
- b. Menambah khasanah pengetahuan dibidang ekonomi islam khususnya tentang bisnis waralaba.
- c. Supaya dapat menjadi rujukan/ referensi untuk penelitian serupa dalam lingkup yang lebih luas.

E. Metode Penelitian

1. Jenis dan Lokasi Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan yang dilakukan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus yang beralamatkan di Air Tiris, Kabupaten Kampar. Penulis memilih Rumah Makan ini sebagai lokasi penelitian karena Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang

cukup populer dan diminati masyarakat dalam waktu singkat serta belum pernah menjadi tempat penelitian. Sehingga penulis tertarik untuk meneliti konsep waralaba yang telah diterapkan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.

2. Subjek dan Objek Penelitian

Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah Bapak H. M. Yunus selaku pemberi waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris dan Bapak H. Idrus YS selaku penerima waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris. Sedangkan objeknya adalah bisnis waralaba yang diterapkan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus dalam perspektif ekonomi Islam.

3. Populasi dan Sample

Populasi dalam penelitian ini adalah Bapak H. M. Yunus selaku pemberi waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus dan H. Idrus YS selaku penerima waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris serta manajer dan kepala administrasi yang berjumlah 5 orang. Mengingat populasinya yang sangat terbatas maka penulis menjadikan kedua pemilik tersebut sebagai sampelnya, dengan *metode total sampling* yaitu dengan mengambil semua populasinya sebagai sampel.

4. Sumber Data

a. Data Primer

Berupa data yang diperoleh secara langsung dari Bapak H. M. Yunus selaku pemberi waralaba dan Bapak H. Idrus YS selaku penerima waralaba Rumah

Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris serta manajer dan kepala administrasi berkaitan dengan konsep waralaba yang dijalankan.

b. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari buku-buku penunjang yang berkaitan dengan masalah ini, seperti *Franchising The Most Practical and Excellent* karangan Bambang N. Rachmadi, *Waralaba Syariah* karangan Darmawan Budi Suseno, *Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor1/Munas VII/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, 2005. dan buku-buku lain yang berkaitan dengan bisnis waralaba.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Observasi

Yaitu pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan langsung ke lokasi Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang dijadikan sebagai objek penelitian tentang pola bagi hasilnya.

b. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pemberi waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus dan penerima waralaba Rumah makan pondok patin HM Yunus Air Tiris.

c. Penelitian kepustakaan

Yaitu memperoleh data yang ada hubungannya dengan permasalahan penelitian baik yang didapat dari buku-buku teori tentang Ekonomi Islam, hasil-hasil seminar, skripsi-skripsi yang mempunyai korelasi terhadap penelitian ini.

d. Dokumentasi

Yaitu meminta data yang sudah didokumentasikan oleh pengusaha Rumah Makan Pondok patin HM Yunus Air Tiris untuk melengkapi data dan informasi yang diperlukan penulis.

6. Analisa Data

Data yang diperoleh dari lapangan, kemudian diklasifikasikan serta di analisa menurut jenis dan sifatnya. Dalam menganalisa data tersebut penulis menggunakan analisis *deskriptif kualitatif* yaitu menganalisa data yang bersifat penjelasan atau penguraian data dan informasi yang kemudian dikaitkan dengan teori dan konsep- konsep yang mendukung pembahasan yang relevan kemudian diperoleh kesimpulan dari permasalahan penelitian ini.

7. Metode penulisan

- a. Deduktif, yaitu menggambarkan kaidah umum yang ada kaitannya dengan penelitian ini dan diambil kesimpulan secara khusus
- b. Induktif, yaitu menggambarkan kaidah khusus yang ada kaitannya dengan menyimpulkan fakta-fakta secara khusus dianalisa dan diambil kesimpulan secara umum.
- c. Deskriptif, yaitu penelitian yang menggambarkan kaidah, subjek dan objek penelitian berdasarkan fakta- fakta yang ada.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah penulisan ini, maka penulis membaginya dalam lima bab, dimana setiap bab terdiri dari beberapa sub bab sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan latar belakang masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menguraikan letak dan geografis, sejarah singkat berdirinya Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus dan aktifitas Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus.

BAB III TELAAH PUSTAKA

Dalam bab ini penulis menguraikan pengertian waralaba, jenis-jenis waralaba, sistem kerja sama waralaba, waralaba menurut perspektif ekonomi Islam

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang bisnis waralaba yang diterapkan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris dan pandangan ekonomi Islam tentang bisnis waralaba yang diterapkan oleh Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB III

TELAAH PUSTAKA

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 perjanjian (kontrak) antara *leveransir* 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 yang berminat. Pemilik dari

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

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

metode yang dijual ini disebut “*franchisor*” 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 permainan 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, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*.

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

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

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 dan tingkat profitabilitas perusahaan dapat stabil, sehingga bisa memberikan keuntungan 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 di negara asalnya, tapi juga dapat

⁵ Bambang 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 mengenai

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

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

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 (*suplly 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

⁸ M. Fuad, dkk, *op. cit.*, h.139.

⁹ Bambang N. Rachmadi, *loc. cit.*

dapat berjalan jika bahan baku yang dibutuhkan terlambat datang atau bahkan tidak tersedia.¹⁰

Tujuan dari manajemen resiko rantai pasok ini adalah untuk meminimalkan adanya kegagalan 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

¹⁰ <http://www.google.co.id/=manajemen+produksi+operasi&pq> di akses pada tanggal 03 Januari 2011 pada pukul 23.00 WIB

perkembangan zaman, terlebih pada era globalisasi, dimana ilmu pengetahuan dan teknologi di berbagai bidang berkembang dengan sangat pesat. Serta memberikan pelatihan agar dalam mengoperasikan bisnis *frinching* dapat memberikan servis, produk, serta kualitas yang sesuai dengan *franchisor* nya.¹¹

6. Pembagian Keuntungan/ Bagi Hasil

Pembagian keuntungan merupakan instrumen pembagian hasil yang dihitung dari pendapatan setelah dikurangi 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 yang 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 diwaralabakan

¹¹ Bambang N. Rachmadi, *loc. cit.*

¹² Gunawan Widjaja, *op.cit.*, h. 15.

kepada penerima 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 diberikan Martin Mandelson dalam *Franchising* :

Petunjuk Praktis bagi Franchisor 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 dari 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 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

¹³ *Ibid*, h.14

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 franchisor. Jenis franchise ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman.

3. *Business Oportunity Ventures*

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk 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, pengusaha mesin-mesin penjualan otomatis atau distributorship.

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

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 perusahaan¹⁵

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 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

¹⁵ <http://jurnal-sdm.blogspot.com/2009/09/perusahaan-waralaba-franchise-definisi.html> di akses pada tanggal 20 Desember 2011 pukul 21.00 Wib

¹⁶ Suseno, Darmawan Budi, *Waralaba Syariah; Risiko Minimal Laba Maksimal 100% Halal*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2008), h. 3

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

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 :

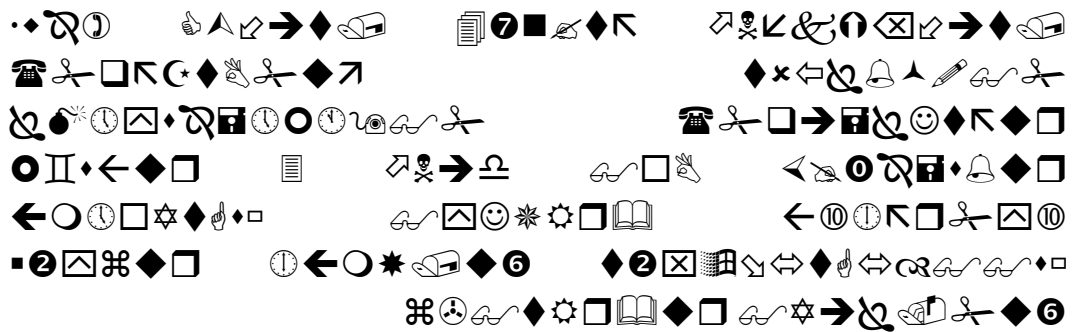
¹⁷ Majelis Ulama Indonesia, *Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas VII/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, 2005.

- a. *Syirkah Inan*, adalah persetujuan antara dua orang atau lebih untuk masing-masing memasukkan bagian tertentu 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
- c. 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 sama juga wakil dari anggota lain.
- d. *Syirkah A'mal*, adalah perjanjian persekutuan antara dua orang atau lebih untuk menerima pekerjaan dari pihak ketiga yang akan dikerjakan bersama-sama, dengan ketentuan bahwa upahnya dibagi antara para anggota.
- e. *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



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



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 sebahagian 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, sebagaimana dituturkan

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ « إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يُخْنِ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا »

Artinya: Dari Abu Hurairah ra : Allah ‘Azza wa Jalla telah berfirman: Aku adalah pihak ketiga dari dua pihak yang ber-syirkah selama salah satunya tidak 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 menetapkannya sebagai salah satu sistem muamalat yang baik dan dibenarkan hukum Islam, yang

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

selanjutnya pengembangannya dilakukan oleh para puqaha' dengan menggunakan berbagai macam jalan ijtihad, 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 Budi Suseno menyatakan bahwa waralaba termasuk jenis dari penggabungan antara *Syirkah Inan* dan *Syirkah Abdan*, yang kedua Wahbah Zuhaily mengatakan bahwa hal 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 pebisnis 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) *Fathonah*²⁰

Fathonah 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.

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

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Bisnis Waralaba Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris

Kerjasama bisnis waralaba pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris tertuang pada sebuah kesepakatan kerjasama secara tertulis antara pemberi dan penerima waralaba yaitu H. M. Yunus (*franchisor*) dan H. Idrus YS (*franchisee*). Keduanya bersepakat menjalin kerjasama dalam mitra kerjasama yang saling membantu baik dalam meningkatkan perekonomian maupun perluasan atau pengembangan jaringan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus sendiri.¹

Dalam bentuknya sebagai bisnis, jenis waralaba yang disepakati antara kedua belah pihak merupakan waralaba produk dan merek dagang. Yang mana pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba.²

Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran *royalty* dimuka dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan yang sering juga disebut *royalty* berjalan melalui penjualan produk yang di waralabakan kepada penerima waralaba.

¹ Andi, Manajer Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 24 Desember 2011, Jam 10.45-11.15 Wib

² Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

Sebagai bentuk pengembangan usaha Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus, penerima waralaba diwajibkan mematuhi peraturan dan pelaksanaan operasional yang telah menjadi kesepakatan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*Franchisee*).³

Bisnis waralaba ini dikelola dengan standar manajemen yang berlaku pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris adalah:

1. Manajemen keuangan dan pembukuan

Peran dan tanggung jawab dalam manajemen keuangan meliputi perolehan dana, pengumpulan dana, pembayaran hutang, pengendalian kas dan meningkatkan nilai perusahaan. Seluruh pendapatan dan pengeluaran operasional Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang di pegang langsung oleh H. Idrus YS yang dibukukan atas setiap transaksi jual beli pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.⁴

Contoh: Pembayaran atas pembelian nasi bungkus oleh pelanggan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris yang akan dimasukkan kedalam kas serta dicatat dalam pembukuan yang dipegang langsung oleh H. Idrus YS, begitu juga dengan pengeluaran atas pembelian barang untuk kebutuhan dapur, perlengkapan, pembayaran gaji karyawan serta Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.⁵

³ *Ibid* dan dijelaskan Gunawan Widjaja, *Waralaba Seri Hukum Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h. 13.

⁴ Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

⁵ Arman, Kepala Kasir Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

2. Manajemen produksi

Makanan yang dihasilkan harus menjaga cita rasa yang menjadi ciri khas Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus, karena salah satu kunci dalam meningkatkan perkembangan usaha dan efisiensi biaya produksi yang baik akan memperoleh keuntungan yang maksimal.

Contoh: Goreng ikan patin, asam pedas patin, gulai ikan patin yang dihasilkan dengan rasa yang mempunyai ciri khas masakan melayu Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus, rahasia bumbu dan takarannya yang tepat serta kualitas ikan yang sama juga menghasilkan masakan yang khas.⁶

3. Manajemen pemasaran

Hal yang paling memudahkan dan menjadi tonggak dalam bisnis ini adalah pemasaran, yang menjadi tanggung jawab H.M. Yunus (*franchisor*), sehingga H. Idrus YS (*franchisee*) tidak dipusingkan lagi dengan sistem pemasaran yang hanya terkait memilih lokasi yang strategis dan menjaga komunikasi yang baik dengan pelanggan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus.⁷

Contoh: Nama Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru sudah dikenali masyarakat, termasuk ciri khas masakan pada rumah makan tersebut. Keberadaan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris menjadi kemudahan bagi masyarakat Air Tiris dan sekitarnya yang ingin merasakan masakan Rumah Pondok Patin HM Yunus.

⁶ Asma, Kepala Dapur Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

⁷ Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

4. Manajemen harga

Bagi sebagian masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan untuk membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan.

Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang telah dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya persentase laba yang diinginkan. Jika harga ditetapkan terlalu tinggi, secara umum akan kurang menguntungkan, karena pembeli dan volume penjualan akan berkurang. Akibatnya semua biaya yang telah dikeluarkan tidak dapat tertutupi, sehingga pada akhirnya perusahaan akan rugi. Maka salah satu prinsip dalam penentuan harga adalah penitik berat pada kemauan pembeli terhadap harga yang ditentukan dengan jumlah yang cukup untuk menutupi biaya-biaya yang telah dikeluarkan beserta persentase laba yang diinginkan.

Sesuai tingkat perekonomian disekitar Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris menengah kebawah, yang sangat memungkinkan untuk penentuan harga menjadi lebih murah dari pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru menengah keatas. Sehingga kesepakatan kedua belah pihak terhadap masalah penentuan harga yang akan menjadi tanggung jawab kepada *franchisee*.⁸

Contoh: Harga nasi bungkus yang masih terjangkau oleh masyarakat pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris adalah Rp.12.000,-

⁸ Noni Trisni Diah, Kepala Administrasi Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 24 Desember 2011, Jam 09.30-10.15 Wib

sedangkan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru dengan standar harga Rp. 15.000 per bungkus.⁹

5. Manajemen pasokan dan logistik

Pasokan bahan baku dan logistik merupakan pengawasan alur masuknya bahan baku dalam proses produksi. Manajemen penyediaan bahan baku berfungsi untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek maupun kebutuhan jangka panjang dalam suatu usaha menghasilkan barang dan jasa.

Contoh: Menjaga kualitas bahan baku pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, H. Idrus YS setiap paginya mencari bahan baku segar dan juga menggunakan jasa *distribution center* yaitu pemasok bahan baku yang mengantar langsung pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.¹⁰

6. Manajemen SDM (Sumber Daya Manusia) atau tenaga kerja

Manajemen tenaga kerja memegang peranan penting dalam proses produksi, kegiatan operasional lainnya dalam kaitannya dengan variasi kemampuan maupun jumlah serta distribusinya.

Kemampuan tenaga kerja harus memenuhi kriteria tenaga kerja terampil yang memiliki keahlian atas dasar pengalamannya, H. Idrus YS berhak mengangkat, menegur, memberikan arahan dan menghentikan karyawan sesuai kinerja dan kepercayaannya.

⁹ Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

¹⁰ Noni Trisni Diah, Kepala Administrasi Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 24 Desember 2011, Jam 09.30-10.15 Wib

Contoh: *Koky* atau tenaga dapur yang berpengalaman dan menjadi kepercayaan H. Idrus YS dalam membuat semua masakan yang ada pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris.¹¹

7. Manajemen biaya

Sebagian besar biaya dipergunakan untuk membeli bahan baku, membayar gaji dan upah, membeli bahan pembantu, dan belanja barang-barang lainnya.

Dalam proses produksi barang-barang tersebut dikatakan mempunyai nilai proses produksi, ini berarti bahwa barang-barang tersebut dikorbankan demi terbentuknya barang baru. Biaya bahan baku, bahan pembantu, gaji karyawan, pajak, biaya listrik, telepon, air dan seluruh biaya yang timbul akibat usaha ini menjadi tanggung jawab H. Idrus YS selaku penerima waralaba (*franchisee*).

Contoh: Biaya yang dikeluarkan untuk pembelian bahan baku, salah satunya pembelian beras sebagai bahan pokok dalam kegiatan produksi pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris. Penyediaan beras sebagai bahan pokok, merupakan biaya yang berhubungan dengan kegiatan penjualan produk jadi yang siap untuk dijual.¹²

8. Pembagian keuntungan atau bagi hasil yang dibagikan setiap bulannya.

Sebelum keuntungan dibagikan, pendapatan operasional Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris dikurangi seluruh biaya-biaya, gaji

¹¹ Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

¹² Arman, Kepala Kasir Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

karyawan dan pengeluaran yang diperuntukkan zakat dan santunan anak yatim sebesar 2,5% serta pembayaran pajak.

Setelah itu keuntungan bersih Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris baru dibagi sesuai nisbah bagi hasilnya 80:20 antara H. Idrus YS (*franchisee*) dan H.M. Yunus (*franchisor*).¹³

Contoh:

Pendapatan	Rp. 120.000.000,-
Pengeluaran	
Biaya-biaya	Rp. 69.930.000,- _
Gaji karyawan	<u>Rp. 16.000.000,-</u> _
	Rp. 34.070.000,-
Zakat 2,5 %	<u>Rp. 851.750,-</u> _
	Rp. 33.218.250,-
Pajak 10%	<u>Rp. 3.321.825,-</u> _
Total keuntungan	Rp. 29.896.425,-

Seluruh pendapatan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris pada bulan desember 2011 sebesar Rp. 120.000.000,- dikurangi biaya-biaya (pasokan dan logistik, perlengkapan, biaya umum, dan lain sebagainya) sebesar Rp. 69.930.000,-. Setelah itu dikurangi gaji seluruh karyawan sebesar Rp.16.000.000,- dan zakat santunan anak yatim sebesar 2,5% yaitu Rp.851.750,-, serta pembayaran pajak 10% Rp. 3.321.825,-.

Keuntungan bersih dari pendapatan Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris sebesar Rp. 29.896.425,- sesuai dengan nisbah maka
H. M. Yunus (pemberi waralaba) 20% x Rp. 29.896.425,- = Rp. 5.979.285,-
H. Idrus YS (penerima waralaba) 80% x Rp. 29.896.425,- = Rp. 23.917.140,-

¹³ Idrus, Pemilik Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris, *Wawancara*, Air Tiris, 26 Desember 2011, Jam 13.00-13.45 Wib

Konsep perjanjian bisnis waralaba ini merupakan kesepakatan kedua belah pihak, untuk setiap pemakaian merek, logo, papan nama harus meminta izin terlebih dahulu kepada H. M. Yunus, dan tidak diperbolehkannya mengalihkan atau menjual sebagian atau seluruh hak perjanjian kerjasama kepada pihak lain¹⁴.

B. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Bisnis Waralaba Pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris

Islam adalah agama yang mengajarkan bagaimana menjalani hidup dengan baik, karena kehidupannya yang baik itu sendiri akan menciptakan semua aspek spritual yang dibutuhkan oleh manusia. Dalam Islam bisnis lebih ditekankan pada semangat kerja keras dan kemandirian.

Seperti halnya Nabi Muhammad SAW yang memulai bisnis ketika usianya masih sangat muda. Keputusannya untuk berbisnis diambil dari situasi dan kondisinya yang memaksa Muhammad harus turun tangan dari ketergantungannya terhadap paman dan saudara-saudaranya. Keinginan untuk mandiri memaksanya untuk terjun memulai bisnis sedini mungkin. Kondisinya yang demikian, membuat Muhammad berpikir keras bagaimana menangkap peluang bisnis yang ada.¹⁵

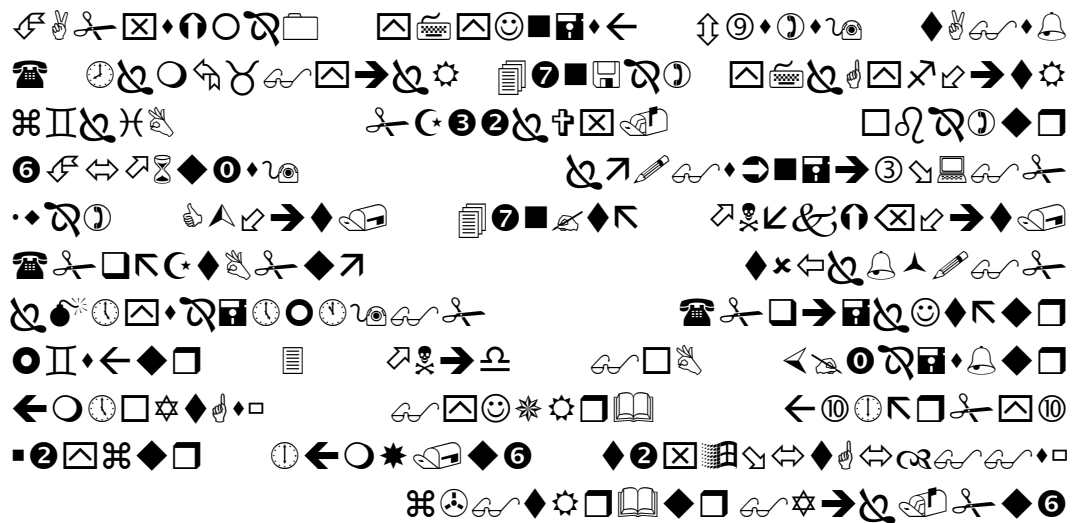
Di dalam konteks fiqh klasik memang tidak dikenal istilah *franchise* ataupun waralaba. Akan tetapi melihat dalam pelaksanaannya pola waralaba tersebut dapat dikatakan lebih menekankan kepada dua masalah pokok, yaitu

¹⁴ Andi, Manajer Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Pekanbaru, *Wawancara*, Pekanbaru, 24 Desember 2011, Jam 10.45-11.15 Wib

¹⁵ Khorussalim, *To be The Moslem Entrepreneur*, (Jakarta : Pustaka Al- Kautsar, 2006), h.158

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.¹⁶

Pernyataan ini juga ditegaskan dalam keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 01/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Dan tinjauan aspek kemitraan usaha waralaba bisa dikategorikan sebagai pengembangan dari *Syirkah* (kerjasama). Yang mana dalam Alqur'an dibolehkannya syirkah ini didasarkan sebagaimana 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 sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh;

¹⁶ Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997), h.23

dan amat sedikitlah mereka ini." Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.

Hadist Nabi juga menegaskan

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ « إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَهُ خَرَجَتْ مِنْ بَيْنَهُمَا »

Artinya: “Tangan Allah menyertai dua orang yang bersyarikat, selama salah satu pihak ada berkhianat kepada yang lainnya. Apabila salah satu pihak mengkhianati rekannya, maka tangannya akan ditarik dari keduanya” (H.R. Daruqhutini)¹⁷

Alqur’an dan hadist di atas menegaskan bahwa *Syirkah* merupakan suatu bentuk muamalah 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 menetapkannya sebagai salah satu sistem muamalat yang baik dan dibenarkan hukum islam, yang selanjutnya pengembangannya dilakukan oleh para fuqaha’ dengan menggunakan berbagai macam jalan ijtihad, seperti ijma’, qiyas, dan lain sebagainya.

Adapun syarat- syarat umum yang harus ada dalam segala macam syirkah adalah :

1. Masing-masing pihak yang mengadakan perjanjian berkecakapan untuk menjadi wakil atau mewakilkan. Syarat ini diperlukan, karena masing-masing anggota *Syirkah* telah mengizinkan anggota sekutunya melkukan tindakan-

¹⁷ Imam Abu Daud, *Sunan Abi Daud*, (Beirut: Dar al-Fikr, tth), Jilid II, h. 276. Hadis ini juga diriwayatkan oleh al-Baihaqi, dan ad-Daruquthni)

tindakan hukum terhadap harta *Syirkah*, menerima pekerjaan atau membeli barang-barang dan kemudian menjualnya. Dengan demikian tiap-tiap anggota *Syirkah* adalah orang yang mewakilkan kepada teman sekutunya dan dalam waktu sama juga menjadi wakil teman sekutunya.

2. Obyek akad yaitu hal-hal yang dapat diwakilkan agar memungkinkan tiap-tiap anggota syirkah melakukan tindakan-tindakan hukum.
3. Keuntungan masing-masing merupakan bagian dan keseluruhan keuntungan yang ditentukan kadar persentasinya seperti setengah, sepertiga dan sebagainya¹⁸.

Sistem bisnis waralaba yang diterapkan pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris adalah bentuk kerjasama (*Syirkah*) dengan jenis *Syirkah 'Inan*. Yaitu persetujuan kerja sama antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan, dengan ketentuan keuntungannya dibagi diantara para anggota sesuai dengan yang telah disetujui bersama.

Dalam *Syirkah 'Inan* tidak ada syarat bahwa besar kecil modal dari masing-masing anggota harus sama, tidak ada syarat bahwa hak melakukan tindakan-tindakan terhadap harta *Syirkah* bagi masing-masing anggota harus sama, demikian pula tidak ada syarat bahwa bagian keuntungan untuk tiap-tiap anggota harus sama.

Dengan demikian modal yang dimasukkan oleh masing-masing anggota boleh sama dan boleh tidak sama; dibolehkan juga salah seorang anggota *Syirkah*

¹⁸ A. Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, (Pekanbaru : Suska Press, 2008), h.113

yang bertanggung jawab atas nama *Syirkah*; yang lain tidak; boleh pula bagian keuntungan sama banyak atau berlebih kurang sesuai dengan besa kecil tanggung jawab masing-masing atau besar kecil modal yang dimasukkan.¹⁹

Manajemen yang berlaku pada Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air tiris dipandang sebagai perwujudan amal sholeh yang harus bertitik tolak dari niat baik. Niat baik tersebut akan memunculkan motivasi aktivitas untuk mencapai hasil yang bagus demi kesejahteraan bersama. Ada empat landasan untuk mengembangkan manajemen menurut pandangan Islam, yaitu kebenaran, kejujuran, keterbukaan, dan keahlian. Seorang manajer harus memiliki empat sifat utama itu agar manajemen yang dijalankannya mendapatkan hasil yang maksimal. Yang paling penting dalam manajemen berdasarkan pandangan Islam adalah harus ada sifat ri'ayah atau jiwa kepemimpinan. Kepemimpinan menurut Islam merupakan faktor utama dalam konsep manajemen.

Manajemen menurut pandangan Islam merupakan manajemen yang adil. Batasan adil adalah pimpinan tidak menganiaya bawahan dan bawahan tak merugikan perusahaan. Bentuk penganiayaan yang dimaksudkan adalah mengurangi atau tak memberikan hak bawahan dan memaksa bawahan untuk bekerja melebihi ketentuan. Jika seorang manajer mengharuskan bawahannya bekerja melampaui waktu kerja yang ditentukan, maka sebenarnya manajer itu telah mendzalimi bawahannya. Hal ini sangat ditentang oleh Islam. Seyogyanya

¹⁹ *Ibid*, h.114

keepakatan kerja dibuat untuk kepentingan bersama antara pimpinan dan bawahan.²⁰

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.

²⁰ Muhammad Ismail Yusanto, *Manajemen Strategis, Perspektif Syari'ah*, (Jakarta: Khairul Bayan, 2003), h. 12.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang penulis lakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa

1. Konsep bisnis waralaba di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris adalah 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 dikelola dengan standar manajemen yang berlaku pada rumah makan tersebut.
2. Tinjauan ekonomi Islam terhadap bisnis waralaba yang diterapkan di Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus Air Tiris adalah bentuk kerjasama (*Syirkah*) dengan jenis *Syirkah 'Inan* dimana persetujuan kerja sama antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan, dengan ketentuan keuntungannya dibagi diantara para anggota sesuai dengan yang telah disetujui bersama. Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 01/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Dan tinjauan aspek kemitraan usaha waralaba bisa dikategorikan sebagai pengembangan dari *Syirkah* (kerjasama).

B. Saran

Setelah meneliti dan membahas bisnis waralaba menurut perspektif ekonomi Islam, maka penulis menyarankan kepada:

1. Pemberi dan penerima waralaba Rumah Makan Pondok Patin HM Yunus hendaknya tetap menjalankan usaha sesuai dengan konsep bisnis yang halal dan saling memberikan kemanfaatan serta dapat lebih mengembangkan usaha waralabanya seiring popularitas nama rumah makan pondok patin HM Yunus.
2. Praktisi dan Akademisi khususnya konsentrasi Ekonomi Islam hendaknya berperan aktif dalam pelaksanaan dan pengawasan dalam praktek bisnis yang ada di tengah masyarakat, agar bisnis yang dijalankan sesuai dengan rambu-rambu dan nilai yang telah ditetapkan dalam syariah dan selalu berinovasi dalam membuat dan membentuk produk-produk bisnis syariah yang bisa diambil kemanfaatannya dan untuk memberdayakan umat Islam secara umum.
3. Pemerintah hendaknya juga berperan dalam memberikan aturan-aturan normatif yang bertujuan membantu masyarakat dalam menjalankan peluang bisnis yang sesuai dengan Undang-Undang, terutama untuk meningkatkan perekonomian rakyat.
4. Pelaku bisnis waralaba lainnya, khususnya waralaba syariah agar benar-benar menjalankan usahanya sesuai dengan aturan dan tuntunan yang telah digariskan oleh syariah dan selalu berpegang teguh pada prinsip mu'amalah yaitu prinsip keadilan dan kejujuran dalam berbisnis untuk mencari ridho Allah semata.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Manan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*, Yogyakarta: PT. Amanah Bunda Sejahtera, 1997.
- Abdurrahman A, *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan, Perdagangan*, Jakarta; PT. Paradnya Paramita, 1970.
- A. Syafii Jafri, *Fiqh Muamalah*, Pekanbaru: Suska Press, 2008.
- Anne Booth, *Ekonomi Orde Baru*, (Selangor, Malaysia: Oxford University, 1981)
- Bahan dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Kampar, Kampar dalam Angka tahun , 2011.
- Bambang N. Rachmadi, *Franchising*, Jakarta: PT. Gramedia pustaka Utama, 2007
- Buchari Alma, *Kewirausahaan*, Bandung: Alfabeta, 2007.
- Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba Mudah, risiko Rendah dan Menguntungkan*, Yogyakarta; Cakrawala, 2007.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa*, Edisi ke-4, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Gunawan Widjaja, *Waralaba seri hukum bisnis*, Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003.
- <http://jurnal-sdm.blogspot.co/2009/09/perusahaan-waralaba-franchise-definisi.html>
di akses pada tanggal 20 desember 2011 jam 21.00 wib
- <http://www.djpk.depkeu.go.id/regulation/27/tahun/2011/bulan/02/tanggal/17/id/590>
di akses pada tanggal 27 Desember 2011 jam 23.00
- Imam Abu Daud, *Sunan Abi Daud*, (Beirut: Dar al-Fikr, tth), Jilid II, h. 276. Hadis ini juga diriwayatkan oleh al-Baihaqi, dan ad-Daruquthni.
- Juadir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung; PT. Citra Aditya Bakti Bandung, 1995.
- Khorussalim, *To be The Moslem Enterpreneur*, Jakarata : Pustaka Al- Kautsar, 2006
- Majelis Ulama Indonesia. *Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/ Munas VII/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*, 2005.

- Mawardi, *Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Alaf Riau, 2007.
- M. Fuad, dkk, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2005.
- Muh Said, *Pengantar Ekonomi Islam*, Pekanbaru: Suska Press, 2008.
- Mustaq, Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Jakarta: Pustaka al-Kautsar, 2005.
- Paul A. Samuelson, *Ilmu Mikro Ekonomi*, Jakarta: PT. Media Global Edukasi, 2003
- Redaksi Info Franchise Indonesia, *Franchise Your business*, (Jakarta: Info Franchise Publishing, 2009)
- Sadano Sukino, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Jakarta : Raja Grafindo Persada, 1996.
- Sherman, Andrew J, *Franchising and Licensing; Two Powerful Ways to Grow Your Business in any Economy*, New York: Amacom, 2004.
- Suseno, Darmawan Budi, *Waralaba Syariah; Risiko Minimal Laba Maksimal 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008.