

## BAB II

### STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DALAM ISLAM

#### A. Strategi Pengembangan Bisnis

##### 1. Pengertian strategi

Kata “strategi” berasal dari bahasa Yunani, yaitu “*Strategos*” (*stratos* = militer dan *ag* = memimpin), yang berarti “*generalship*” atau sesuatu yang dikerjakan oleh para jenderal perang dalam membuat rencana untuk memenangkan perang.<sup>26</sup> Kata strategik atau strategis memiliki makna bijak atau bijaksana.<sup>27</sup> Berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), strategi merupakan rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran secara khusus.<sup>28</sup> Adapun kata strategik dalam kamus saku Oxford: strategi merupakan seni perang, khususnya perencanaan gerakan pasukan, kapal, dan sebagainya, menuju posisi yang layak; rencana tindakan atau kebijakan dalam bisnis atau politik dan sebagainya.<sup>29</sup>

Beberapa definisi tentang strategi menurut para ahli, antara lain:

---

<sup>26</sup>Rachmat, *Manajemen Strategik*, Bandung: Pustaka Setia, 2013, h.2

<sup>27</sup>Indriyo Gitosudarno, *Manajemen Strategis*, Yogyakarta: BPFE, 2001. h. 12

<sup>28</sup>Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h. 1092

<sup>29</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis: Pengelolaan dalam Era Globalisasi*, Jakarta: Rineka cipta, 2011 h.358

- a. Menurut Lawrence R. Jauch & W. F. Glueck (1984), strategi adalah rencana yang disatukan, menyeluruh, dan terpadu yang mengaitkan keunggulan strategi perusahaan dengan tantangan lingkungan dan yang dirancang untuk memastikan tujuan utama perusahaan dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh perusahaan.<sup>30</sup>
- b. Sedangkan menurut Chandler (1962) strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.<sup>31</sup>
- c. Sukristono mendefinisikan strategi sebagai suatu penentuan dan evaluasi berbagai alternatif cara untuk pencapaian misi atau tujuan, termasuk untuk pemilihan alternatif-alternatifnya.<sup>32</sup>
- d. Menurut J.B Quinn dalam Sukristono menyatakan bahwa strategi adalah suatu pola (*Pattern*) atau rencana yang mengintegrasikan sasaran-sasaran utama (*major goals*) organisasi, kebijakan-kebijakan dan serangkaian pelaksanaannya dalam keseluruhan perpaduan (*a cohesive whole*). Selanjutnya, Quinn mengemukakan pula bahwa strategi memiliki sifat-sifat sebagai berikut:

---

<sup>30</sup>Iwan Purwanto, *Manajemen Strategi*, Bandung: CV. Yrama Widya, 2007, h.74

<sup>31</sup>Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997, h. 3

<sup>32</sup>Sukristono, *Perencanaan ...*, h. 19

- a. Strategi meliputi unsur sasaran (*goals*) terpenting yang akan dicapai, kebijakan-kebijakan yang penting yang mengarahkan pelaksanaan dan langkah-langkah pelaksanaan untuk mewujudkan sasaran tersebut.
- b. Mewujudkan beberapa konsep dan dorongan yang memberikan hubungan (kohesi), keseimbangan dan fokus.
- c. Strategi mengutarakan sesuatu yang tidak dapat diduga semula atau sesuatu yang tidak dapat diketahui.<sup>33</sup>

Strategi merupakan suatu proses pengevaluasian kekuatan dan kelemahan perusahaan dibandingkan dengan peluang dan ancaman yang ada dalam lingkungan yang dihadapi dan memutuskan strategi pasar produk yang menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan peluang lingkungan.<sup>34</sup>

Pemahaman yang baik mengenai konsep strategi dan konsep-konsep lain yang berkaitan, sangat menentukan suksesnya strategi yang disusun. Konsep-konsep tersebut adalah sebagai berikut :

- a. *Distinctive competence*: tindakan yang dilakukan oleh perusahaan agar dapat melakukan kegiatan lebih baik dibandingkan dengan pesaingnya.

---

<sup>33</sup>Sukristono, *Perencanaan ...*, h. 336

<sup>34</sup>Pandji Anoraga, *Pengantar ...*, h. 358

b. *Competitive advantage*: kegiatan spesifik yang dikembangkan oleh perusahaan agar lebih unggul dibandingkan dengan pesaingnya.<sup>35</sup>

Jadi pada dasarnya, perusahaan menetapkan strategi melalui penyesuaian kemampuan perusahaan dengan peluang yang ada dalam industri.

## 2. Klasifikasi pengembangan Bisnis

Werren J. Keegan dalam bukunya *Global Marketing Management* mengatakan bahwa pengembangan usaha secara internasional dapat dilakukan dengan sekurangnya lima macam cara: Dengan cara ekspor impor, melalui pemberian lisensi, dalam bentuk *franchising* (waralaba), Pembentukan perusahaan patungan (*joint ventures*), *total ownership* atau kepemilikan menyeluruh, yang dapat dilakukan melalui *direct ownership* (kepemilikan langsung) ataupun akuisisi.<sup>36</sup>

### 1. Ekspor Impor

Ekspor adalah perdagangan dengan mengeluarkan barang dari dalam negeri ke luar wilayah pabean Indonesia dengan memenuhi ketentuan berlaku.<sup>37</sup>

---

<sup>35</sup>Freddy Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006, h. 4

<sup>36</sup>Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, h. 1

<sup>37</sup>May Rudy, *Bisnis Internasional Teori dan Aplikasi Operasionalisasi*, Bandung: PT. Refika Aditama, 2002. h. 57

Impor adalah perdagangan dengan cara memasukkan barang dari luar negeri ke dalam wilayah pabean Indonesia, dengan memenuhi ketentuan yang berlaku.<sup>38</sup>

Ekspor-impor merupakan salah bentuk internasional produk atau jasa tanpa melibatkan diri secara langsung dan mendalam dengan faktor-faktor ekonomi, sosial, dan politik dari negara tujuan ekspor-impor.<sup>39</sup>

Kegiatan ekspor-impor didasari oleh kondisi bahwa tidak ada suatu negara yang benar-benar mandiri karena satu sama lain saling membutuhkan dan saling mengisi. Setiap negara memiliki karakteristik struktur ekonomi dan struktur sosial. Perbedaan tersebut menyebabkan perbedaan komoditas yang dihasilkan, komposisi biaya yang diperlukan, kualitas dan kuantitas produk.

Komoditas yang dibutuhkan tentunya harus memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan komoditas lainnya. Terdapat beberapa macam keunggulan yang dimiliki oleh suatu komoditas antara lain:

---

<sup>38</sup>*Ibid.*, h. 64

<sup>39</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi ...*, h. 1

1) Keunggulan mutlak

Suatu negara dikatakan memiliki keunggulan mutlak (*absolute advantage*) bilamana didukung oleh faktor alam yang spesifik yang tidak dimiliki oleh negara lain.

2) Keunggulan komparatif

Keunggulan komparatif (*comparative advantages*) adalah keunggulan yang dimiliki suatu negara bila dapat memproduksi suatu komoditas lebih murah dan lebih baik yang disebabkan kombinasi faktor produksi yang ideal sehingga produktivitasnya lebih tinggi.

3) Keunggulan kompetitif

Teori keunggulan kompetitif dikembangkan oleh Michael E. Porter dalam bukunya *Competitive Advantage* dan *Competitive Strategy*. Ada lima faktor persaingan yang terdapat pada tiap jenis industri:

1. Persaingan industri antara sesama perusahaan sejenis, yaitu persaingan antara sesama industri memproduksi komoditas yang sama dengan merk berbeda.
2. Peserta potensial, yaitu persaingan dengan perusahaan baru yang secara potensial dapat mengancam eksistensi perusahaan yang sudah ada.

3. Barang substitusi, yaitu persaingan dengan produk substitusi.
4. Pemasok, yaitu kekuatan tawar-menawar para pemasok dalam memasok bahan baku, tenaga kerja, teknologi, energi, dan sebagainya.
5. Pembeli, yaitu kekuatan tawar-menawar para pembeli

Kelima hal tersebut merupakan unsur persaingan yang harus dimiliki dan dikuasai oleh perusahaan yang mampu menyusun suatu strategi yang terpadu dan lengkap akan mampu menguasai pasar global.

#### 4) Keunggulan inovatif

Keunggulan inovatif merupakan keunggulan dalam menciptakan kreasi baru yang sesuai dengan selera konsumen.<sup>40</sup>

Perdagangan ekspor-impor lazim disebut sebagai perdagangan dokumen karena hampir seluruh aktivitasnya dibuktikan dalam bentuk dokumen. Dokumen yang paling terpenting dikenal dengan istilah dokumen induk, yaitu Kontrak Bisnis Ekspor yang menjadi rumusan akhir dari suatu transaksi

---

<sup>40</sup> Gunawan Widjaja & Ahmad Yani, *Seri Hukum Transaksi Bisnis Internasional (Ekspor-Import & Imbal Beli)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, h. 1-3

ekspor-impor. Pada umumnya proses ekspor-impor akan melewati lima tahapan, yaitu promosi, *inquiry*, *Offer Sheet*, *Order Sheet*, dan kontrak bisnis ekspor-impor, antara lain:

1) Tahap promosi

Promosi adalah upaya penjual memperkenalkan komoditas yang dihasilkannya kepada calon pembeli. Promosi merupakan salah satu unsur dari strategi bauran pemasaran (*marketing mix*). Unsur-unsur dalam pemasaran sebagai berikut:

- a) *Product*
- b) *Price*
- c) *Promotion*
- d) *Place of distribution*
- e) *Public support*<sup>41</sup>

2) Tahap *inquiry*

Tujuan utama dari upaya promosi adalah untuk menarik minat calon pembeli. Bila sudah ada calon pembeli yang berminat maka mereka akan menghubungi penjual dan mengirimkan surat yang lazim dikenal dengan istilah “*an inquiry for a quotation*” atau surat permintaan harga.

---

<sup>41</sup>Amir, *Kontrak Bisnis Ekspor-Import Panduan lengkap Menyusun Kontrak Bisnis Internasional*, Jakarta: PPM, 2010, h. 25-26

Jadi yang dimaksud dengan *letter an inquiry for a quotation* adalah surat pernyataan minat yang dibuat oleh calon importir yang ditujukan kepada eksportir yang berisi permintaan harga yang dari barang yang dipromosikan oleh eksportir.<sup>42</sup>

3) Tahap *Offer Sheet* (surat penawaran harga)

*Offer Sheet* adalah pernyataan kesanggupan dari penjual untuk memasok suatu komoditas kepada calon pembeli dengan syarat harga, waktu, penyerahan, dan pembayaran yang ditentukan oleh penjual.<sup>43</sup>

4) Tahap *Order Sheet*

*Order Sheet* adalah surat pernyataan persetujuan (akseptasi) importir terhadap penawaran eksportir yang sifatnya mengikat secara hukum.<sup>44</sup>

5) Tahap *Export Sale's Contract*

*Export Sale's Contract* adalah kesepakatan antara eksportir dan importir untuk melakukan perdagangan barang, sesuai dengan persyaratan yang disepakati bersama, dan masing-masing pihak

---

<sup>42</sup>Amir, *Kontrak Dagang Ekspor*, Jakarta: PPM, 2002, h. 18

<sup>43</sup>*Ibid.*, h. 21

<sup>44</sup>Amir, *Kontrak Bisnis...*, h. 59

mengikat diri untuk melaksanakan semua kewajiban yang menjadi syarat.

Dengan demikian, *Export Sale's Contract* mengikat pihak eksportir dan importir yang harus memenuhi tiga landasan utama perjanjian, yaitu:

a. Azas Konsensus

Yaitu kesepakatan antara kedua belah pihak secara sukarela.

b. Azas obligator

Yaitu kesepakatan yang mengikat kedua belah pihak untuk menjalankan semua hak dan kewajiban masing-masing.

c. Azas penalti

Yaitu kesepakatan ini berarti masing-masing pihak bersedia memberikan ganti rugi kepada pihak lain jika tidak dapat memenuhi kewajibannya.<sup>45</sup>

2. Lisensi

Secara umum dalam Black's Law Dictionary, lisensi diartikan sebagai *a personal privilege to do some particular act or series of acts...* artinya Lisensi adalah suatu bentuk melakukan satu atau serangkaian tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh mereka yang

---

<sup>45</sup>*Ibid.*, h. 70

berwenang dalam bentuk izin.<sup>46</sup>Ini berarti lisensi selalu dikaitkan dengan kewenangan dalam bentuk *privilege* untuk melakukan sesuatu oleh seseorang atau suatu pihak tertentu.<sup>47</sup>

Dapat ditarik kesimpulan bahwa makna lisensi secara tidak langsung bergeser ke arah “penjualan” izin (*privilege*) untuk mempergunakan paten, hak atas merek (khususnya merek dagang) atau teknologi (di luar perlindungan paten = rahasia dagang) kepada pihak lain.<sup>48</sup>

Dari berbagai kepustakaan dapat diketahui bahwa ada dua macam lisensi yang dikenal dalam praktek pemberian lisensi, yaitu:

1. Lisensi umum
2. Lisensi paksa, lisensi wajib, (*compulsory license, non-voluntary license, other use without the authorization of the right holder*)

Yang dimaksud dengan lisensi (umum) adalah lisensi yang dikenal secara luas dalam praktek, yang melibatkan suatu bentuk negosiasi antara pemberi lisensi dan penerima lisensi.<sup>49</sup>

---

<sup>46</sup>Gunawan Widjaja, *Lisensi ...*, h. 3

<sup>47</sup>Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Lisensi*, Jakarta: PT. Raja Grafinndo, 2003, h. 7

<sup>48</sup>Gunawan Widjaja, *Lisensi ...*, h. 10

<sup>49</sup>Gunawan Widjaja, *Seri ...*, h. 17

### 3. Waralaba (*Franchising*)

*Franchising* adalah suatu hubungan yang terus-menerus di mana seorang pemilik waralaba memberikan kepada seorang penyewa waralaba hak bisnis untuk mengoperasikan atau menjual suatu produk. Pemilik waralaba (*franchiser*) tersebut menciptakan merek dagang, produk, metode operasi, dan sebagainya. Sang penyewa waralaba (*franchisee*), sebaliknya, membayar sang pemilik waralaba atas haknya untuk menggunakan namanya, produk, atau metode-metode bisnisnya.

Ada dua bentuk dasar dari waralaba dimasa sekarang, antara lain:

#### a. Waralaba merek dagang (*trade name franchising*)

Seorang pengusaha setuju menjual produk-produk tertentu yang disediakan oleh seorang pabrikan atau grosir.

#### b. Waralaba format bisnis (*business format franchising*)

Waralaba format bisnis adalah suatu hubungan bisnis yang terus-menerus antara pemilik waralaba dan penyewa waralaba. Khususnya, pemilik waralaba “menjual” hak untuk menggunakan format atau pendekatan melakukan bisnis.<sup>50</sup>

---

<sup>50</sup>Lamb, Hair, Mc Daniel, *Pemasaran Marketing*, diterjemahkan oleh David Octaveria, Jakarta: Salemba Empat, 2001, h. 93-94

#### 4. Perusahaan patungan

Usaha patungan (*joint venturing*) bergabung dengan perusahaan asing yang menghasilkan atau memasarkan produk atau jasa. Usaha patungan berbeda dari mengekspor karena perusahaan bergabung dengan mitra untuk menjual atau memasarkan ke luar negeri. Bentuk itu berbeda dari investasi langsung karena ada asosiasi yang di bentuk dengan sebuah badan di luar negeri. Ada empat tipe usaha patungan: memberi lisensi, kontrak manufaktur , kontrak manajemen, dan kepemilikan bersama.

#### 5. Kepemilikan bersama

Usaha milik bersama (*Joint Ownership*) terdiri dari satu perusahaan yang menggabungkan kekuatan dengan investor asing untuk mendirikan bisnis lokal yang mereka miliki dan kendalikan bersama. Kepemilikan bersama mempunyai beberapa kelemahan. Mitranya mungkin tidak setuju mengenai investasi, pemasaran, atau kebijakan yang lain.

Keterlibatan paling besar dalam pasar luar negeri adalah investasi langsung (*direct investment*) yaitu

pengembangan fasilitas perakitan atau produksi di luar negeri.<sup>51</sup>

## **B. Strategi Pengembangan Bisnis Islam**

Sejak zaman Rasulullah SAW umat Islam telah menggeluti dunia bisnis dan berhasil. Banyak diantara para sahabat yang menjadi pengusaha besar dan mengembangkan jaringan bisnisnya melewati batas teritorial Mekkah ataupun Madinah. Dengan berlandaskan ekonomi syariah dan nilai-nilai keislaman, mereka membangun kehidupan bisnisnya. Tak terkecuali dalam hal transaksi dan hubungan perdagangan, dalam hal manajemen perusahaan pun mereka berpedoman pada nilai-nilai keislaman. Demikian juga dalam seluruh pengambilan keputusan bisnisnya, pengembangan sangat diperlukan guna mencapai tujuan bisnis.<sup>52</sup>

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengembangan adalah proses, cara, perbuatan mengembangkan.<sup>53</sup> Sedangkan bisnis diartikan sebagai usaha dagang, pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling

---

<sup>51</sup>Philip Kotler & Gary Amstrong, *Principles Of Marketing*, diterjemahkan oleh Alexander Sindoro & Tim Mark Plus, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jakarta: Prenhallindo, 1997, h. 259-260

<sup>52</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press, 2002, h.i

<sup>53</sup>Departemen Nasional Pendidikan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Edisi Ketiga, Jakarta: Balai Pustaka, 2005, h.538

menguntungkan atau memberi manfaat.<sup>54</sup> Menurut Hughes dan Kapoor, bisnis merupakan suatu kegiatan usaha individu yang terorganisasi untuk menghasilkan (laba) atau menjual barang dan jasa guna mendapatkan keuntungan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat.<sup>55</sup>

Namun harus dipahami, bahwa praktek-praktek bisnis seharusnya dilakukan setiap manusia, sesuai ajaran Islam yang telah ditentukan batas-batasnya. Oleh karena itu, ajaran Islam yang mendasari cara mengembangkan usaha menurut syariah, antara lain:

#### 1. Niat yang baik

Niat yang baik adalah pondasi dari amal perbuatan. Jika niatnya baik usaha amalnya juga baik, sebaiknya jika niatnya rusak, maka amalnya juga rusak, sebagaimana hadits Rasulullah berikut ini: *“Sesungguhnya amalan itu tergantung pada niatnya. Dan seseorang sesuai dengan apa yang ia niatkan”*. (HR. Bukhari)

Apa yang dikatakan Rasulullah itu bukan hanya untuk urusan ibadah saja, tetapi juga berlaku untuk urusan muamalah seperti kegiatan berwirausaha. Oleh karena itu, semua wirausaha muslim dituntut agar aktivitas ekonomi yang ditekuninya selalu berorientasi pada mencari ridha

---

<sup>54</sup> Muhammad Ismail Yusanto, *Menggagas ...*, h. 15

<sup>55</sup> Muhammad&Lukman Fauroni, *Visi Al-Qur'an Tentang Etika dan Bisnis*, Jakarta: Salemba Diniyah, 2002, h. 60

Allah semata,<sup>56</sup> sebagaimana firman Allah Q.S. Al-An'am: 162-163 berikut.

قُلْ إِنَّ صَلَاتِي وَنُسُكِي وَمَحْيَايَ وَمَمَاتِي لِلَّهِ رَبِّ  
 الْعَالَمِينَ ﴿١٦٢﴾ لَا شَرِيكَ لَهُ ۗ وَبِذَلِكَ أُمِرْتُ وَأَنَا أَوَّلُ  
 الْمُسْلِمِينَ ﴿١٦٣﴾

Artinya: “Katakanlah: Sesungguhnya sembahyangku, ibadatku, hidupku dan matiku hanyalah untuk Allah, Tuhan semesta alam. tiada sekutu bagiNya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah)” (Q.S. Al-An'am: 162-163)<sup>57</sup>

Semakin berkualitas keikhlasan seseorang wirausaha muslim dalam menghadirkan niat untuk semua aktivitasnya, maka pertolongan dan bantuan Allah akan semakin mengalir. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bantuan Allah berjalan seiring dengan persiapan kita (niat) yang terkandung di dalam hati.

## 2. Berinteraksi dengan akhlak

Akhlak menempati posisi puncak dalam rancang bangun ekonomi Islam, karena inilah yang menjadi tujuan

---

<sup>56</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha Berbasis Syari'ah*, Banjamasin: Antasari Press, 2011, h.17

<sup>57</sup> M.Quraish Shihab, *Tafsir Al-Misbah Pesan, Kesan dan Keserasian AlQur'an*, Jakarta: Lentera hati, 2001, h. 358

Islam dan dakwah para nabi, yaitu untuk menyempurnakan akhlak.

Beberapa akhlak dasar yang harus dimiliki oleh seorang wirausaha muslim antara lain:

a. Jujur

Dalam mengembangkan harta seorang wirausaha muslim harus menjunjung tinggi kejujuran, karena kejujuran merupakan akhlak utama yang merupakan sarana yang dapat memperbaiki kinerja bisnisnya, menghapus dosa, dan bahkan dapat mengantarkannya masuk ke dalam surga,<sup>58</sup> sebagaimana firman Allah:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا

﴿٧٠﴾ يُصْلِحْ لَكُمْ أَعْمَالَكُمْ وَيَغْفِرْ لَكُمْ ذُنُوبَكُمْ

﴿٧١﴾ وَمَنْ يُطِيعِ اللَّهَ وَرَسُولَهُ فَقَدْ فَازَ فَوْزًا عَظِيمًا

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan Katakanlah Perkataan yang benar. niscaya Allah memperbaiki bagimu amalan-amalanmu dan mengampuni bagimu dosa-dosamu. dan Barangsiapa mentaati Allah dan Rasul-Nya, Maka Sesungguhnya ia telah mendapat kemenangan yang besar” (Q.S. Al-Ahzab: 70-71)<sup>59</sup>

<sup>58</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 18

<sup>59</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an ...*, h.427

Begitu pentingnya kejujuran ini bagi profesi pedagang (termasuk wirausaha atau bisnis) Rasulullah SAW bersabda dalam haditsnya: “*Seorang pedagang yang jujur akan bersama para nabi, orang-orang jujur, dan para syuhada*’ “. (HR. Bukhari)

Pencerminan dari sifat jujur ini dapat dilihat ketika seorang wirausaha mempromosikan barang dagangannya. Apakah ia mempromosikan/menjelaskan dengan sejujurnya atau keterangan/sumpah palsu yang dapat menyesatkan seperti marak terjadi dalam iklan produk/jasa yang banyak ditayangkan lewat televisi. Mayoritas iklan yang dimuat tidak sesuai dengan kenyataan yang sebenarnya.<sup>60</sup>

Bila kita jujur, kita akan hidup harmonis dengan Allah karena Allah adalah yang maha jujur.

وَالَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَنُدْخِلُهُمْ  
 جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا أَبَدًا  
 وَعَدَّ اللَّهُ حَقًّا وَمَنْ أَصْدَقُ مِنَ اللَّهِ قِيلًا ﴿١١٦﴾

Artinya: “Orang-orang yang beriman dan mengerjakan amalan saleh, kelak akan Kami masukkan ke dalam surga yang mengalir sungai-sungai di dalamnya, mereka kekal di dalamnya

---

<sup>60</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 19

selama-lamanya. Allah telah membuat suatu janji yang benar. dan siapakah yang lebih benar perkataannya dari pada Allah” (An-Nisa’: 122)<sup>61</sup>

Bila kita jujur, semua orang juga akan menyukai kita, bila kita jujur karena setiap orang membutuhkan informasi yang akurat untuk mengambil keputusan apapun. Misalnya: sebagai penjual kita akan disukai pelanggan, sebagai karyawan akan disukai juragan, sebagai juragan akan disukai karyawan.<sup>62</sup>

b. Amanah

Amanat berarti kedudukan atau kewajiban orang yang dipercaya (al-amin). Namun, amanat secara umum merupakan menjaga sesuatu, tidak harus harta, yang mesti dijaga dan disampaikan kepada seseorang. Seperti amanat untuk menjaga rahasia perusahaan, amanat dalam pekerjaan tertentu ataupun amanat untuk memberikan informasi kepada pihak tertentu. Dasar hukum menjaga amanat terdapat dalam Al-Qur’an QS. Al-Anfal: 27

---

<sup>61</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Qur’an ....*, h. 81

<sup>62</sup>Rikza Abdullah, “Kiat Menjadi Orang Kaya”, dalam *Artikel*, Desember 2015, h.13-14

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا لَا تَخُوْنُوْا اللّٰهَ وَرَسُوْلَهٗ وَخُوْنُوْا

اٰمَنَتِكُمْ وَاَنْتُمْ تَعْلَمُوْنَ

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul (Muhammad) dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat-amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui”.(QS. Al-Anfal:27)<sup>63</sup>

Islam mengajarkan agar seorang wirausaha muslim selalu menghidupkan mata hati mereka dengan selalu menegakkan sikap amanah. Dan dengan sikap amanah itu pula mereka dapat menjaga hak-hak Allah dan hak-hak manusia, sehingga ia tidak lalai dalam melaksanakan kewajibannya.

Ia tidak menyepelekan atau tidak memperhatikan amanah yang diamanatkan Allah kepadanya, karena ia sadar melanggarnya adalah suatu malapetaka baginya. Sebagaimana diingatkan Rasulullah SAW dalam haditsnya: “*Tidaklah beriman seseorang yang tidak bisa amanah dan tidaklah dianggap beragama orang yang tidak bisa memegang perjanjian*”.(HR. Ahmad)

Makna amanah dalam berbisnis juga bisa dilihat dari ketika seorang penjual mengatakan dengan terus

---

<sup>63</sup>Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2010, h.11

terang mengenai cacat barang yang dijualnya kepada calon pembelinya. Penjual yang jujur itu tidak khawatir barangnya tidak laku karena cacatnya diketahui oleh calon pembeli. Ia sadar betul dengan apa yang dirasakan dalam hatinya: “selayaknya seorang tidak ridha terhadap sesuatu yang menimpa orang lain sebagaimana dia tak akan ridha bila hal itu menimpa dirinya”.

Oleh karena itu bagi seorang wirausaha muslim keuntungan satu rupiah yang diberkahi Allah akan menjadi sebab kebahagiaannya di dunia dan akhirat jauh lebih baik dari pada jutaan rupiah yang dicela dan dijauhkan dari berkah yang akan menjadi sebab kehancuran pemilikinya di dunia dan akhirat.

c. Toleran

Sikap toleran akan memudahkan seseorang dalam menjalankan bisnisnya. Ada beberapa manfaat yang didapatkan oleh sikap toleran dalam berbisnis, diantaranya: mempermudah terjadinya transaksi, mempermudah hubungan dengan calon pembeli, dan mempercepat perputaran modal.<sup>64</sup> Allah berfirman:

---

<sup>64</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 22

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى  
 الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۚ وَاتَّقُوا اللَّهَ ۖ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ  
 الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah Amat berat siksa-Nya”. (QS. Al-Maidah: 2)<sup>65</sup>

Rasulullah SAW dalam sebuah haditsnya bersabda: “Allah akan mencurahkan rahmat kepada orang yang toleran ketika menjual, toleran ketika membeli, dan toleran ketika menagih hutang”.(HR. Bukhari)

#### d. Menepati Janji

Islam adalah agama yang sangat menganjurkan penganutnya untuk menepati janji dan semua bentuk komitmen yang telah disepakati dalam hubungan muamalah antar manusia.<sup>66</sup> Allah Berfirman QS. Al-Baqarah: 282:

<sup>65</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an ...*, h. 106

<sup>66</sup>Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 23

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِذَا تَدَايَنْتُمْ بِدِينٍ إِلَىٰ أَجَلٍ مُّسَمًّى  
فَاكْتُبُوهُ ...

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, apabila kamu bermu'amalah tidak secara tunai untuk waktu yang ditentukan, hendaklah kamu menuliskannya.” (QS. Al-Baqarah: 282)<sup>67</sup>

Semua petunjuk yang diberikan Al-Quran dan Rasul dalam hadits itu merupakan sarana yang akan membantu wirausaha muslim untuk merealisasikan janji yang dibuatnya, sehingga akan terhindar dari kategori orang munafik yang dibenci Allah.<sup>68</sup>

### 3. Percaya pada takdir dan ridha

Seorang wirausaha muslim wajib mengimani/percaya pada takdir, baik atau buruk. Tidak sempurna keimanan seseorang tanpa mengimani takdir Allah. Setelah percaya dengan takdir, maka ia pun harus berdzikir dan bersyukur bila menerima keuntungan dalam hartanya dan tidak akan bergembira secara berlebihan-lebihan, sebagaimana diingatkan Allah dalam firmanNya:

<sup>67</sup>Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan ...*, h. 48

<sup>68</sup>Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 24

...فَاذْكُرُواْ ءَالَآءَ اللّٰهِ لَعَلَّكُمْ تَفْلِحُوْنَ ﴿٦٩﴾

Artinya: "...Maka ingatlah nikmat-nikmat Allah supaya kamu mendapat keberuntungan." (QS. Al-A'raf:69)<sup>69</sup>

Begitu pula jika sebaliknya, maka tetap ridha dan sabar menghadapi dan menjalaninya, karena dalam setiap kejadian pasti ada hikmah yang tersembunyi.

#### 4. Bersyukur

Wirausaha muslim adalah wirausaha yang selalu bersyukur kepada Allah. Bersyukur merupakan konsekuensi logis dari bentuk rasa terimakasih kita atas nikmat-nikmat yang sudah Allah berikan selama ini, hal ini akan selalu diingatnya, karena Allah sudah mengingatkannya dalam Al-Qur'an:

وَإِذْ تَأَذَّنَ رَبُّكُمْ لَئِن شَكَرْتُمْ لَأَزِيدَنَّكُمْ وَلَئِن كَفَرْتُمْ إِنَّ عَذَابِي لَشَدِيدٌ ﴿٧٠﴾

﴿٧٠﴾

Artinya: "Dan (ingatlah juga), tatkala Tuhanmu memaklumkan; "Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti Kami akan menambah (nikmat) kepadamu, dan jika kamu mengingkari (nikmat-Ku), Maka Sesungguhnya azab-Ku sangat pedih". (QS. Ibrahim:7)<sup>70</sup>

<sup>69</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an ...*, h. 159

<sup>70</sup> *Ibid.*, h.256

Rasa syukur kepada Allah yang dimaksudkan di sini bukan hanya diucapkan saja, tetapi juga harus diiringi dengan perbuatan terutama bagi yang sudah berkecukupan dari hasil usahanya, yaitu dengan berzakat, berinfak, dan bersedekah.

#### 5. Kerja sebagai ibadah

Islam memposisikan bekerja sebagai kewajiban kedua setelah shalat. Oleh karena itu apabila dilakukan dengan ikhlas, maka bekerja bernilai ibadah dan mendapat pahala. Dengan bekerja kita tidak saja menghidupi diri kita sendiri, tetapi juga menghidupi orang-orang yang ada dalam tanggungan kita bahkan bila kita sudah berkecukupan dapat memberikan sebagian dari hasil kita untuk menolong orang lain yang memerlukan.<sup>71</sup>

#### 6. Menjaga aturan syari'ah

Islam memberikan keleluasaan kepada kita untuk menjalankan usaha ekonomi, perdagangan atau bisnis apapun sepanjang bisnis (perdagangan) itu tidak termasuk yang diharamkan oleh syariah Islam, sebagaimana hadits rasulullah SAW berikut: *“Sembilan dari sepuluh rezeki itu terdapat dalam usaha berdagang dan sepersepuluhnya dalam usaha beternak”*. (HR. Ibnu Manshurur)

Oleh karena itu agar wirausahawan merasa aman dalam menjalankan bisnis (perdagangan) nya, maka ada

---

<sup>71</sup> Ma'ruf Abdullah, *Wirausaha ...*, h. 26-29

baiknya kita ajak kembali untuk melihat batasan-batasan syari'ah yang berkenaan dengan praktik bisnis ini.<sup>72</sup>

Pantangan moral bisnis yang harus dihindari:

a. Maysir

Kata *maysir* dalam bahasa arab berarti memperoleh sesuatu dengan sangat mudah tanpa kerja keras atau mendapat keuntungan tanpa bekerja. Termasuk dalam jenis *maysir* adalah bisnis yang dilakukan dengan sistem pertarungan/judi. Perilaku judi dalam proses maupun pengembangan bisnis dilarang secara tegas oleh Al-Qur'an, Allah berfirman QS. Al- Baqarah: 219.<sup>73</sup>

﴿ يَسْأَلُونَكَ عَنِ الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ قُلْ فِيهِمَا إِثْمٌ كَبِيرٌ وَمَنْفَعٌ لِلنَّاسِ وَإِثْمُهُمَا أَكْبَرُ مِنْ نَفْعِهِمَا ۗ وَيَسْأَلُونَكَ مَاذَا يُنْفِقُونَ قُلِ الْعَفْوَ كَذَلِكَ يُبَيِّنُ اللَّهُ لَكُمْ الْآيَاتِ لَعَلَّكُمْ تَتَفَكَّرُونَ ﴿٢١٩﴾

Artinya: "Mereka bertanya kepadamu tentang khamar dan judi. Katakanlah: "Pada keduanya terdapat dosa yang besar dan beberapa manfaat bagi manusia, tetapi dosa keduanya lebih besar dari manfaatnya". dan mereka

<sup>72</sup> *Ibid.*, h. 30

<sup>73</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi ...*, h. 22

bertanya kepadamu apa yang mereka nafkahkan. Katakanlah: " yang lebih dari keperluan." Demikianlah Allah menerangkan ayat-ayat-Nya kepadamu supaya kamu berfikir". (QS. Al- Baqarah: 219)

Ayat di atas secara jelas menerangkan bahwa semua bentuk perjudian atau taruhan dilarang dan dianggap sebagai perbuatan *zalim* dan sangat dibenci.<sup>74</sup>

b. Asusila (*zalim*)

Dalam Islam, kita sering mendengar *zalim*. *Zalim* berarti merugikan diri sendiri dan orang lain. kezaliman merupakan kebalikan dari prinsip keadilan. Pelaku bisnis Islam sepatutnya tidak menyakiti rekanan bisnisnya. Landasan syari'ah dalam QS. An-Nisa': 29.<sup>75</sup>

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

Artinya: "Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu

<sup>74</sup>Kuat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2000, h. 48

<sup>75</sup>Dwi Suwiknyo, *Kompilasi Tafsir Ayat-Ayat Ekonomi Islam*, h. 59

dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.(QS. An-Nisa’: 29)

Dalam dunia bisnis, konsep *zalim* berkaitan erat dengan *batil*, yang menyatakan bahwa memakan harta orang lain dengan cara yang *batil* adalah suatu kezaliman. Mezalimi orang lain dalam ekonomi berarti merusak dan membunuh kehidupannya. Oleh karena itu, Allah mengaitkan *larangan memakan harta dengan batil* dengan *larangan membunuh diri kamu*. Maka, lakukanlah perdagangan yang *fair*, tidak *zalim*, yang disebut Al- Qur’an dengan istilah ‘*an taradin* (suka sama suka).<sup>76</sup>

c. *Gharar* (Penipuan)

*Gharar* pada arti asalnya adalah *al-Khatar*, yaitu sesuatu yang tidak diketahui pasti benar atau tidaknya. Bisnis *gharar* adalah jual beli yang tidak memenuhi perjanjian yang tidak dapat dipercaya, dalam keadaan bahaya, tidak diketahui harganya, barangnya, kondisi, serta waktu memperolehnya. Dengan demikian antara yang melakukan transaksi tidak mengetahui batas-batas hak yang diperoleh melalui transaksi tersebut. Contoh

---

<sup>76</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari’ah*, h. 40

jual beli yang mengandung *gharar* adalah membeli ikan dalam kolam, membeli buah-buahan yang masih mentah di pohon. Praktik *gharar* ini, tidak dibenarkan karena ada ketidakjelasan pada kualitas, kuantitas, harga dan waktu.<sup>77</sup>

d. Haram

Termasuk pula kemungkaran yang dilarang oleh Allah dan Rasul-Nya dalam perilaku bisnis adalah melakukan hal-hal yang diharamkan. Karena semua yang dilarang itu berarti haram dan jika masih dikerjakan itu berdosa. Selain itu, pada umumnya setiap pelanggaran berarti perbuatan tersebut *harmful* (berbahaya) ataupun materinya *impurity* (tidak suci atau najis).<sup>78</sup>

e. Riba

Menurut Syaikh Muhammad Abduh dalam Hendi Suhendi menyatakan bahwa riba merupakan penambahan-penambahan yang diisyaratkan oleh orang yang memiliki harta kepada orang yang meminjam hartanya (uangnya), karena pengunduran janji pembayaran oleh peminjam dari waktu yang telah

---

<sup>77</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen Syari'ah*, h. 49-50

<sup>78</sup> Faisal Badroen, et al., *Etika Bisnis dalam Islam*, Jakarta: Prenada Media Group, 2006, h 172

ditentukan.<sup>79</sup> Sesuatu yang mengandung riba, dilarang keras dalam Islam, karena akan merugikan salah satu pihak, yaitu peminjam. Dengan itu Allah memperjelas hukum riba dengan firmanNya QS. Arrum: 39.<sup>80</sup>

وَمَا آتَيْتُمْ مِّن رَّبًّا لِّيَرْبُوَ فِي أَمْوَالِ النَّاسِ فَلَا يَرْبُوا عِنْدَ اللَّهِ<sup>ط</sup> وَمَا آتَيْتُمْ مِّن زَكَاةٍ تُرِيدُونَ  
وَجَهَ اللَّهُ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُضْعِفُونَ ﴿٣٩﴾

Artinya: “dan sesuatu Riba (tambahan) yang kamu berikan agar Dia bertambah pada harta manusia, Maka Riba itu tidak menambah pada sisi Allah. dan apa yang kamu berikan berupa zakat yang kamu maksudkan untuk mencapai keridhaan Allah, Maka (yang berbuat demikian) Itulah orang-orang yang melipat gandakan (pahalanya)” (QS. Arrum: 39).

#### f. *Iktinaz* atau *Ikhtikar*

Dalam ekonomi Islam, siapa pun boleh berbisnis. Namun demikian, dia tidak boleh melakukan *ikhtikar* yaitu orang yang dengan sengaja membeli bahan makanan yang dibutuhkan manusia, lalu ia menahannya dan bermaksud untuk mendongkrak harga jualnya terhadap mereka. Rasulullah SAW bersabda, “*Ia yang*

---

<sup>79</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2008, h. 58

<sup>80</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi ...*, h. 37

menimbulk adalah orang yang berdosa: (H.R Muslim dalam sahihnya).<sup>81</sup>

g. *Batil*

Menurut An-Nadawi dalam Kuat Ismanto, *batil* adalah segala sesuatu yang tidak dihalalkan syari'ah, seperti riba, judi, korupsi, penipuan dan segala yang diharamkan Allah.<sup>82</sup> Mengenai *batil* ini, Allah berfirman QS. An-Nisa': 29.<sup>83</sup>

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

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. An-Nisa':29)

---

<sup>81</sup> Lukman Hakim, Prinsip-prinsip Ekonomi Islam, Jakarta: Erlangga, 2012, h. 168

<sup>82</sup> Kuat Ismanto, *Manajemen ...*, h. 39

<sup>83</sup> Dwi Suwiknyo, *Kompilasi ...*, h. 60

Ayat di atas, sesungguhnya tidak hanya berisi tentang syarat sahnya perdagangan, yaitu kerelaan para pihak (*“an taradin*), tetapi juga mengandung makna dan interpretasi yang luas. Larangan memakan harta dengan cara yang *batil* mengharuskan kita untuk mengetahui apa saja cakupan bisnis yang *batil* itu.<sup>84</sup>

Memakan harta dengan *batil* ini mencakup dua pengertian, yaitu memakan harta sendiri dan memakan harta orang lain. Memakan harta sendiri dengan cara *batil* misalnya menggunakannya untuk kepentingan maksiat. Sedangkan memakan harta orang lain dengan *batil* adalah memakan harta hasil riba, judi, kecurangan dan kezaliman, juga termasuk memakan harta dari hasil perdagangan barang dan jasa yang haram, misalnya *khamr*, babi, bangkai, pelacuran (*mahr al-baghi*), tukang tenung, para normal, dukun (*hilwan al-khanin*) dan sebagainya.<sup>85</sup>

Aktivitas terlarang yang harus dihindari:

- a. Transaksi bisnis yang diharamkan Islam, seperti: minuman keras, narkoba, dan pelacuran.
- b. Memperoleh dan menggunakan harta secara tidak halal, seperti: menipu, riba dan spekulasi.
- c. Persaingan yang tidak adil, seperti monopoli

---

<sup>84</sup> Kwat Ismanto, *Manajemen ...*, h. 40

<sup>85</sup> *Ibid.*, h. 39

d. Pemalsuan dan penipuan, seperti: testimoni fiktif, iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan, eksploitasi wanita dalam bisnis kosmetik dan perawatan tubuh.

#### 7. Bersikap rendah hati dan menghindari kesombongan

Siapapun yang bergaul dengan kita-sebagai pembeli, pegawai, pemberi kerja, dan sebagainya-tidak menyukai orang yang sombong karena ketika disombongi, ia akan merasa direndahkan harga-dirinya.<sup>86</sup>

لَا تَمُدَّنَّ عَيْنَيْكَ إِلَىٰ مَا مَتَّعْنَا بِهِ أَزْوَاجًا مِنْهُمْ وَلَا

تَحْزَنَ عَلَيْهِمْ وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِلْمُؤْمِنِينَ

Artinya: “janganlah sekali-kali kamu menunjukkan pandanganmu kepada kenikmatan hidup yang telah Kami berikan kepada beberapa golongan di antara mereka (orang-orang kafir itu), dan janganlah kamu bersedih hati terhadap mereka dan berendah dirilah kamu terhadap orang-orang yang beriman” (Al-Hijr: 88)

---

<sup>86</sup>Rikza Abdullah, *Kiat ...*, h. 17

8. Selalu tepat waktu karena terlatih dalam shalat

فَإِذَا قَضَيْتُمُ الصَّلَاةَ فَادْكُرُوا اللَّهَ قِيَمًا وَقُعُودًا  
وَعَلَىٰ جُنُوبِكُمْ ۚ فَإِذَا اطْمَأْنَنْتُمْ فَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ ۚ إِنَّ  
الصَّلَاةَ كَانَتْ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ كِتَابًا مَّوْقُوتًا ﴿١٠٣﴾

Artinya: “Maka apabila kamu telah menyelesaikan shalat(mu), ingatlah Allah di waktu berdiri, di waktu duduk dan di waktu berbaring. kemudian apabila kamu telah merasa aman, Maka dirikanlah shalat itu (sebagaimana biasa). Sesungguhnya shalat itu adalah fardhu yang ditentukan waktunya atas orang-orang yang beriman”. (QS. An-Nisa’:103)

Kedisiplinan akan membuat kita selalu memperhitungkan waktu untuk menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan. Bila kita bisa selalu disiplin, siapapun yang berkepentingan dengan kita, termasuk pelanggan, akan senang bekerjasama dengan kita karena mereka bisa membuat perhitungan dengan baik dalam urusan mereka.<sup>87</sup>

---

<sup>87</sup>*Ibid.*, h. 18

## C. Aspek Umum Mengenai Waralaba

### 1. Pengertian Waralaba

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Waralaba diartikan sebagai: 1) Bentuk kerjasama dalam bidang usaha dengan bagi hasil sesuai kesepakatan 2) Hak mengelola atau hak pemasaran.<sup>88</sup>

Sedangkan menurut Karamoy, sebagaimana dikutip oleh Darmawan Budi Suseno, kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM), sebagai padanan dari kata *franchise*.<sup>89</sup>

Kata *franchise* (waralaba) berasal dari bahasa Prancis atau latin, *Francorum Rex* yang berarti “*free from servited*” atau “bebas dari ikatan atau kungkungan”. Berdasarkan asal kata tersebut, *franchise* mengandung pengertian kebebasan (*freedom*) dalam kepemilikan usaha (*business ownership*). Artinya para pihak yang mengikat kerjasama berdasarkan suatu perjanjian atau kontrak, memiliki perusahaan serta mengoperasikannya secara mandiri.

Dalam bahasa Indonesia, padanan kata *franchise* adalah waralaba yang diambil dari bahasa sansekerta, yaitu “wara” yang berarti lebih dan “laba” atau untung. Jadi waralaba berarti “lebih menguntungkan”. Selanjutnya

---

<sup>88</sup> DepDikNas, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Pusat Bahasa, 2008, ed. Xiv, h.1556

<sup>89</sup> Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syari'ah*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008, h. 43

berkembang *franchising* sebagai pewaralabaan dari suatu jenis usaha, *franchisor* berarti pemilik waralaba atau pemberi waralaba, *franchisee* sebagai pihak penerima waralaba.<sup>90</sup>

Waralaba menjadi istilah yang sangat populer. Secara singkat waralaba digunakan untuk menunjukkan apa yang sebelumnya sering disebut sebagai pengaturan lisensi. Dalam arti yang populer, ada karakter dagang di mana seorang yang terkenal atau suatu karakter yang telah tercipta memberikan lisensi kepada orang lain, yang dengan lisensi tersebut mereka berhak untuk menggunakan sebuah nama.<sup>91</sup>

Menurut Amir Karamoy (1995), waralaba adalah suatu kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki HKI (merek) dan sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang telah mantap (*established*), disebut pewaralaba, dengan perusahaan atau individu yang memanfaatkan atau menggunakan HKI dan sistem bisnis milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara

---

<sup>90</sup>Amir Karamoy, *Percaturan Waralaba Indonesia*, Jakarta: Foresight Asia, 2013, h.13

<sup>91</sup>Balgis, // Prinsip Dasar Bisnis waalaba Berbasis Syari'ah//, Malang: Skripsi Ilmu Ekonomi, 2015, h.4

kedua pihak dikukuhkan dalam suatu atau kontrak/perjanjian lisensi/waralaba.

Selanjutnya menurut Departemen Perdagangan, di PP No. 42 tahun 2007, menyebutkan: 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.<sup>92</sup>

Menurut UU No. 9 tahun 1995 menyebutkan, pola waralaba adalah hubungan kemitraan yang didalamnya pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen.

Sedangkan menurut PP No. 16 tahun 1997, waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

---

<sup>92</sup> Amir karamoy, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi pengusaha Sukses*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama , 2011, h.3

Menurut Perda No. 2 tahun 2002, waralaba adalah kegiatan usaha barang dan jasa yang dilakukan penerima waralaba (*franchisee*) dengan memakai merek dagang yang dimiliki oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dapat dalam bentuk tempat usaha dan atau penyediaan barang dagangan.

Menurut Departemen Perdagangan RI pada tahun 2006, waralaba adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

Terakhir, PP No. 42 tahun 2007 tentang waralaba adalah hak usus 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.<sup>93</sup>

Dapat disimpulkan bahwa waralaba adalah bentuk kerja sama dimana pemberi waralaba (*franchisor*)

---

<sup>93</sup> Amir Karamoy, *Pencatutan ...*, h, 27-30

memberikan manfaat kepada penerima waralaba (*franchisee*) berupa nama, merek dagang, SOP, manajemen dan unsur lainnya yang terkait, selama waktu jangka tertentu. Dan atas pemberian manfaat tersebut pihak *franchisee* dikenakan sejumlah biaya tertentu serta kewajiban-kewajiban untuk mengikuti ketentuan yang telah disepakati dengan pihak *franchisor*.<sup>94</sup>

## 2. Sejarah Waralaba

Perkembangan waralaba berkaitan erat dengan tumbuhnya revolusi industri pada akhir tahun 1800 di Eropa Barat, khususnya di Inggris. Inovasi dan inovasi teknologi berkembang pesat, sejalan dengan pergerakan penduduk ke kota-kota di Eropa. Disamping itu ada pula pendapat bahwa Isaac Singer adalah orang yang pertama menerapkan waralaba pada tahun 1851 di Amerika Serikat. Sistem waralaba yang berkembang ketika itu mirip dengan tipe pewaralabaan produk dan merek dagang, yaitu menggunakan tenaga-tenaga penjual independen (semacam agen) yang dibayar berdasarkan komisi.<sup>95</sup>

Di Indonesia sendiri sistem waralaba mulai dikenal sejak tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi.

---

<sup>94</sup> Deden Setiawan, *Franchise Guide Series*, Jakarta: Dian Rakyat, 2007, h.13

<sup>95</sup> Amir Karamoy, *Waralaba ...*, h.18

Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, *franchisee* tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya.<sup>96</sup> Adalah pengusaha Es teler 77 yang pertama-tama mempopulerkan model waralaba di Indonesia.<sup>97</sup>

Waralaba dapat dikatakan mulai berkembang pesat sejak tahun 1990-an, tepatnya pada tahun 1991 sampai dengan 1996 pengguna waralaba mencatat lompatan yang cukup signifikan baik dari perusahaan asing maupun perusahaan lokal.<sup>98</sup> Sektor bisnis yang diwaralabakan meliputi minimarket/ritel, makanan, restoran, salon, pendidikan, kerajinan, bisnis center, garment, jewelry, *laundry*, hiburan, dsb. Fenomena ini bisa sangat menarik, sebab Indonesia memasuki masa krisis di tahun 1997-an, ekonomi Indonesia digambarkan dalam kondisi yang sangat terpuruk. Akan tetapi dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa sistem waralaba mampu bertahan bahkan dapat berkembang dengan baik. Hal ini menunjukkan bahwa sesungguhnya di tingkat lapangan,

---

<sup>96</sup>Anki Novairi & Aditya Bayu Aji, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jogjakarta: Katahati, 2011, h. 20

<sup>97</sup>Darmawan Budi Suseno, *Waralaba...*, h.12

<sup>98</sup>*Ibid.*, h.13

ekonomi Indonesia lebih bergairah daripada digambarkan orang selama ini.<sup>99</sup>

Secara khusus pengaturan mengenai waralaba di Indonesia dapat kita temukan dalam Peraturan pemerintah RI No.16 tahun 1997 tentang waralaba, hak dan kewajiban antara *franchisor* dan *franchisee* serta kewajiban *franchisee* untuk mendaftarkan perjanjian waralabanya di DepPerinDag. Peraturan mengenai waralaba juga tercantum dalam keputusan MenPerinDag RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba,<sup>100</sup> serta PerMenDag No. 12 tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Pemerintah juga mengeluarkan PP No. 42/2007 tentang waralaba yang menggantikan PP No. 16/1997 karena dianggap terlalu memihak kepada pewaralaba. Dalam PP No. 42/2007 ini sanksi akan dikenakan kepada kedua pihak yang tidak menaati ketentuan, dimana *franchisor* berkewajiban menentukan prospektus usaha waralabanya dan *franchisee* berkewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba.

---

<sup>99</sup>*Ibid.*, h.2

<sup>100</sup> Gunawan Widjaya, Waralaba, Jakarta: Rajawali Pers, 2001, h. 75-76

Sanksi tersebut secara tegas disebutkan dalam Permendag No.31/2008 yang diterbitkan pada 21 Agustus 2008.<sup>101</sup>

### 3. Jenis-Jenis Waralaba

Dilihat dari kegiatan yang dilakukannya, waralaba dibagi menjadi 2 jenis, yaitu:

#### 1. Waralaba Produk dan Merk Dagang

Pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberi izin untuk menggunakan merk dagang milik pemberi waralaba dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan tersebut. Atas pemberian izin penggunaan merk dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (royalty berjalan) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Biasanya berbentuk keagamaan, distributor atau lisensi penjualan.

#### 2. Waralaba Format Bisnis (Menurut Martin Mandelson sebagaimana dikutip oleh Gunawan Widjaya)

Pemberian sebuah lisensi oleh seseorang (pemberi waralaba) kepada pihak lain (penerima waralaba), lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang pemberi

---

<sup>101</sup> Linda Silitonga, “*Tak Ada(Lagi) Waralaba yang Luput dari Sanksi Denda*”, artikel diakses 20 Januari 2016, dari <http://web.bisnis.com>

waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>102</sup>

### **Mekanisme Kerja dan Bisnis Waralaba**

Mekanisme dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan. Dalam sistem ini terdapat pelaku bisnis yang sukses dan kemudian menyebarkan kesuksesannya kepada pihak lain.

Hubungan kemitraan usaha antara pewaralaba dan terwaralaba dapat digambarkan sebagai berikut: <sup>103</sup>

**Tabel 1**  
**Hubungan Kemitraan Pewaralaba dan Terwaralaba**

<b>PEWARALABA</b>	<b>TERWARALABA</b>
DIREKTUR	MANAJER
Staf Pendukung	Pegawai
Staff	Pegawai
Staff	Pegawai
Kantor Pusat	Lokasi Lain/"Cabang"

Pewaralaba memberikan bantuan manajemen, teknis, dan pemasaran kepada terwaralaba selama keduanya terikat dalam kontrak. Bantuan yang diberikan tidak hanya ketika

---

<sup>102</sup> Gunawan Widjaya, *Waralaba*, h.13

<sup>103</sup> Darmawan Budi Suseno, *Waralaba ...*, h. 49

terwaralaba dalam kondisi bisnis yang stabil, tetapi lebih khusus saat terwaralaba dalam situasi krisis.

Terwaralaba membayar *fee* atas izin menggunakan dagang dan sistem bisnis. Sedangkan pembayaran royalti digunakan sebagai timbal jasa atas bantuan manajemen, teknik, dan promosi yang diberikan oleh pewaralaba secara kontinu.<sup>104</sup>

Berikut ini yang digambarkan beberapa hak dan kewajiban yang diberikan pihak *franchisor* kepada *franchisee* ataupun sebaliknya, yaitu sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hak dan Kewajiban antara *franchisor* dan *franchisee***

PEWARALABA/ FRANCHISOR		TERWARALABA/ FRANCHISEE
Pemberian izin merk dagang, sistem bisnis (SOP), bantuan manajemen, teknis promosi. Mendapat beberapa macam <i>fee</i> dari <i>franchisee</i>	 KONTR DEAL	<i>Franchisee fee</i> , <i>Royalty fee</i> , kewajiban menialankan ketentuan yang telah disepakati bersama. Mendapatkan izin pemanfaatan merk dagang dan sistem bisnis, bantuan teknis dll.

<sup>104</sup>*Ibid.*,h.50

Berdasarkan diagram di atas diketahui beberapa unsur yang lazim ada dalam waralaba. Sebagai diikuti oleh Gunawan Widjaya, Martin Mandelson dalam bukunya *franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan franchisee* disebutkan waralaba format bisnis terdiri atas:

- a. Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba
- b. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, termasuk di dalamnya pelatihan untuk menggunakan peralatan, metode pemasaran, penyiapan produk, dan penerapan proses.
- c. Proses bantuan dan bimbingan yang terus menerus dari pihak pemberi waralaba selama masa perjanjian masih berlangsung.<sup>105</sup>

Aspek keuangan yang utama dalam bisnis waralaba terdiri atas dua biaya, yakni waralaba awal (*Up-Front Fee/ Initial Franchise Fee*) dan Royalti:

1. Biaya waralaba awal (*Up-Front Fee/ Initial Franchise Fee*) atau lazim disebut *fee* saja.

Biaya ini dibebankan kepada terwaralaba untuk semua jasa yang disediakan, termasuk biaya rekrutmen sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh pewaralaba untuk kepentingan terwaralaba (Mandelson, 1993: 154).

---

<sup>105</sup>*Ibid.*, h.14

Jumlah jangka waktu pembayaran awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik pewaralaba dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan di dalam perjanjian (IPPM, 1992: 14).

*Fee* awal diperlukan oleh pewaralaba untuk membantu terwaralaba, dan terdiri dari:

- a. Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis terwaralaba.
  - b. Pembuatan manual operasi untuk digunakan terwaralaba.
  - c. Penyelenggaraan pelatihan awal (*Initial training*) dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
  - d. Biaya promosi/periklanan, khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*grand opening* terwaralaba).
  - e. Survei pemilikan/seleksi lokasi (Karamoy, 1996: 125)
2. Royalti

Royalti sering juga disebut *uang waralaba terus menerus*. Uang tersebut merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan pewaralaba. Dalam prakteknya, uang tersebut dihitung dalam bentuk prosentase dari pendapatan kotor pewaralaba.

Biaya royalti ditarik oleh pewaralaba secara rutin diperlukan untuk membiayai pemberian bantuan teknik, manajemen, atau promosi kepada terwaralaba secara berkelanjutan, selama kedua belah pihak terikat dalam perjanjian.<sup>106</sup>

Pada kenyataannya tidak semua waralaba menetapkan *fee* atau *royalty* atas *franchise*-nya. Setiap waralaba memiliki kebijakan tersendiri dalam menentukan jenis *fee* atau *royalty* sesuai dengan kontribusi yang diberikan kepada *franchisee*.<sup>107</sup>

Secara garis besar keunggulan dan keburukan dari waralaba dapat disimpulkan sebagai berikut:<sup>108</sup>

**Tabel 3**  
**Keunggulan Usaha Waralaba bagi Pewaralaba dan Terwaralaba**

Keunggulan Pewaralaba	Keunggulan Terwaralaba
1) Wilayah pasar yang baru mudah dikembangkan, karena nama dan citra pewaralaba dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba	1) Memulai suatu bisnis dengan kepercayaan diri yang tinggi, karena didukung oleh pewaralaba, perusahaan yang memiliki nama yang
2) Modal untuk	dikenal

---

<sup>106</sup> *Ibid.*, h.56

<sup>107</sup> Pietra Sarosa, *Mewaralabakan Usaha Anda*, Jakarta: Elex Media Computindo, 2006, Cet.II, h21

<sup>108</sup> Darmawan Budi Suseno, *Waralaba...*, h.59

<p>memperluas usaha kecil, karena sebagian besar biaya untuk maendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang waralaba</p> <p>3) Tingkat laba tinggi yang diperoleh dari <i>up-front fee</i> dan royalti, peralatan dan suplai bahan baku, konsultasi, dan sebagainya</p> <p>4) Tingkat kegagalan rendah (0.10%)</p>	<p>2) Menjalankan bisnis secara efisien, karena memiliki sistem bisnis yang sudah mapan</p> <p>3) Akses pasar dan perbankan (lembaga pembiayaan) terbuka</p> <p>4) Tingkat kegagalan rendah (bisnis independen 76%)</p>
---	---

**Tabel 4**  
**Kelemahan Usaha Waralaba bagi Pewaralaba dan Terwaralaba**<sup>109</sup>

Kelemahan bagi Pewaralaba	Kelemahan bagi Terwaralaba
<p>1) Pewaralaba tidak dapat mendikte. Pewaralaba jika terjadi perubahan-perubahan harus melalui musyawarah dengan pihak terwaralaba.</p> <p>2) Harapan terwaralaba</p>	<p>1) Adanya keterikatan pada pewaralaba, di mana jenis produk yang dijual oleh terwaralaba biasanya terbatas dan sangat bergantung pada prestasi pewaralaba</p>

---

<sup>109</sup>*Ibid.*, h. 60

<p>sering terlalu tinggi. Tugas bagi pewaralaba untuk menurunkan harapan tersebut</p>	<p>2) Biaya/modal yang dikeluarkan tidak sedikit, karena harus membayar <i>fee</i> awal dan royalti</p>
<p>3) Jika pemegang waralaba (terwaralaba) yang dipilih tidak tepat, maka akan dapat menghancurkan reputasi bisnis waralaba</p>	<p>3) Terwaralaba tidak terbebas bagi menjalankan usaha, ia harus mematuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh pewaralaba</p>
<p>4) Pewaralaba tidak dapat begitu saja mengakhiri kegiatan waralaba secara sepihak tanpa alasan yang sah</p>	<p>4) Terwaralaba kadang-kadang diwajibkan untuk mencapai tingkat prestasi tertentu, misalnya tingkat penjualan yang tinggi</p>

### 3. Islam dan Waralaba (waralaba dalam pandangan Hukum Ekonomi Islam)

Pola waralaba dalam pelaksanaannya lebih menekankan kepada dua masalah pokok, yaitu hak cipta dan kemitraan usaha.

Hak cipta dalam Islam diakui sebagai *haqqul ibtikar*, yang pada akhirnya dikategorikan sebagai manfaat dan atas penggunaannya tersebut dapat dikenakan sewa (ujroh) yang dalam sistem waralaba biasa disebut dengan *franchise fee*. Sedangkan dari kemitraan, waralaba merupakan contoh aplikatif dan bentuk syirkah yang telah diaplikasikan di zaman Rasulullah, bahkan juga di zaman jahiliyah dahulu dimana pembagian keuntungan dalam waralaba menggunakan sistem bagi hasil yang juga biasa digunakan dalam bentuk syirkah.<sup>110</sup>

a. Tinjauan dari aspek hak cipta

Hak cipta dalam sistem waralaba ini meliputi logo, merk, buku petunjuk pengoperasian bisnis, brosur atau pamflet serta arsitektur tertentu yang berciri khas dari usahanya. Adapun imbalan dari penggunaan hak cipta ini adalah pembayaran *fee* awal dari pihak terwaralaba kepada pihak pewaralaba.

Dikarenakan bahwa hasil karya cipta adalah pekerjaan akal dan merupakan karya, maka ia adalah juga disebut harta (Al-Daraini, sebagaimana dikutip oleh Darmawan).<sup>111</sup> Karya cipta yang bersumber dari hasil pemikiran merupakan jalan bagi perkembangan dan kemajuan kebudayaan manusia. Hasil pikiran itu jika

---

<sup>110</sup> Darmawan, *Waralaba ...*, h. 48

<sup>111</sup> *Ibid.*, h. 87

dilihat dari Fiqh Islam bisa dimasukkan dalam kategori manfaat, bukan benda. Hal ini dapat dilihat dari hadits yang mengatakan: “*Apabila seorang manusia meninggal dunia, terputuslah segala amal perbuatannya, kecuali tiga hal: sedekah jariyah, ilmu yang bermanfaat dan dimanfaatkan oleh orang lain, anak sholeh yang mendo’akan orang tuanya.* (H.R. Ahmad bin Hanbal dari Abu Hurairah, hadits Musnad bin Hanbal, h:11).

Hadits ini memberi pengertian bahwa temuan itu adalah amal (perbuatan), dan sumber manfaat. Dengan memanfaatkan hasil kreativitas seorang yang pandai berarti melanjutkan amal sholehnya yang tidak akan dipotong dengan kematiannya.<sup>112</sup>

Oleh karena itu, sebagaimana sebuah harta, maka setiap pemanfaatan hak cipta pun diukur nilainya dengan materi. Dalam hal ini akad yang paling tepat untuk digunakan adalah ujroh (menyewa hak cipta sebuah usaha waralaba selama seberapa periode disertai dengan timbal balik berupa materi).<sup>113</sup>

b. Tinjauan dari Aspek Kemitraan Usaha

Persekutuan dalam Islam dikenal dengan istilah *syirkah* (musyarakah).<sup>114</sup> Musyarakah adalah akad

---

<sup>112</sup>*Ibid.*, h. 84

<sup>113</sup>*Ibid.*, h. 87

<sup>114</sup>*Ibid.*, h. 90

kerjasama atau pencampuran antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu usaha tertentu yang halal atau produktif dengan kesepakatan bahwa keuntungan akan dibagikan sesuai nisbah yang disepakati dan risiko yang ditanggung sesuai porsi kerjasama.<sup>115</sup>

Dalam suatu persekutuan yang paling utama adalah adanya distribusi hak yang diperoleh masing-masing sekutu. Hak tersebut akan diperoleh manakala kewajiban yang merupakan ketentuan yang harus dilakukan oleh masing-masing pihak tersebut telah dilaksanakan. Hak dan kewajiban disini sifatnya dinamis dan relatif tergantung pada kemampuan seseorang untuk melakukan kualitas dan kuantitas.<sup>116</sup>

Unsur-unsur yang lazim ada dalam praktik persekutuan bentuk waralaba, adalah:

1) Kesepakatan (Perjanjian Waralaba)

Adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pewaralaba dan terwaralaba, yang berisi bahwa pihak terwaralaba berhak untuk memproduksi atau memasarkan barang (produk) dan atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati dibawah pengawasan pewaralaba, sementara terwaralaba membayar sejumlah

---

<sup>115</sup> Mervyn K. Lewis dan Latifa M. Algaoud, *Perbankan Syari'ah Prinsip, Praktik, dan Prospek*, Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta, 2007, h. 73

<sup>116</sup> Darmawan Budi Suseno, *Waralaba ....*, h. 90

uang tertentu atas hak yang diperolehnya. Dalam hukum Islam, kesepakatan itu bisa diistilahkan dengan ijab dan qabul.

- 2) Pelaku (Pewaralaba dan Terwaralaba)
  - a) Pewaralaba, yaitu wirausahawan sukses pemilik produk, jasa, atau sistem operasional koperasi yang khas dengan merk tertentu yang biasanya sudah dipatenkan.
  - b) Terwaralaba, yaitu perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pewaralaba yang disetujui permohonannya untuk menjadi mitra usaha pewaralaba, untuk menjalankan usaha dengan merek dagang, nama dagang, merek, atau sistem usaha miliknya itu, dengan syarat pada awal kerjasama dijalin terlebih dahulu disepakati uang pangkal *fee* awal dan selang waktu selama jangka waktu kerjasama.<sup>117</sup>
- 3) Peralatan (alat atau sarana yang digunakan dalam operasional bisnis waralaba yang bisa disebut dengan modal)

---

<sup>117</sup>*Ibid.*, h. 96-97

#### 4) Keuntungan (Bagi Hasil)

Didasarkan atas kesepakatan bersama berdasarkan prosentase kewajiban yang diberikan oleh masing-masing pihak.<sup>118</sup>

Secara garis besar konsep waralaba tidak bertentangan dengan hukum Islam. Hal-hal sebagai berikut dapat dijadikan tolok ukur untuk menilai suatu waralaba yang tidak bertentangan dengan syari'at Islam, antara lain:

1. Menanamkan nilai keadilan dan kejujuran dalam setiap mekanisme bisnis waralaba yang dijalankan karena Allah telah memerintahkan hamba-hambanya untuk berbuat adil dan jujur, seperti firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 90:

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) Berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkar dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.(Q.S. An-Nahl: 90)

---

<sup>118</sup>*Ibid.*, h. 99-100

2. Dalam bisnis waralaba berbasis syari'ah diperlukan sistem filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis (moral hazard). Filter tersebut adalah dengan komitmen menjauhi tujuh pantangan diantaranya: *Maisir*, asusila, *gharar*, objek haram, riba, *ikhtikar* (monopoli), berbahaya.<sup>119</sup>
3. Mengusahakan tercapainya manfaat bagi seluruh pihak dan mengutamakan maslahat umum.
4. Menjauhi diri dari perselisihan dan melakukan upaya-upaya yang membawa kepada perdamaian.<sup>120</sup>
5. Adanya kebebasan ijab-qabul dalam melaksanakan perjanjian.<sup>121</sup>

Berdasarkan hal-hal yang telaah dipaparkan di atas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya konsep pengembangan bisnis melalui sistem waralaba tidak bertentangan dengan syariat Islam (baik dalam pemanfaatan hak cipta atau mekanisme operasional kemitraan usahanya) dengan catatan bahwa produk yang diwaralabakan halal dan tetap mengacu pada ketentuan-ketentuan yang telah dijabarkan di atas.

---

<sup>119</sup>Balgis, //Prinsip..//

<sup>120</sup> Syarifuddin, *Bisnis Halal Bisnis Haram*, Jombang: Lintas Media, 2007, h. 15 dan 164

<sup>121</sup> Yusuf Qardhawi, *Norma dan Etika Ekonomi Islam*, Jakarta: Gema Insani Press, 1997, h. 203