

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis syari'ah muncul sejak manusia pertama turun ke bumi, sejak itu pula manusia mengemban kewajiban bekerja guna memenuhi segala kebutuhannya di dunia. Bisnis, terutama dagang merupakan profesi utama umat islam pada awal masuk Indonesia. Dimulai dari keberhasilan saudagar-saudagar muslim Arab menguasai perdagangan di Laut Merah dan Laut Tengah, kemudian penaklukan Islam terhadap Negeri Persia dan sebagai Bzantium (635-an M) maka para saudagar Arab, Persia dan Gujarat berduyun-duyun datang ke kawasan Asia Tenggara, termasuk Pesisir Utara Sumatra Utara.¹

Begitu pentingnya bekerja, sehingga Rasulullah SAW bersabda dalam haditsnya: “*Bekerja mencari sesuatu yang halal itu suatu kewajiban sesudah kewajiban beribadah*” (H.R. Ath Thabrani dan Baihaqi).

Sekarang ini dalam zaman globalisasi, dunia yang semakin transparan kita lihat bagaimana hebatnya persaingan bisnis perusahaan nasional, multinasional, perang ekonomi lewat perdagangan antar bangsa yang berebut menguasai pasar dunia dalam bidang barang dan jasa. Maraknya bisnis syariah, sangat

¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syari'ah*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009, h.24-26

membantu para pelaku ekonomi dari kalangan rakyat kecil. Karena dalam sistem Islam, keuntungan harus dirasakan oleh kedua belah pihak tidak berdasarkan jumlah modal yang dimiliki. Sistem Islam pun menganut paham saling menolong, bukan sebaliknya pemodal besar menindas pelaku bisnis kecil. Sehingga para pelaku bisnis kecil punya peluang untuk meningkatkan usahanya, bahkan bisa jadi sejajar dengan pemilik modal besar, bukan suatu hal yang mustahil. Semakin banyak kita mengetahui seluk beluk dunia bisnis ini, maka semakin banyak peluang bagi kita untuk berhasil dan menggali keuntungan dari pengalaman-pengalaman tersebut. Dalam zaman modern sekarang ini dunia bisnis semakin kompleks, dan membutuhkan banyak waktu bagi mereka yang ingin mempelajarinya serta mempraktekkan sampai berhasil.²

Setiap pengelolaan dan pengembangan usaha memerlukan suatu perencanaan strategis, yaitu suatu pola atau struktur yang akan mendukung menuju tujuan akhir yang ingin dicapai. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan atau bisnis, diperlukan suatu perdagangan yang bermoral yaitu perdagangan yang jujur dan adil.³Firman Allah QS. Al-Baqarah:279

² Bukhori Alma, *Ajaran Islam dalam Bisnis*, Bandung: ALFABETA,1994, h.17-21

³ Jusmaliani dkk, *Bisnis Berbasis Syariah*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008, (Al-Baqarah:279), h.54

فَإِنْ لَمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ۗ وَإِنْ تُبْتُمْ

فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ ﴿٢٧٩﴾

Artinya: “Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya” (Q.S.Al-Baqarah:279)⁴

Ayat-ayat di atas menunjukkan larangan yang jelas mengenai riba dan memberikan sebuah prinsip yang komprehensif dalam menentukan apakah sebuah transaksi mengandung riba atau tidak.⁵ Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.⁶ Demikian pula dalam strategi pengembangan bisnis, Allah berfirman QS. Al-Jumu’ah: 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِن فَضْلِ

اللَّهِ وَأَذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَّعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ ﴿١٠﴾

⁴ Kementrian Agama RI, *Al-Qura'an dan Terjemahan*, Bandung: Syamil Qur'an, 2011, h. 47

⁵ Veithzal Rivai, *Islamic Marketing Membangun dan Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Marketing Rasulullah saw*, Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2012, h.232

⁶ Ali Hasan, *Manajemen ...*, h. 196

Artinya : “Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.” (QS. Al- Jumu’ah: 10)⁷

عَنِ الْمُقَدَّامِ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ عَنْ رَسُولِ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ مَا
 أَكَلَأَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرًا مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ
 عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ

Artinya: Diriwayatkan dari Miqdam, dari Rasulullah saw yang bersabda, “*Tiadalah seseorang memakan satu makanan yang lebih baik daripada ia memakan hasil pekerjaan tangannya. Sesungguhnya nabi Allah, Dawud, memakan dari hasil pekerjaan tangannya* (HR.Bukhori).”⁸

Pada hadits yang lain juga disebutkan usaha yang paling baik adalah usaha dalam bidang ekonomi (perdagangan). Ayat Al Qur’an dan Hadits tersebut menunjukkan kewajiban manusia untuk selalu berusaha mengembangkan kemampuan dan peningkatan ekonomi melalui usaha yang dilakukan dengan cara-cara yang baik. Dengan demikian, pembangunan ekonomi bukan hanya menjadi kewajiban segelintir orang, akan tetapi menjadi kewajiban bersama seluruh ummat manusia. Kemudian juga diajarkan apabila harta kekayaan telah diperoleh maka sebagian

⁷ Agama RI, *Alqur’an*(Al-Jumu’ah:10), h.554

⁸ Musthafa Muhammad Umarah, *Syarah Bukhari*, Solo: Zamzam, 2014, h.417

harus diberikan kepada yang berhak, sebagaimana dalam surat Ad dzariyat: 19

وَفِي أَمْوَالِهِمْ حَقٌّ لِّلسَّائِلِ وَالْمَحْرُومِ ﴿١٩﴾

Artinya: “ dan pada harta-harta mereka ada hak untuk orang miskin yang meminta dan orang miskin yang tidak mendapat bagian”(QS. Adz-Dzariyat:19)

Ini menunjukkan toleransi moral dan etika dalam ekonomi yang kuat dalam Islam untuk selalu memperhatikan yang lain, karena sebetulnya harta itu amanat yang harus kita sampaikan. Dengan demikian, kedepan tidak akan terjadi penumpukkan kekayaan hanya pada sekelompok orang yang menguasai permodalan sehingga berakibat pada terjadinya kesenjangan ekonomi.

Salah satu strategi pengembangan bisnis yang dikenal adalah Waralaba (*franchise*), waralaba sendiri sebenarnya adalah salah satu bentuk usaha untuk memudahkan wirausahawan atau sektor UKM (terutama yang baru terjun ke dunia bisnis) dalam mengembangkan usahanya. Melalui sistem waralaba, seorang wirausahawan tidak perlu bekerja keras untuk merintis usaha dari nol, namun tinggal menggunakan sistem paten yang terlebih dahulu diuji coba dan dikembangkan oleh pemilik waralaba tersebut.

Pada dasarnya *franchise* adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada

konsumen. *Franchisor* (pewaralaba) dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada *franchise* (terwaralaba) untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor*. *Franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar sejumlah uang berupa *innitial fee* atau *royalty*.⁹

Pangsa pasar Indonesia yang berpenduduk lebih dari 200 juta jiwa menjadi potensi tersendiri bagi pemilik waralaba (*franchisor*) untuk melakukan *ekspansi* usahanya di Indonesia. Penerima waralaba pun dapat mengambil keuntungan dari sistem warlaba ini. Karena bagi terwaralaba atau *franchisee*, dengan sistem waralaba ini, ia tidak harus memulai usaha dari nol tapi hanya meneruskan setengah perjalanan yang telah dimulai oleh *franchisor* sebelumnya. Dengan demikian peluang kegagalannya pun dapat ditekan seminim mungkin.

Namun demikian, sebagaimana umumnya bisnis, waralaba juga tetap memiliki risiko kerugian. Di sisnilah pentingnya untuk “meneliti terlebih dahulu sebelum membeli”. Analisa kelayakan usaha sangat diperlukan perencanaan yang matang dan cara berpikir yang strategis. Karena di setiap masalah yang nantinya kita akan hadapi selalu tersedia ruang kosong

⁹ Gemala Dewi, dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2006, h.187

untuk sebuah peluang. Di sinilah pentingnya strategi yang jitu, dan itu semua tergantung dari kemampuan kita untuk memilah dan memanfaatkannya menjadi peluang yang memihak kepada kita.¹⁰

Salah satu waralaba yang mulai dikenal adalah waralaba syari'ah dan sangat berkembang dengan pesat. Perkembangan bisnis syariah, sekarang semakin diminati oleh masyarakat, tidak hanya bank, restoran, hotel dan lain-lain akan tetapi laundry pun kini berlabel syariah. Bapak Abu Asaka Ananta Wijaya mulai mengembangkan bisnis laundry sejak tahun 1994 di Jakarta. Ananta sengaja pindah dari Jakarta ke Semarang pada tahun 2007 yang berpusat di Jl. Gemah Raya 3 no. 5 Pedurungan untuk mengembangkan usaha ini. Untuk membuat bisnis plan dan membutuhkan waktu sekitar dua tahun. Untuk menjaga dan mengontrol kebersihan dan kesucian, Ananta juga menjalin kerjasama dengan para UKM disekitar untuk mengambil seluruh produk pencuci mulai dari detergen sampai pengharum. Pada tahun 2014 jumlah mitra di laundry syari'ah polaris mencapai 15 mitra yang tersebar di beberapa wilayah seperti: Jakarta, Nganjuk, Yogyakarta, Sukorejo dan lainnya. Sedangkan untuk gerai milik pribadi mencapai 35 gerai yang tersebar di Jawa, Palembang, Palngkaraya dan Medan.¹¹

¹⁰ Nindya Fatikhnansa, *Bisnis Menguntungkan Dengan Modal 100-00-an*, Jakarta: Hi Fest Publishing, 2008, h. 8

¹¹ Wawancara dengan bapak Ananta sebagai owner laundry syari'ah, Kamis, 15 Oktober 2015, 13.22 WIB

Sebagai unit bisnis yang berdasarkan aturan-aturan syari'ah, laundry syari'ah menerapkan konsep 1) konsep berbasis thaharah yaitu menggunakan air tanah dan air mengalir saat proses mencuci. 2) menekankan perilaku yang baik (akhlakul karimah) kepada karyawannya. 3) menekankan ikhtiar wajib berupa sholat tepat waktu. 4) menggunakan cara bersaing yang sehat, baik dalam segi promosi, pemasaran, dan lain-lain. Strategi bisnis waralaba yang dikembangkan pada laundry syari'ah polaris mengandung arti sebagai cara yang ditempuh dalam rangka mengembangkan bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip syari'ah, meliputi prinsip thaharah, jujur dan adil. Ananta kini telah memiliki sekitar 200 agen, karyawannya mencapai 100 orang, baik internal maupun eksternal. Meski dengan penanganan secara khusus, Ananta mengaku tidak mempengaruhi harga yang ditetapkan. Bapak Ananta mengklaim harganya tetap bersaing dengan laundry-laundry lainnya. Selain menerima harga satuan, juga menerima harga kiloan dengan harga yang ditetapkan cukup murah per kilonya hanya Rp 4.000,-.

Omset pendapatan setiap bulan mencapai Rp 5.000.000,- sampai Rp 20.000.000,-. Omset tersebut di dapat tergantung lokasi gerainya, sehingga terkadang mengalami fluktuatif dalam pendapatan.

Dengan begitu, demi menjaga kelangsungan bisnisnya, laundry syari'ah polaris hanya satu-satunya laundry syari'ah di Semarang dengan menerapkan strategi yang berkonsep thaharah

untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi merupakan rencana yang menyeluruh dan terpadu mengenai upaya-upaya suatu perusahaan yang diperlukan guna mencapai tujuan-tujuan perusahaan dengan memperhatikan sumber-sumber perusahaan yang ada maupun keadaan lingkungan yang dihadapinya.¹² Model pengembangan bisnis Islam pada laundry syari'ah Polaris mengandung arti sebagai cara yang ditempuh dalam rangka mengembangkan bisnis yang sejalan dengan prinsip-prinsip syari'ah. Sehingga, laundry syari'ah Polaris menjadi lebih baik dan memiliki daya saing yang tinggi diantara para pesaing-pesaingnya.

Jika ditarik, adanya kasus semakin besar minat masyarakat Indonesia terhadap bisnis waralaba terutama usaha jasa laundry dengan aktivitas padat masyarakat perkotaan di luar rumah kadang membuat mereka sulit membagi waktu dengan pekerjaan rumah, termasuk mencuci pakaian kotor. Sehingga, jasa binatu menjadi salah satu jalan keluar dan orang Indonesia itu. Kondisi ini membuat jasa binatu kian ramai, banyak pengusaha laundry tersebut menjalankan sistem kemitraan usaha untuk mengembangkan bisnis. Untuk mengetahui perkembangan usaha beberapa laundry yang sudah eksis, adalah Padjajaran Laundry, Polaris Laundry dan Melia Laundry.

¹² Sukristono, *Perencanaan Strategis Bank*, Jakarta: Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia, 1992, h.337

Maka sangatlah mungkin bahwa bisnis waralaba menjadi pilihan usaha bagi masyarakat Indonesia daripada usaha pencari laba lainnya, yang mana waralaba adalah bisnis minim risiko maksim di laba, salah satunya adalah laundry syariah polaris yang menjalankan usaha laundry sejak tahun 1994 dan bertahan sampai sekarang dalam persaingan yang sangat ketat dan memiliki banyak mitra dan gerai.

Melihat fenomena inilah penulis sangat tertarik untuk menyelami lebih dalam lagi tentang pentingnya pengembangan bisnis melalui model waralaba syari'ah sehingga langkah-langkah dalam menjalankan usaha lancar serta dapat mencapai tujuan yang diharapkan, untuk meyelami lebih dalam lagi tentang franchising dan manfaatnya bagi peluang usaha di bumi pertiwi dan dalam usaha waralaba secara umum mempunyai pesaing yang banyak sekali. Di laundry syari'ah polaris juga menerapkan model waralaba dalam pengembangan bisnis secara efektif dan efisien, dapat menjadikan laundry syari'ah polaris sebagai pemberdaya ekonomi umat yang mandiri dengan menghasilkan produk-produk berkualitas yang tidak melanggar prinsip-prinsip syari'ah. Menurut penulis usaha waralaba juga belum banyak terdapat dalam judul penelitian skripsi, sehingga mendorong peneliti untuk meneliti bisnis laundry syari'ah polaris yang berjudul **“PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI MODEL WARALABA SYARI’AH DI LAUNDRY POLARIS SEMARANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana model pengembangan bisnis yang dilakukan oleh *laundry* Polaris Semarang?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan model pengembangan bisnis yang dilakukan oleh *laundry* Polaris Semarang.

2. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, yang berupa :

a. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi sumbangan pemikiran bagi pihak-pihak terkait, khususnya pada *laundry* syari'ah Polaris. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah keilmuan Islam di bidang ilmu ekonomi Islam pada khususnya.

b. Manfaat praktis

Sedangkan manfaat praktis yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah dapat memberikan informasi dan

referensi mengenai penerapan pengembangan bisnis melalui model waralaba syari'ah *laundry* Polaris.

D. Tinjauan Pustaka

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti bukanlah yang pertama membahas materi strategi pengembangan bisnis Islam pada *laundry* syari'ah Polaris. Akan tetapi, banyak hasil penelitian lain yang membahas tema ini, diantaranya :

1. Fita Nurotul Faizah (2015) melakukan penelitian tentang ”*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*”¹³ Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan bisnis, akan tetapi berbeda dalam sistem pengembangannya dan lebih membahas tentang waralaba syari'ah.
2. Muhammad Yusuf(2009) “*Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (Franchise) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam*” Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui konsep bisnis waralaba (*franchise*) ditinjau dari perspektif hukum Islam dan konsep hukum Islam menghadapi laju dinamika transaksi bisnis modern.¹⁴

¹³Fita Nurotul Faizah ”*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*”, Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Walisongo, Semarang, 2015

¹⁴ Muhammad Yusuf, “*Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (Franchise) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam*” Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret, Surakarta, 2009

Penelitian sama-sama membahas tentang waralaba, akan tetapi skripsi ini lebih membahas tentang model waralaba sebagai pengembangan bisnis laundry polaris.

3. Syarah Septiana (2008) “*Konsep dan Aplikasi Franchisse dalam Hukum Ekonomi Islam (Studi Pada LKS Berkah Madani)*” Fakultas Syari’ah dan Hukum jurusan Ekonomi Islam UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.¹⁵ Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Aplikasi franchise yang dilakukan di LKS Berkah madani dalam Hukum Ekonomi Islam. Penelitian sama-sama membahas tentang waralaba, akan tetapi berbeda dalam tempat penelitian dan obyek yang diteliti.
4. Ratna Wahyuning (2008) “*Analisis SWOT pada Usaha Waralaba (Studi Kasus Bakso Kota Cak Man*” Fakultas Tarbiyah pendidikan Ekonomi Islam UIN Malang.¹⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dengan matrik SWOT dan mendeskripsikan strategi yang dihasilkan dan mendeskripsikan strategi yang digunakan oleh Cak Man selaku pemilik *brand name* Bakso Kota *Cak Man* untuk mengembangkan bisnis baksonya saat ini. Sama-sama

¹⁵ Syarah Septiana “*Konsep dan Aplikasi Franchisse dalam Hukum Ekonomi Islam (Studi Pada LKS Berkah Madani)*” Fakultas Syari’ah dan Hukum jurusan Ekonomi Islam UIN Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2008

¹⁶ Ratna Wahyuning “*Analisis SWOT pada Usaha Waralaba (Studi Kasus Bakso Kota Cak Man*” Fakultas Tarbiyah pendidikan Ekonomi Islam UIN Malang, Malang, 2008

membahas tentang waralaba tidak pada lingkungan perusahaan.

5. Fadlika Fatchur Rochman (2011) melakukan penelitian tentang “*Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara*”. Dalam penelitian Fadlika ini, menganalisis kondisi lingkungan perusahaan yang berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang selanjutnya dianalisis dengan menggunakan matriks IFE dan matriks EFE pada tahap input data, matriks IE dan matriks SWOT pada tahap pencocokan dan matriks QSP (QSPM) untuk tahap perumusan strategi. Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang strategi pengembangan bisnis, akan tetapi berbeda dalam analisisnya. Dimana dalam penelitian peneliti, akan lebih menjelaskan mengenai model pengembangan bisnis yang diterapkan oleh laundry polaris Semarang, tidak pada analisis terhadap lingkungan perusahaan.¹⁷

E. Metode Penelitian

1. Ruang Lingkup dan Waktu Penelitian

Ruang lingkup penelitian difokuskan pada *laundry* syari’ah Polaris untuk mengumpulkan data guna menjawab permasalahan tentang model waralaba sebagai pengembangan

¹⁷ Fadlika Fatchur Rochman, “*Strategi Pengembangan Bisnis PT. Ojid Kharisma Nusantara*”, Skripsi Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta, 2011

bisnis Islam. Pengumpulan data dilaksanakan pada 15 Oktober 2015 sampai penelitian dirasa cukup, yaitu mulai dari pembuatan proposal sampai penyerahan skripsi.

2. Jenis dan pendekatan penelitian

Jenis penelitian ini, dikategorikan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang dilakukan di kancan atau medan terjadinya gejala.¹⁸ Dalam kaitannya dengan penelitian ini, maka yang menjadi fokus adalah pengembangan bisnis melalui model waralaba syari'ah di laundry polaris berdasarkan data-data yang diperoleh oleh peneliti baik data primer maupun data sekunder.

Di dalam pelaksanaan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif adalah penelitian yang memandu peneliti untuk mengeksplorasi dan memotret situasi social secara menyeluruh, luas dan mendalam.¹⁹ Sedangkan penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang relevan untuk memahami fenomena sosial dimana data hasil penelitian tidak diolah melalui prosedur statistikk melainkan analisis data dilakukan secara induktif. Pendiskripsian penelitian tersebut berdasarkan pada *laundry syari'ah* Polaris.

¹⁸ M. Iqbal Hasan, *Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya*, Jakarta:Ghalia Indonesia, 2002, h.11.

¹⁹Sugiono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2013, h.409

3. Sumber Data

Sumber data di dalam penelitian yang menjadi bahan pertimbangan dalam adalah menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian, dalam hal ini peneliti memperoleh data atau informasi langsung dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditetapkan.²⁰ Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data primer dari wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap *laundry* syari'ah Polaris.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data atau informasi yang diperoleh secara tidak langsung dari obyek penelitian yang bersifat publik. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data koran, dokumen, literature, website yang menunjang peneliti.

Dengan dua macam sumber data di atas, proses dan hasil penelitian ini diharapkan dapat mengungkap dan menjelaskan bagaimana model pengembangan bisnis yang sesuai dalam rangka mengembangkan bisnis pada *laundry* Polaris.

²⁰ Wahyu Purhantara, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Bisnis*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010, h.79

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang tepat dan akurat dalam penelitian lapangan (*field research*) yang termasuk jenis penelitian deskriptif kualitatif ini metode pengumpulan data yang akan dilakukan meliputi:

a. Wawancara

Menurut Moleong (2005) dalam Haris Herdiansyah (2012), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut.²¹

Dalam kegiatan wawancara ini, peneliti melakukan wawancara langsung dengan pemilik dan karyawan *laundry* syari'ah. Metode wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara semi terstruktur (*Semi structure Interview*) artinya peneliti lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur, dan menemukan permasalahan secara terbuka, agar mendapatkan pendapat, dan ide-idenya yang lebih luas.²²

²¹Haris Herdiansyah, *Metode Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta: Salemba Empat, 2012, h. 118

²²Sugiyono, *Metode . . .*, h. 413.

b. Observasi

Menurut Herdiansyah, observasi adalah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi partisipasi pasif, artinya peneliti datang di tempat lokasi penelitian, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan yang dilakukan oleh *laundry syari'ah*. Observasi dilakukan dengan mencatat kejadian-kejadian yang terkait dengan bisnis *laundry syari'ah* dengan mengamati kondisi perusahaan.²³

c. Dokumentasi

Dokumentasi dapat dilakukan dengan cara pengumpulan beberapa informasi tentang data dan fakta yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian, baik dari sumber dokumen yang dipublikasikan, Koran, Majalah, website dan lain-lain.²⁴

5. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat

²³Herdiansyah, *Metode . . .*, h. 131.

²⁴Tim Penyusun, *Pedoman Penulisan Skripsi*, Fakultas Syari'ah IAIN Walisongo Semarang, 2010, h. 26.

kesimpulan sehingga mudah difahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁵

Dalam proses analisis data, peneliti menggunakan analisis deskripsi dengan memaparkan data-data yang berhubungan terhadap model waralaba syari'ah sebagai pengembangan bisnis di *laundry* Polaris.

Data-data yang telah terkumpul, selanjutnya dianalisa secara kualitatif. Yang dimaksud kualitatif yaitu metode analisis data yang dikelompokkan dan menyeleksi data yang diperoleh dari penelitian lapangan menurut kualitas dan kebenarannya, kemudian dihubungkan dengan teori-teori yang diperoleh dari studi kepustakaan, sehingga diperoleh jawaban atas permasalahan yang diajukan.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan bertujuan untuk memperjelas garis-garis besar dari masing-masing bab secara sistematis agar tidak terjadi kesalahan dalam penyusunannya. Untuk memudahkan dalam memahami dan mencerna masalah yang dibahas dalam penelitian ini, peneliti akan menyusun skripsi ini dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian,

²⁵Sugiyono, *Metode . . .*, h.335

tinjauan pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN UMUM TERHADAP PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI MODEL WARALABA SYARI'AH DI LAUNDRY POLARIS SEMARANG

Pada bab II berisi tentang Pengembangan Bisnis, Pengembangan Bisnis Islam dan Waralaba Syari'ah.

BAB III GAMBARAN UMUM LAUNDRY SYARI'AH POLARIS

Bagian ini akan menjelaskan sejarah pendirian *laundry syari'ah* Polaris, visi, misi dan tujuan *laundry syari'ah* Polaris, struktur organisasi *laundry syari'ah* Polaris serta pengembangan bisnis melalui model waralaba syari'ah di *laundry* Polaris.

BAB IV ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MELALUI MODEL WARALABA SYARI'AH DI LAUNDRY POLARIS SEMARANG

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan penelitian terhadap model waralaba syari'ah sebagai pengembangan bisnis yang sesuai dalam rangka mengembangkan bisnis di *laundry* Polaris.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, memberikan saran yang berkaitan dengan permasalahan yang dibahas untuk memperoleh solusi atas permasalahan tersebut dan berakhir dengan penutup.