

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Secara umum, bisnis didefinisikan sebagai kegiatan yang dilakukan oleh manusia untuk menghasilkan pendapatan atau rezeki atau usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan hidupnya dengan mengelola sumber daya ekonomi secara efektif dan efisien (Muslich, 2010).

Perkembangan zaman memberikan pengaruh yang besar dalam segala bidang, termasuk bidang ekonomi. Pada perusahaan sektor ekonomi meliputi sektor pertanian, sektor industri, sektor jasa, dan perdagangan. Sektor perdagangan dan bisnis berkembang sangat pesat, salah satunya adalah bisnis *franchise* atau biasa dikenal dengan istilah waralaba. Bentuk kerjasama bisnis ini tumbuh subur di Indonesia, baik di luar negeri maupun di dalam negeri. Pesatnya pertumbuhan dan keberhasilan bisnis *franchise* ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling dasar dalam *franchise* adalah kombinasi dari pengetahuan dan kekuatan dari suatu perusahaan bisnis yang ada atau didirikan (Margono, 2010).

Franchise pada dasarnya adalah suatu perjanjian mengenai cara pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. *Franchisor* (pemberi waralaba) memberikan lisensi untuk jangka waktu tertentu kepada *franchisee* (penerima waralaba) untuk melakukan pendistribusian barang dan jasa atas nama dan identitas *franchisor* di wilayah tertentu. Operasi harus dilakukan sesuai dengan prosedur dan metode yang ditetapkan oleh *franchisor*. *Franchisee* memberikan dukungan terhadap berjalannya bisnis *franchise* tersebut (Suharnoko, 2004).

Sejarah *franchise* pertama kali lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad setengah yang lalu pada tahun 1850an ketika perusahaan mesin jahit Issac Singer mulai memperkenalkan konsep *franchising* sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya (Suharnoko, 2009). Demikian pula perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan bir produksi pabrik yang

bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. *Franchise* pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor (Salim, 2010).

Di Indonesia, *franchise* sudah dikenal sejak tahun 1970. Yakni pengusaha Es Teller 77 yang pertama kali mempopulerkan sistem bisnis *franchise*. Pengusaha ini memiliki cabang diseluruh kota di Indonesia (Suseno, 2008). Tetapi perkembangan *franchise* khususnya dikalangan pebisnis lokal tidak terlalu signifikan, hanya sedikit pebisnis lokal yang menerapkan sistem *franchise* dalam memajukan bisnisnya. Namun semuanya berubah disaat Pemerintah Indonesia mendukung pelaksanaan sistem *franchise* dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba pada tanggal 18 Juni 1997. Selain peraturan tersebut, sistem *franchise* di Indonesia mempunyai dasar hukum yang berupa surat keputusan yang diterbitkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia dengan nomor 259/MPP/KEP/7/1997 terkait peraturan dan prosedur pelaksanaan pendaftaran waralaba pada tanggal 30 Juli 1997 (Widjaja, 2003).

Sejak terjadinya krisis moneter pada tahun 1997 sampai dengan tahun 2001, jumlah perusahaan *franchise* asing mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -9.78%. Hal tersebut terjadi karena menurunnya nilai rupiah yang mengakibatkan biaya untuk *franchise fee* dan *royalty fee* serta biaya bahan baku, peralatan dan perlengkapan yang dalam dollar menjadi meningkat. Hal itu berpengaruh dalam perhitungan harga jual produk atau jasa di Indonesia. Sedangkan *franchise* lokal mengalami peningkatan pertumbuhan rata-rata sebesar 30%. Pada tahun 2001 jumlah *franchise* asing tumbuh sebesar 8.5% dan *franchise* lokal meningkat 7.69% (Wibawanti, 2009).

Pada tahun 2009, pertumbuhan *franchise* di Indonesia meningkat sekitar 15% dibandingkan tahun 2008. Sementara itu, penetrasi *franchise* di Indonesia adalah mencapai jumlah sekitar 750 merek yang terdiri dari sekitar 40 ribu gerai dan tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Sebagaimana disampaikan Ketua Dewan Pengarah Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (2009) bahwa lima sektor terbesar bisnis *franchise* di Indonesia didominasi oleh restoran (makanan dan cafe), ritel modern, pendidikan,

otomotif (bengkel, salon mobil), dan jasa *laundry*. *Franchise* yang diprediksi akan berkembang pesat adalah bisnis jasa seperti otomotif, pendidikan, konsultan hukum, dan IT *service*. Namun demikian, ritel dan restoran tetap mempunyai prospek terbesar, meskipun peluang bagi *franchise* pada bisnis layanan jasa bakal terus tumbuh. Hal ini dibuktikan dengan 40% dari total omzet bisnis *franchise* berasal dari penjualan disektor restoran dan ritel modern (Sudarmiatin, 2011).

Franchise pada sektor restoran (makanan) yang berkembang di Indonesia saat ini tidak hanya didominasi oleh *franchise* asing seperti KFC, Mc Donald, Pizza Hut, Burger King dan beberapa merek besar. Tetapi kini, pertumbuhan *franchise* lokal juga telah banyak yang berkembang pesat. Salah satu *franchise* lokal yang sedang berkembang yaitu *franchise* asli Cirebon, Aksana Fried Chicken. Pada tahun 2014, sistem usaha yang diterapkan Aksana Fried Chicken awalnya menggunakan sistem usaha mandiri. Namun dengan melihat dari perkembangan usahanya yang semakin banyak peminat, pada tahun 2016 pemilik Aksana Fried Chicken menggantinya menjadi sistem *franchise* dan sampai saat ini sudah memiliki 26 *outlet*/gerai yang tersebar di Cirebon dan wilayah sekitarnya.

Di Indonesia, kata *franchise* diartikan sebagai waralaba yang didasari oleh Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997, tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang waralaba dan keputusan menteri perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997. Dan kemudian didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/MDAG/PER/3/2006 Pasal 1 Ayat 1, tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba. (Wijaya, 2001)

Konsep yang diterapkan dalam bisnis *franchise* itu sendiri sebenarnya merupakan pengembangan dari konsep *musyarakah*, dimana dua orang atau lebih bekerja sama untuk tujuan saling menguntungkan dengan memberikan modal dan tenaga kerja, untuk pembagian keuntungan dan kerugian berdasarkan kesepakatan bersama di awal kontrak (Sholihah, 2016).

Musyarakah merupakan bentuk perserikatan dalam Islam berdasarkan prinsip kerjasama bisnis dan bagi hasil. Pada prinsipnya *musyarakah* berbeda dengan model perseroan dalam sistem ekonomi kapitalisme. Perbedaan yang ada tidak hanya terletak pada tidak adanya praktik bunga, tetapi juga dalam hal transaksi, operasional maupun pengambilan keuntungan dan tanggungjawab kerugian (An-Nabahan, 2000).

Ketentuan tentang pembiayaan *musyarakah*, Dewan Syariah Nasional (DSN) telah mengeluarkan Fatwa DSN-MUI nomor 08/DSN-MUI/IV/2000 yang menyatakan bahwa dalam pembiayaan *musyarakah* masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.

Secara keseluruhan landasan syariah, *musyarakah* lebih mencerminkan dianjurkannya untuk melakukan suatu bisnis *franchise*. Sebagaimana firman Allah SWT. di dalam Q.S. Shaad ayat 24 :

وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَى بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ

ط

"Dari sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebagian mereka berbuat zalim kepada sebagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang shaleh; dan amat sedikitlah mereka ini". (Q.S. Shaad : 24)

Pada sistem bisnis Aksana Fried Chicken menerapkan *franchise* bertujuan untuk menjaga *Brand Imagenya*. Hal ini dikarenakan agar di semua *outlet* Aksana Fried Chicken mempunyai kesamaan, baik dari segi *brand*, harga, produk, pelayanan, rasa, sistem operasional dan lain sebagainya. Jadi yang mengelola semua baik dari sistem, pelayanan dan lain sebagainya adalah manajemen Aksana Fried Chicken sendiri, sedangkan pihak *franchisee* tidak ikut campur akan hal seperti itu, mereka hanya memperoleh hasilnya saja. Pada Aksana Fried Chicken, untuk pembukaan *outlet* baru atau modal awal memulai investasi (*franchise*) sekitar 200 juta bahkan lebih tergantung besar kecilnya *outlet* dengan jangka waktu perjanjian selama 5 tahun. *Franchisee* harus mampu menanggung seluruh Rencana Anggaran Biaya (RAB), maksud

dari RAB tersebut yakni akan menanggung semua biaya *set-up*, termasuk biaya peralatan, biaya perlengkapan, biaya renovasi, biaya sewa ruang, biaya pemasaran, biaya staf, dan gaji karyawan. Untuk pembagian hasilnya *franchisor* mengambil keuntungan 30% dari setiap penjualan produknya, sedangkan *franchisee* mengambil keuntungan sebesar 70%.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti Aksana Fried Chicken dari penerapan akad *musyarakah* pada sistem *franchise*-nya, yang mana pada masa Rasulullah SAW bisnis dengan model *franchise* ini belum ada. *Franchise* tersebut akan dikaitkan dengan sudut pandang Ekonomi Islam yang baik bagi pihak *franchisee* ataupun pihak *franchisor* dan InsyaAllah akan mendapatkan keridhoan, keberkahan serta kemaslahatan. Berdasarkan permasalahan tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam penulisan skripsi dengan judul "**Analisis Akad Musyarakah pada Bisnis Franchise dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus pada Franchise Aksana Fried Chicken)**".

1.2. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti membuat identifikasi masalah sebagai berikut:

a. Wilayah Kajian

Wilayah kajian dalam penelitian skripsi ini adalah tercakup pada bidang *Entrepreneurship* dan Produk Halal.

b. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian skripsi ini menggunakan pendekatan empirik (studi lapangan) dan analisis terhadap buku-buku bacaan yang berhubungan dengan persoalan bisnis dari segi sistem kerjasama, penerapan akad dan sistem bagi hasil menurut perspektif ekonomi Islam.

c. Jenis Masalah

Penelitian skripsi ini terdapat jenis masalah yaitu masalah yang mengandung sistem kerjasama, penggunaan akad dan sistem bagi hasil antara *franchisor* dengan *franchisee* pada Aksana Fried Chicken sudah sesuai atau belum dengan perspektif ekonomi Islam.

2. Pembatasan Masalah

Untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang dibahas dan agar tidak terjadinya pelebaran atau perluasan masalah sehingga penelitian dapat dilakukan dengan fokus pada akar masalah. Maka penulis membatasi penelitiannya pada segala sesuatu yang berhubungan dengan sistem kerjasama dan akad yang diterapkan *franchise* Aksana Fried Chicken.

3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti merumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Bagaimana sistem kerjasama antara Aksana Fried Chicken dengan mitra?
- b. Bagaimana implementasi akad *musyarakah* pada *franchise* Aksana Fried Chicken?
- c. Bagaimana tinjauan ekonomi Islam terhadap implementasi akad *musyarakah* pada *franchise* Aksana Fried Chicken?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dirumuskan oleh penulis di atas, maka ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dari hasil penelitian ini, diantaranya :

- a. Untuk mengetahui sistem kerjasama antara Aksana Fried Chicken dengan mitra.
- b. Untuk mengetahui implementasi akad *musyarakah* pada *franchise* Aksana Fried Chicken.
- c. Untuk mengetahui tinjauan ekonomi Islam terhadap implementasi akad *musyarakah* pada *franchise* Aksana Fried Chicken.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih referensi pada penelitian selanjutnya sarana acuan pembelajaran berdasarkan teori-teori yang didapat dari bangku kuliah mengenai akad *musyarakah* (bagi hasil) dalam berbisnis dan sebagai kontribusi pemikiran yang berguna dan bermanfaat bagi pihak *franchise* Aksana Fried Chicken.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi Akademi

Peneliti berharap dapat digunakan untuk tambahan informasi untuk pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut mengenai akad *musyarakah* (bagi hasil) dalam bisnis *franchise*.

2) Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dapat digunakan sebagai bahan masukan dalam memberi kontribusi kepada pihak *franchise* Aksana Fried Chicken yang menjadi objek penelitian, terutama dalam rangka bagi hasil pada bisnis *franchise*.

1.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut :

Tabel 1.1
Penelitian Terdahulu

No.	Nama dan Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan Penelitian
1.	Nurjannah dan Nazaruddin A Wahid, "Analisis Perhitungan Royalty Fee Franchise Menurut Konsep Musyarakah: Studi pada Jarimatika Darussalam" (Yogyakarta, 2013) Jurnal	Analisis akad <i>musyarakah</i> terhadap perhitungan <i>royalty fee franchise</i> pada Jarimatika Darussalam.	Sama-sama meneliti tentang <i>musyarakah</i> pada bisnis <i>franchise</i> . Perbedaannya penelitian Nurjannah dan Nazaruddin itu terfokus pada perhitungan <i>royalty fee franchise</i> sedangkan penelitian ini terfokus pada sistem kerjasama dan penerapan akad <i>musyarakah</i> pada bisnis <i>franchise</i> .
2.	Dwi Lestari, "Strategi Buaran Pemasaran (Marketing Mix) Produk Lumpia Bom Prespektif Ekonomi Islam (Studi pada Cv. Extra Pedas Purwokerto)" (IAIN Purwokerto, 2014). Skripsi	Analisa ekonomi Islam terhadap bauran pemasaran yang diterapkan CV. Extra Pedas Purwokerto dalam memasarkan produk Lumpia Bom, belum sepenuhnya sesuai dengan syariat Islam.	Sama-sama meneliti tentang sistem kerjasama waralaba (<i>franchise</i>) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya penelitian Lestari meneliti tentang <i>marketing mix</i> pada CV. Extra Pedas Purwokerto, sedangkan penelitian ini meneliti tentang analisis akad <i>musyarakah</i> pada bisnis <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken.

3.	Lina Muffidah, "Manajemen Kemitraan Waralaba Sektor Farmasi Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Di Apotek K-24 Kabupaten Banyumas)" (IAIN Purwokerto, 2016). Skripsi	Manajemen kemitraan waralaba sektor farmasi perspektif ekonomi Islam, yang kemudian dianalisis menggunakan analisis SWOT, yang nantinya akan memberikan alternatif rencana dan strategi pada waralaba Apotek K-24.	Sama-sama meneliti tentang waralaba (<i>franchise</i>), dan pendekatan penelitian kualitatif. Muffidah meneliti tentang manajemen kemitraan pada waralaba, sedangkan penelitian ini fokus pada implementasi akad <i>musyarakah</i> pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken. Muffidah menerapkan analisis SWOT, penelitian ini dengan analisis kualitatif deskriptif.
4.	Eva Juniarti, "Analisis Akad Syirkah Mudharabah dalam Kemitraan Franchise CV. Ekstra Pedas Purwokerto." (IAIN Purwokerto, 2019). Skripsi	Analisis bisnis waralaba <i>franchise</i> yang bekerjasama dengan CV. Ekstra Pedas Purwokerto dengan menggunakan akad <i>syirkah mudharabah</i> .	Sama-sama meneliti tentang sistem kerjasama waralaba (<i>franchise</i>) dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Perbedaannya penelitian Juniarti meneliti tentang analisis akad <i>Syirkah Mudharabah</i> pada CV. Ekstra Pedas Purwokerto, sedangkan penelitian ini fokus pada analisis <i>musyarakah</i> saja pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken.

5.	Haafidzulfikri, "Sistem Bisnis Franchise pada Travelmie Puncaknya Jogja dalam Prespektif Hukum Islam" (UII Yogyakarta, 2018). Skripsi	Analisis tentang sistem bisnis waralaba (<i>franchise</i>) yang diterapkan oleh pemberi waralaba atau Travelmie sifatnya adalah <i>mudharabah</i> . Sedangkan yang diterapkan pada Travelmie Puncaknya Jogja sistemnya adalah <i>musyarakah</i> .	Sama-sama meneliti tentang <i>franchise</i> yang sesuai dengan perspektif hukum Islam, dan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaannya penelitian Haafidzulfikri meneliti tentang bagaimana sistem bisnis <i>franchise</i> pada Travelmie Puncaknya Jogja menurut perspektif hukum Islam, sedangkan penelitian ini fokus pada bagaimana implementasi akad <i>musyarakah</i> pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken menurut perspektif Ekonomi Islam.
6.	Yesi Dwi Lestari, "Implementasi Akad Syirkah pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya" (UIN Surabaya, 2020). Skripsi	Rumah makan Ayam Goreng Nelongso menerapkan waralaba syariah dengan menggunakan sistem akad <i>Syirkah</i> yang mana dalam pembagian hasilnya rumah makan Ayam Goreng Nelongso ini menerapkan	Sama-sama meneliti tentang waralaba (<i>franchise</i>), dengan pendekatan penelitian kualitatif deskriptif. Perbedaannya penelitian Yesi terfokus pada praktik akad <i>syirkah</i> dan juga akan terfokus pada perbedaan antara <i>franchise</i> konvensional dan <i>franchise</i> syariah, sedangkan pada penelitian ini terfokuskan

		sistem <i>profit sharing</i> dan membebaskan <i>royalty fee</i> .	pada penerapan akad <i>syirkah</i> pada <i>franchise</i> menurut perspektif Ekonomi Islam dan sistem bagi hasilnya.
7.	Khalid Syamil, "Pelaksanaan Akad Syirkah pada Waralaba 212 Mart (Study Kasus 212 Mart Pancoran)" (UIN Jakarta, 2021). Skripsi	Analisis pelaksanaan akad <i>syirkah</i> pada waralaba 212 mart yang mana dalam hasil penelitiannya menjelaskan jenis sistem waralaba yang digunakan 212 mart Pancoran dan menjelaskan hubungan KSKJS dengan 212 Mart Pancoran.	Sama-sama meneliti tentang akad <i>syirkah</i> pada bisnis waralaba atau <i>franchise</i> . Perbedaannya penelitian Khalid hanya terfokus pada akad <i>syirkah</i> yang digunakan waralaba 212 mart, sedangkan pada penelitian ini terfokuskan pada penerapan akad <i>syirkah</i> pada <i>franchise</i> menurut perspektif Ekonomi Islam.
8.	Lentera Rahadinda Putri, "Penerapan Konsep Syirkah Mudharabah pada Waralaba Resto Bebek Madura Sambal Hitam Kaliurang" (UII Yogyakarta, 2021). Skripsi	Analisis waralaba pada BeMa dalam menjalankan waralaba telah memenuhi elemen pokok yang harus dimiliki waralaba dan Analisis <i>syirkah mudharabah</i> pada BeMa cabang kaliurang telah sesuai dengan syariah.	Sama-sama meneliti tentang waralaba (<i>franchise</i>), dengan pendekatan penelitian kualitatif. Perbedaannya pada penelitian Putri membahas tentang analisis akad <i>syirkah mudharabah</i> pada Resto Bebek Madura Sambal Hitam Kaliurang, sedangkan pada penelitian ini fokus analisis

			<i>musyarakah</i> saja pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken.
9.	Ihsan Burhany, "Analisis Hukum Islam Terhadap Konsep Bisnis Franchise (Minuman) dengan Akad Musyarakah" (UMS Surakarta, 2021). Skripsi	Analisis tentang konsep bisnis <i>franchise</i> ditinjau menurut perspektif akad <i>musyarakah</i> yang terdapat pada bisnis <i>franchise</i> minuman <i>Senyumsapa</i> sesuai hukum Islam.	Sama-sama meneliti tentang <i>musyarakah</i> pada bisnis <i>franchise</i> . Perbedaannya penelitian Ihsan meneliti tentang analisis akad <i>musyarakah</i> pada <i>franchise</i> (minuman) berdasarkan Hukum Islam, sedangkan penelitian ini meneliti tentang analisis akad <i>musyarakah</i> pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken berdasarkan Perspektif Ekonomi Islam.
10.	Veliani Nur Fitri, dkk, "Analisis Implementasi Akad Syirkah Mudharabah pada Franchise Kebab Turki Baba Rafi Buah Batu Menurut Fiqh Muamalah" (Bandung, 2021). Artikel Jurnal	Analisis fiqh muamalah terhadap implementasi <i>syirkah mudharabah</i> pada bisnis <i>franchise</i> Kebab Turki Baba Rafi dalam sistem <i>payback periodnya</i> .	Sama-sama meneliti tentang <i>musyarakah</i> pada bisnis <i>franchise</i> . Perbedaannya penelitian Fitri meneliti tentang analisis akad <i>syirkah</i> pada <i>franchise</i> Kebab Turki Baba Rafi Buah Batu berdasarkan fiqh muamalah, sedangkan penelitian ini meneliti tentang analisis akad <i>musyarakah</i> pada <i>franchise</i> Aksana Fried Chicken perspektif ekonomi islam.

1.5. Kerangka Berfikir

Dalam melakukan penelitian, penulis perlu menyusun kerangka berfikir menyangkut konsepsi tahap-tahap penelitian berdasarkan pemikiran penulis.

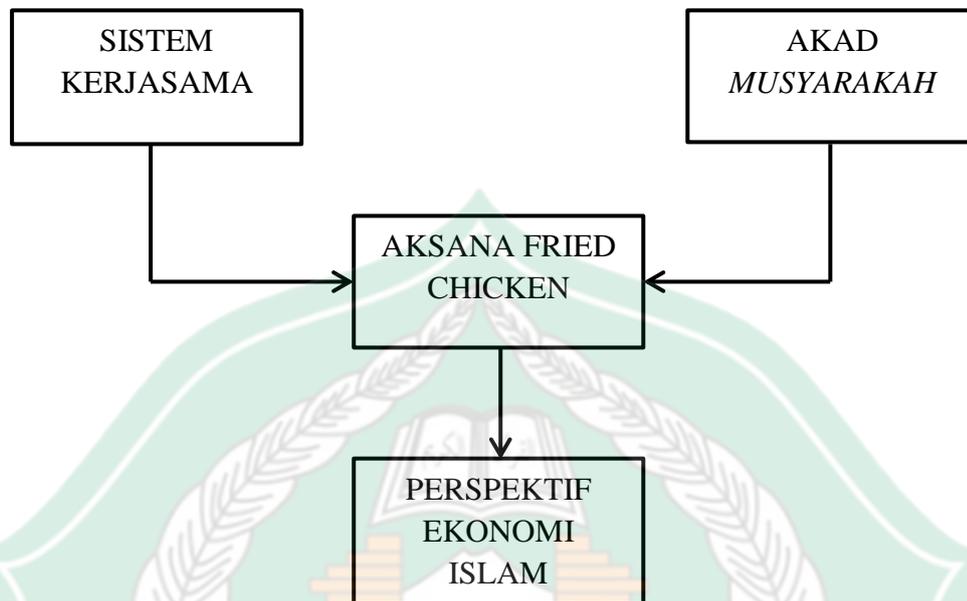
Bisnis *franchise* merupakan suatu kerjasama bisnis bidang produksi atau penjualan antara *franchisor* dengan *franchisee* berdasarkan kontrak dan pembayaran royalti. Kerjasama ini mencakup pemberian lisensi atau hak atas kepemilikan intelektual kepada *franchisee* dalam bentuk nama atau merk, ide atau gagasan, formula dan alat khusus yang dibuat oleh *franchisor* beserta dukungan teknis berupa manajemen, pelatihan, pemasaran dan sebagainya. Maka dari itu, *franchisee* membayar hak pakai serta royalti, yang biasanya mewakili presentase dari total penjualan (Syahmin, 2006).

Akad *musyarakah* merupakan akad kerjasama antara kedua belah pihak atau lebih untuk menjalankan suatu bisnis tertentu dimana masing-masing pihak akan memberikan kontribusi dana dan kinerja dengan adanya kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama.

Ekonomi Islam merupakan suatu ilmu yang mempelajari perilaku manusia dalam upaya mencukupi kebutuhan hidupnya yang berlandaskan pada nilai-nilai Islam.

Penelitian ini terfokus pada implementasi akad *musyarakah* dan sistem kerjasama pada *franchise* Aksana Fried Chicken dalam perspektif ekonomi Islam. Berdasarkan uraian di atas, kerangka berfikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Berfikir



1.6. Metodologi Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di kantor pusat *franchise* Aksana Fried Chicken, Perumnas Grand Labiesta No. A1 Jalan Terusan Gunung Lawu RT.006 RW.006 Kelurahan Larangan Kecamatan Harjamukti Kota Cirebon.

2. Metode dan Pendekatan Penelitian

A. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yang mana dapat membantu pendeskripsian atas fenomena substansi yang diteliti. Menurut Sugiyono (2013), metode penelitian kualitatif adalah suatu metode penelitian yang digunakan untuk mengkaji keadaan objek alamiah, dimana peneliti sebagai alat utama, teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi sumber data (observasi, wawancara, dan dokumentasi), analisis data bersifat induktif, dan studi kualitatif yang dihasilkan lebih berfokus pada makna daripada generalisasi. Dengan demikian, penelitian kualitatif selain dapat memenuhi kebutuhan peneliti dalam memberikan gambaran/

penjelasan juga dapat menjelaskan secara lebih dalam terkait permasalahan yang diteliti.

Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Yin (2013), studi kasus adalah penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata dimana batas antara fenomena dan konteks tidak jelas, dan menggunakan banyak sumber bukti.

Menurut Kasinat (2013), dalam menggunakan metode kualitatif terdapat 3 alasan, yaitu (a) pandangan peneliti akan fenomena di dunia, (b) jenis pertanyaan pada sebuah penelitian, dan (c) memiliki alasan praktis terhadap sifat metode kualitatif.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan penelitian lapangan (*field research*) untuk memperoleh informasi yang bersifat kualitatif normatif yang mencakup hukum Islam (akad *musyarakah*), sistematika hukum, dan sinkronasi hukum dengan implementasi reliable. Perolehan sumber data dari penelitian ini menggunakan data sekunder dan primer. Data skunder sendiri bersumber dari bahan kepustakaan seperti hasil penelitian, artikel ilmiah, buku-buku, makalah, al-qur'an, dan hadist yang sesuai dalam pengkajian penelitian ini. Sedangkan data primer, merupakan sumber data yang mengikat dikumpulkan oleh penulis melalui wawancara, dimana sumber data dalam penelitian ini adalah pemilik usaha *franchise* Aksana Fried Chicken.

3. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan sumber data primer dan sumber data sekunder.

A. Data Primer

Data primer adalah data yang dibutuhkan oleh peneliti atau subjek data yang dikumpulkan langsung di lapangan. Data primer ini disebut data asli atau data baru. Hal ini dikarenakan data primer

dilakukan secara langsung diambil dari sumber aslinya melalui narasumber atau informan, misalnya responden yang diperoleh dari wawancara, data survey, data observasi, atau sumber lainnya (Hasan, 2002).

Dalam penelitian ini penulis akan melakukan observasi dan wawancara kepada pihak *franchise* Aksana Fried Chicken, bertujuan untuk lebih mendalami sistem kerjasama dan akad yang diterapkan pada *franchise* Aksana Fried Chicken.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh peneliti dari sumber yang telah ada (Hasan, 2002). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku perpustakaan, dokumen-dokumen, hasil riset, tulisan-tulisan yang berkaitan dengan topik penelitian yang akan dibahas, serta penelitian terdahulu.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang valid dalam penelitian ini, maka diperlukan teknik pengumpulan data yang sesuai. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Observasi

Observasi adalah kegiatan mengamati subjek secara langsung di lokasi penelitian, serta mencatat secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti (Mardawani, 2020). Dalam hal ini peneliti melakukan observasi langsung di kantor *franchise* Aksana Fried Chicken dan mencatat peristiwa-peristiwa penting yang berkaitan dengan objek penelitian. Observasi ini bertujuan untuk mencari data yang berkaitan dengan bisnis *franchise* Aksana Fried Chicken dan akad *musyarakah*, yang dilakukan dengan cara mengamatinya langsung.

B. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh informasi atau keterangan untuk tujuan penelitian melalui tanya jawab bertatap muka langsung antara pewawancara dengan informan (Mardawani, 2020). Dalam hal ini pertanyaan-pertanyaan telah disusun terlebih dahulu untuk diajukan kepada informan agar mendapatkan data yang lebih lengkap dan akurat tentang analisis akad *musyarakah* dalam bisnis *franchise* yang diterapkan pada *franchise* Aksana Fried Chicken menurut perspektif ekonomi Islam.

C. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data kualitatif melalui observasi atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek penelitian (Mardawani, 2020). Dalam penelitian ini data-data yang dikumpulkan berisikan informasi berbentuk foto selama wawancara dan observasi.

5. Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini teknik analisis data yang dilakukan yaitu dengan menganalisa langsung data yang telah diperoleh sebelumnya. Menurut Sugiyono (2013), analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Menurut Siyoto & Sodik (2015), proses analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu sebagai berikut:

A. Reduksi Data

Mereduksi data ialah merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan hal-hal yang penting, dan menghilangkan data yang

tidak perlu. Tujuan dari reduksi data adalah untuk menyederhanakan data yang diperoleh selama penggalan data di lapangan. Banyak sekali data yang terkumpul di lapangan dan seringkali kita melihat data yang tidak ada kaitannya dengan topik penelitian. Dalam kondisi seperti itu, peneliti harus menganalisis data dengan cara mereduksinya.

B. Penyajian Data

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Menurut Miles dan Huberman, penyajian data adalah sekumpulan informasi terstruktur yang memberikan kemampuan untuk menarik kesimpulan. Langkah ini dilakukan dengan menyajikan sekumpulan informasi terstruktur yang kemudian memberi kemungkinan adanya pengambilan kesimpulan. Hal ini dilakukan karena data-data yang diperoleh dari penelitian kualitatif sering kali dalam bentuk naratif, sehingga memerlukan penyederhanaan informasi tanpa mengurangi isinya.

C. Kesimpulan atau Verifikasi

Tahap ketiga adalah kesimpulan atau verifikasi. Pada bagian ini peneliti menguraikan kesimpulan dari data-data yang telah diperoleh. Kegiatan ini dimaksudkan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan.

6. Uji Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong L. , 2004).

Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Sugiyono, 2007).

Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data menurut (Sugiyono, 2007) dapat dilaksanakan sebagai berikut:

A. *Credibility*

Uji *credibility* (kredibilitas) atau uji kepercayaan terhadap data hasil penelitian yang disajikan oleh peneliti agar hasil penelitian yang dilakukan tidak meragukan sebagai sebuah karya ilmiah dilakukan.

B. *Transferability*

Transferability merupakan validitas eksternal dalam penelitian kualitatif. Validitas eksternal menunjukkan derajat ketepatan atau dapat diterapkannya hasil penelitian ke populasi dimana sampel tersebut diambil.

C. *Dependability*

Dependability atau reliabilitas merupakan penelitian yang dapat dipercaya, dengan kata lain beberapa percobaan yang dilakukan selalu mendapatkan hasil yang sama. Penelitian yang *dependability* atau reliabilitas adalah penelitian apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan memperoleh hasil yang sama pula.

Pengujian *dependability* dilakukan dengan cara melakukan audit terhadap keseluruhan proses penelitian. Dengan cara auditor yang independen atau pembimbing yang independen mengaudit keseluruhan aktivitas yang dilakukan oleh peneliti dalam melakukan penelitian. Misalnya bisa dimulai ketika bagaimana peneliti mulai menentukan masalah, terjun ke lapangan, memilih sumber data, melaksanakan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai pada pembuatan laporan hasil pengamatan.

D. *Confirmability*

Objektivitas pengujian kualitatif disebut juga dengan uji *confirmability* penelitian. Penelitian bisa dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati oleh lebih banyak orang. Penelitian kualitatif uji *confirmability* berarti menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang telah dilakukan. Apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar *confirmability*.

7. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian kualitatif menurut Sugiyono (2016) adalah peneliti itu sendiri. Hal ini berarti seorang peneliti menjadi alat untuk merekam informasi selama proses penelitian. Peneliti terjun langsung ke lapangan untuk mencari dan mengumpulkan data-data yang diperlukan untuk penelitian. Jika tujuan penelitian sudah jelas maka kemungkinan akan dikembangkan instrumen yang digunakan dalam penelitian dan diharapkan dapat melengkapi data.

1.7. Sistematika Penulisan

Penulis perlu menyusun sistematika penulisan sedemikian rupa sehingga dapat menunjukkan hasil penelitian yang baik dan mudah dipahami. Adapun sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, bab ini berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan manfaat penelitian, penelitian terdahulu, kerangka berfikir, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Bab ini bertujuan untuk mengantar pembahasan skripsi secara keseluruhan.

BAB II LANDASAN TEORI, dalam bab ini berisi uraian teori-teori yang digunakan dalam membahas masalah yang meliputi teori tentang Akad, Akad *Musyarakah*, *Franchise*, dan Ekonomi Islam.

BAB III KONDISI OBJEKTIF, bab ini berisi uraian gambaran umum tentang Aksana Fried Chicken, yaitu sejarah berdirinya Aksana Fried Chicken, visi dan misi Aksana Fried Chicken, struktur organisasi Aksana Fried Chicken, produk yang dimiliki Aksana Fried Chicken, cabang-cabang Aksana Fried Chicken, analisis SWOT, dan gambaran bisnis *franchise*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN, bab ini berisi mengenai hasil penelitian tentang sistem kerjasama dan implementasi akad *musyarakah* pada *franchise* Aksana Fried Chicken sudah sesuai atau belum dengan perspektif ekonomi Islam. Dalam bab ini berisi mengenai hasil yang diperoleh dari pengolahan data melalui metode yang digunakan seperti wawancara, observasi, dokumentasi yang mana hasilnya akan dideskripsikan serta dianalisis.

BAB V PENUTUP, dalam bab ini mengemukakan kesimpulan yang dapat ditarik dari keseluruhan pembahasan serta saran dan catatan dari peneliti.

