

## **BAB IV**

### **PAPARAN DATA, TEMUAN PENELITIAN, DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Paparan Data dan Temuan Penelitian**

Berdasarkan pada aspek-aspek serta temuan yang peneliti jumpai dilapangan, baik yang didapatkan dengan cara wawancara bersama informan, maupun dengan dokumentasi dan pengamatan yang dilakukan, maka dapat diuraikan data sebagai berikut ini:

##### **1. Profil Ayam Geprek Tok Patok Pamekasan**

Bisnis saat ini merupakan sector bidang usaha yang sangat menjanjikan, mengingat sector ini merupakan sebuah bisnis yang mencakup kebutuhan primer dari manusia, yakni berupa pangan. Tingginya keuntungan yang dijanjikan oleh usaha ini melatar belakangi berdirinya bisnis Ayam Geprek Tok Patok Pamekasan.<sup>1</sup>

Sector bisnis pangan atau kuliner tidak dapat dipungkiri, selain menjanjikan keuntungan yang banyak juga menawarkan resiko yang sangat tinggi, hal ini sesuai dengan prinsip "*high risk, high return*". Resiko ini timbul karena tingginya tingkat persaingan pasar karena banyak pengusaha yang bermain dalam sector ini, sehingga sangat penting jika sebuah sector usaha kuliner memberikan trobosan baru didalam menawarkan serta menyajikan produknya kepada konsumen dengan sebaik mungkin, utamanya bagi para pemain baru yang ingin berkecimpung didalam sector bisnis ini. Untuk melihat kuatnya sebuah

---

<sup>1</sup> <https://id.scribd.com/document/655477518/Badrut-Tamam-18383031040-BAB-IV-ES>

bisnis didalam menjalankan usahanya, maka dapat kita telah dari aspek historis serta profil usahanya. Dalam hal ini yang dimaksud oleh peneliti adalah profil usaha dari Ayam Geprek Tok Patok Pamekasan.

Tok Patok merupakan Ayam Geprek Krispy, nama owner Tok Patok berasal dari Sumenep yang kini tinggal di Sidoarjo yaitu Agus Pranajaya, Tok Patok pertama kali buka dipulau Madura pada tahun 2020 di Ganding, Sumenep.

Untuk menu dan harganya yang disajikan bervariasi, ada beberapa pilihan yang menggugah selera. Paket komplet 10.000 menjadi hidangan andalan, dengan harga tersebut sudah mendapatkan menu makanan yang komplet yaitu nasi, ayam, sambal, dan air mineral ada juga esteh. Untuk ayam jumbo atau yang lebih besar dijual dengan harga 13.000 sampai dengan 14.000.<sup>2</sup>

Tok Patok sudah membuka cabang di Pamekasan, yaitu di Jl. Raya Blumbungan, Jl. Raya Asemmanis, Jl. Raya Tlanakan, Jl. Raya Teja (Bettet), Pasean (sebelah polsek), Jl. Trunojoyo.

Bisnis Frenchise Tok Patok merupakan produk makanan yang paling banyak diminati oleh masyarakat. Hal tersebut bisa dilihat dari banyaknya konsumen yang datang ke gerai Tok Patok Pamekasan, tentunya Tok Patok mempunyai sistem bagi hasil akad waralaba yang tentunya terdapat perbedaan konsep penerapan akad waralaba yang dimana system penerapan bagi hasil tersebut tentunya terdapat perbedaan konsep penerapan akad waralaba yang dimana sistem

---

<sup>2</sup> Misbahol Munir, *Wawancara Langsung(Outlet Tok-Patok)*, 15 Mei 2024.

penerapan bagi hasil tersebut tentunya berbeda pada sebagian cabang yang disebutkan diatas.<sup>3</sup>

## **2. Produk Ayam Geprek Tok Patok Pamekasan**

Didalam sebuah bisnis fast food patilah terdapat beberapa menu yang ditawarkan, biasanya untuk menu yang ditawarkan tersebut merupakan menu paket yang terdiri dari beberapa gabungan item. Begitu pula didalam bisnis Ayam Geprek Tok Patok, manajemen Ayam Geprek Tok Patok juga didalam menjual prooduknya dibagi menjadi beberapa paket produk, diantaranya sebagai berikut:

### **a. Menu Paket 1**

Menu paket 1 yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Tok Patok terdiri dari 3 item diantaranya adalah: nasi, ayam geprek, timun sepotong, dan juga es teh. Paket 1 ini merupakan paket menu paling murah yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Tok Patok dan hanya dibandrol dengan harga Rp. 10.000,-

### **b. Menu Paket 2**

Menu paket 2 yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Tok Patok terdiri dari: nasi, ayam crispy bagian sayap atau paha dan saos tomat, serta es teh. Paket 2 ini di bandrol dengan harga yang lebih tinggi dari pada paket 1, yakni sebesar Rp. 11.000,-

### **c. Menu Paket 3**

---

<sup>3</sup> Badrut Tamam, "Analisis Bauran Pemasaran Analisis Bauran Pemasaran Ayam Geprek Tok-Patok. Pamekasan Di Desa Blumbungan Kecamatan Larangan. Pamekasan", *Skripsi Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Madura* (2022), 67-68.

Menu paket 3 yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Nadzif Fried Chicken terdiri dari: nasi, ayam crispy bagian dada dan saos tomat, serta es teh. Paket 2 dibandrol dengan harga Rp. 13.000,-

d. Menu paket 4

Menu paket 4 yang ditawarkan oleh Ayam Geprek Tok Patok terdiri dari: nasi, ayam geprek bagian dada dan timun, serta es teh. Paket 3 dibandrol dengan harga Rp.14.000,-

Pesatnya. perkembangan bisnis ini menjadi poin penting didalam pembasahan nantinya, karena pesatnya perkembangan sebuah bisnis pasti tidak akan pernah lepas dari suksesnya berbagai manajemen yang diterapkan dalam bisnis tersebut, diantaranya adalah manajemen pemasaran.<sup>4</sup> Maka dari itu fokus dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen yang dilakukan dan diterapkan oleh Ayam Geprek Tok Patok sehingga dapat mendulang kesuksesan tersebut, serta sejauh mana implementasi bauran pemasaran Islam didalam menjalankan manajemen pemasaran yang dilaksanakan oleh Ayam Geprek Tok Patok. Untuk memperoleh informasi serta data mengenai hal tersebut, peneliti sudah melakukan wawancara dengan berbagai pihak yang terlibat didalam bisnis Ayam Geprek Tok Patok, serta melakukan observasi di outlet pertama Ayam Geprek Tok Patok.<sup>5</sup>

## 1. Data Lapangan

---

<sup>4</sup> Badrut Tamam, *Analisis Bauran Pemasaran Analisis Bauran Pemasaran Ayam Geprek Tok-Patok. Pamekasan Di Desa Blumbungan Kecamatan Larangan. Pamekasan*, 67-68.

<sup>5</sup> Misbahol Munir, *Outlet Ayam Geprek Tok-Patok di Kabupaten Sumenep*, (15 Mei 2024).

Dalam membangun sebuah bisnis, terdapat banyak aspek yang wajib diperhatikan oleh pelaku bisnis, diantaranya adalah aspek pemasaran. Pemasaran menjadi penting karena dengan adanya pemasaran yang baik dan jitu maka dapat melambungkan produk di tengah-tengah masyarakat. Bauran pemasaran menjadi bagian penting didalam dunia pemasaran, karena dengan adanya bauran pemasaran para pembisnis dapat meramu dan meracik strategi dengan lebih efektif dan efisien untuk diterapkan didalam lingkungan bisnis yang akan digeluti. Begitu pula didalam bisnis Ayam Geprek Tok Patok juga menerapkan bauran pemasaran didalam bisnisnya, bahkan lebih jauh banyak lini sektor bauran pemasaran yang secara langsung maupun tidak langsung menerapkan bauran pemasaran Islam yang sesuai dengan prinsip amaliyah qur'ani.

Berdasarkan data yang didapatkan oleh peneliti di lapangan saat melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi maka dengan ini peneliti akan memaparkan fakta serta data berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, sebagai berikut:

**a. Penerapan akad bagi hasil pada Waralaba pada Tok Patok menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

Bagi hasil adalah hasil keuntungan yang diperoleh dari pengelolaan dana baik investasi maupun transaksi jual beli yang diberikan kepada nasabah. Sistem bagi hasil merupakan sistem di mana dilakukannya perjanjian atau ikatan bersama di dalam

melakukan kegiatan usaha. Di dalam usaha tersebut diperjanjikan adanya pembagian hasil atas keuntungan yang akan didapat antara kedua belah pihak atau lebih. Bagi hasil dalam perbankan syariah merupakan ciri khusus yang ditawarkan kepada masyarakat, dan di dalam aturan syariah yang berkaitan dengan pembagian hasil usaha harus ditentukan terlebih dahulu pada awal terjadinya kontrak (akad). Besarnya penentuan porsi bagi hasil antara kedua belah pihak ditentukan sesuai dengan kesepakatan bersama, dan harus terjadi dengan adanya unsur kerelaan di masing-masing pihak, tanpa adanya unsur pemaksaan.<sup>6</sup>

Menurut Muhammad bahwa pendapatan bagi hasil berlaku untuk produk-produk penyertaan, baik penyertaan menyeluruh maupun sebagian, atau bentuk bisnis korporasi (kerja sama). Pihak-pihak yang terlibat dalam kepentingan bisnis yang disebut tadi, harus melakukan transparansi dan kemitraan secara baik dan ideal, sebab semua pengeluaran dan pemasukan rutin untuk kepentingan pribadi yang menjalankan proyek.<sup>7</sup>

Menurut Undang-Undang Nomor 2 Tahun 1960 dalam pasal 1 mengemukakan bahwa: “Perjanjian bagi hasil ialah perjanjian dengan nama apapun juga yang diadakan antara pemilik pada suatu pihak dan seseorang ataubadan hukum pada pihak lain, yang di dalam undang-undang ini disebut “penggarap”. Berdasarkan perjanjian mana

---

<sup>6</sup> Andrianto, M. Anang Firmansyah, “*Manajemen Bank Syariah*”, (Jawa Timur: Qiara Media, 2019), 470-471.

<sup>7</sup> Puji Sulistyarningsih, dkk, *Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Perspektif Hukum Islam* Vol. 8 No. 1 Februari 2017, 149.

penggarap diperkenankan oleh pemilik tersebut untuk menyelenggarakan usaha pertanian diatas tanah pemilik, dengan pembagian hasilnya antara kedua belah pihak”<sup>8</sup>.

Pelaksanaan *waralaba* di Tok Patok Madura selain menggunakan akad musyarakah juga menggunakan prinsip *mudharabah*, karena itu bagi hasil pada prinsipnya merupakan suatu kegiatan perjanjian kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk mendirikan suatu usaha dengan modal bersama dan pembagian keuntungan sesuai kesepakatan dalam akad bagi hasil di Tok Patok apabila ada kerugian maka untuk sistem bagi hasilnya dari pihak *franchisor* kemungkinan besar ada yang tidak ikut campur dengan kerugian yang dialami oleh *frenchise*.

Pada *waralaba* di Ayam Geprek Krispy Tok Patok terdapat prosedur dan persyaratan yang ditentukan oleh *franchisor* agar tidak ada kebocoran data yang dimiliki oleh *franchisor*. Hal ini yang mana Hj. Misbahol Munir selaku Manajer Tok Patok menyatakan sebagai berikut:

“Terkait prosedur dan persyaratan yang ditentukan oleh *franchisor* kepada *frenchise* seperti menyiapkan tempat dan alat perlengkapan outlet, dan untuk persyaratan yang lainnya seperti Ayam, Tepung, dan Kotak makanan diwajibkan untuk langsung mengambil di pusatnya (PT. Jago Pranofood), sedangkan sambal saos air atau teh dan berasnya dapat dibeli sendiri oleh *frenchise*.”<sup>9</sup>

Hal senada juga disampaikan oleh Agus Lio Saputra selaku

Manajer Tok Patok Cabang Keppo bahwasannya:

---

<sup>8</sup> Chairuman Pasaribu Suhrawardi, *Hukum Perjanjian Dalam Islam*, (Jakarta: PT. Karya Unipress, 2014), 61.

<sup>9</sup> Misbahol Munir, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Ganding, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024).

“Selain dokumen persyaratan, khusus untuk usaha penyediaan bahan dan sarana, dilengkapi keterangan tertulis dari Pengusaha pihak cabang tentang perkiraan kapasitas penyediaan fasilitas yang dinyatakan dalam jumlah berapa persen hasil yang sudah disepakati. Ketentuannya menyiapkan biaya awal untuk mendirikan *franchise*. Beberapa komponen biaya awal yang biasanya dikeluarkan oleh pendiri *franchise*, yaitu sewa tempat usaha, pembelian perlengkapan dan peralatan, kendaraan, stok awal. Sementara itu, biaya lainnya yang harus disiapkan, yaitu royalti untuk pemegang *franchise*. Besaran biaya royalti disesuaikan dengan kesepakatan antara pemilik dan pemegang *franchise* untuk membuka cabang Tok Patok.”<sup>10</sup>

Hal ini juga disampaikan Ibu Nunung selaku Manajer Tok Patok

Cabang Pasar Pao bahwasannya:

“Menjalin sebuah kerja sama usaha atau bermitra terjadi kesepakatan antara *franchisor* dan *franchisee* dalam sebuah perjanjian waralaba. Di dalam perjanjian tok patok ini terdapat hak dan kewajiban tertentu bagi masing-masing pihak. Dapat dikatakan bahwa kewajiban bagi salah satu pihak merupakan hak bagi pihak lain, begitu juga sebaliknya. Adapun hak dan kewajiban yang dimiliki oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) di tok patok seperti pembayaran bahan baku, harga beli bahan baku, mentaati prosedur operasional usaha.”<sup>11</sup>

Hal ini juga disampaikan Safri selaku Manajer Tok Patok Cabang

Trunojoyo bahwasannya:

“Terkait dengan prosedur perjanjian Tok patok ini adanya perjanjian dengan tertulis. Dalam surat perjanjian dijelaskan bahwa kewenangan selaku pemegang merek adalah memberikan izin dan membantu cabang yang ingin menjual Ayam Tok patok untuk membuka 1 buah outlet tok patok. Untuk itu *franchisee* dapat menggunakan merek dan sistem yang sudah diizinkan yaitu Tok patok. Dalam perjanjian tersebut bahwa pihak terwaralaba (*franchisee*) akan menjadi mitra dari pihak franchisor Tok Patok yang akan melakukan penjualan minuman kekinian dengan brand Tok Patok.”<sup>12</sup>

---

<sup>10</sup> Agus Lio Saputra, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Keppo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

<sup>11</sup> Nunung, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Pasar Pao, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

<sup>12</sup> Safri, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Trunojoyo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).



Pada ketentuan prosedur dari pihak tok patok meninjau langsung lokasi yang dijadikan tempat usaha tok patok. syarat dari lokasi Waralaba tersebut haruslah lokasi yang strategis untuk memulai usaha dan berada ditengah keramaian masyarakat, mudah dijangkau dan tidak berada ditempat terpencil. Mengenai lokasi yang akan dijadikan tempat usaha, manajemen Tok patok tidak ikut turun tangan didalamnya, Franchisee sudah harus mempunyai lokasi dan tempat usaha sebelum bergabung dengan waralaba Tok Patok.

“Persyaratan bisnis dari waralaba usaha Tok patok ini mulai data pribadi pemilik Tok patok dan calon terwaralaba yang ditandatangani diatas kertas yang bermaterai. Unit bisnis yang ditawarkan, termasuk didalamnya target pasar yang akan dibidik. Biaya-biaya yang akan dibutuhkan termasuk didalamnya syarat lokasi untuk memulai usaha waralaba tersebut. Peruntukan dari *Franchise*, dimana *Franchise* tersebut termasuk biaya pelatihan dan pengadaan alat.”<sup>13</sup>

Dari prosedur dan ketentuan oleh pihak *franchisor* kepada *franchisee*. Dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Franchise harus menyediakan tempat dan alat perlengkapan outlet.
- b. Franchise harus menggunakan bahan seperti Ayam, Tepung, Kotak makanan diwajibkan dari pusatnya di Sidoarjo.
- c. Sedangkan sambal minuman dan berasnya menyediakan diri sendiri.

Dari prosedur dan ketentuan diatas bisa disimpulkan bahwa untuk tempat dan perlengkapan menyiapkan diri sendiri. Sedangkan Ayam, Tepung, dan Kotak makanan harus membeli dari PT. jago Pranofood

---

<sup>13</sup> Bayu Ardiyansyah, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

yang berada di Sidoarjo, tetapi untuk sambal air dan berasnya diwajibkan untuk menyiapkan sendiri.

Dalam bisnis waralaba tentunya ada dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam suatu produk yang dimana bertujuan untuk mendapatkan hasil. Dan untuk sistem keuntungan tentunya ada bagi hasil sebanyak 50:50 sesuai kesepakatan dari awal. Sebagaimana disampaikan oleh bapak Hj. Misbahol Munir, sebagai berikut:

“Pada bisnis waralaba di Tok Patok tentunya ada keuntungan yang didapat franchisor dan franchise. Untuk presentase bagi hasilnya sebanyak 50:50 yang dimana franchisor mendapatkan keuntungan sebanyak 50% dan franchise 50% juga”.<sup>14</sup>

Dari apa yang disampaikan oleh bapak hj misbahol rahman bahwasanya keuntungan yang terdapat di tok patok untuk persentase bagi hasilnya sebanyak 50:50 yang dimana keuntungan di dapat sebanyak 50% dari penghasilan tiap bulannya.

Selanjutnya adalah akad *syirkah* secara bahasa berarti al-Ikhtilat (percampuran) atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara masing-masing sulit dibedakan. Seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha. Yang dimaksud percampuran disini adalah seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain sehingga tidak mungkin untuk dibedakan.<sup>15</sup>

**b. Mekanisme pertanggung jawaban atas kerugian pada Waralaba pada Tok Patok menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

---

<sup>14</sup> Misbahol Munir, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Gending, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024).

<sup>15</sup> Mahmud Yunus, *Kamus Arab Indonesia* (Jakarta: PT Hidakarya Agung, 2018), 196.

Bagi hasil dalam hukum ekonomi syariah secara umum menggunakan prinsip kontrak kerjasama pada akad *Syirkah Mudharabah*. Maka dalam penelitian ini macam-macam bagi hasil yang dibahas hanyalah *Syirkah Mudharabah*, karena berkaitan dengan sistem bagi hasil yang akan diteliti.

Sebagaimana sistem bagi hasil yang disebutkan oleh pihak delapan *franchise* yang ada di Pamekasan, seperti berikut ini:

“Untuk sistem bagi hasilnya ini sesuai perjanjian dari awal antara *franchisor* dan *frenchise* yaitu 50:50, untuk penghasilan perbulannya sebesar seratus juta dengan keuntungan sepuluh juta dan dibagi 50% kepada *franchisor*”.<sup>16</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Manajer Tok Patok Cabang Keppo bahwasannya:

“Dalam bagi hasilnya bisnis disini menggunakan sistem perjanjian yang 50% untuk *franchisor* dan 50% untuk *frenchise*, dalam perolehan satu bulannya disini mencapai sepuluh juta dan untuk hasilnya sebesar empat juta maka hasil tersebut diberikan kepada *franchisor* 50%”.<sup>17</sup>

Senada dengan hal tersebut Manajer Tok Patok Cabang Pasar Pao Ibu Nunung yaitu:

“Pendapatan yang di peroleh *franchisor* dan *frenchise* untuk bagi hasilnya tersebut 50:50 sesuai apa yang di janjikan sebelumnya, dan hasil yang di dapatkan dalam waktu satu bulan yaitu seratus tujuh puluh juta dan untuk bagi hasilnya mendapatkan antara delapan juta sampai sepuluh juta”.<sup>18</sup>

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Manajer Cabang Trunojoyo bahwa:

---

<sup>16</sup> Misbahol Munir, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Ganding, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024)

<sup>17</sup> Agus Lio Saputra, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Keppo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>18</sup> Nunung, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Pasar Pao, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

“Untuk sistem bagi hasil dalam bisnis Ayam Krispy Tok Patok antara *franchisor* dan *frenchise* menggunakan sistem bagi hasil dari perolehan tersebut sehingga dibagi menjadi 50:50, dan perolehan dalam satu bulannya bisa mendapatkan sekitar tiga puluh lima juta jadi untuk hasilnya lima juta dibagi dua”.<sup>19</sup>

Manajer Cabang Tlanakan juga menyampaikan bahwa:

“Untuk sistem bagi hasilnya tersebut sesuai kesepakatan dari awal sehingga dibagi 50% untuk *franchisor* dan 50% untuk *frenchise*, sehingga tidak akan terjadi perubahan atau permasalahan kemudian harinya, dan dalam penghasilan satu bulannya bisa mendapatkan sepuluh juta maka untuk hasil bersihnya bisa mendapatkan empat juta”.<sup>20</sup>

Manajer Cabang Pasean juga mengatakan hal yang sama bahwasannya:

“Dalam bagi hasil yang diperoleh oleh *franchisor* dan *frenchise* tersebut sesuai perjanjian antara kedua belah pihak yaitu 50:50 dalam bisnis yang diperolehnya, hasil dari perbulannya bisa mencapai lima puluh juta ini bisa enam juta lima ratus untuk hasilnya, maka hasil tersebut dibagi dua antara kedua belah pihak”.<sup>21</sup>

Senada dengan hal tersebut Ibu Yuni selaku manajer Tok Patok

Cabang Blumbungan juga mengatakan bahwa:

“Untuk sistem bagi hasil antara *franchisor* dan *frenchise* yaitu 50:50 sesuai kesepakatan dari awal antara kedua belah pihak, untuk hasil setiap bulannya terkadang bisa mencapai seratus lima puluh juta dan untuk hasilnya yaitu tujuh juta maka hasil tersebut 50% untuk *frenchise* dan 50% untuk *franchisor*”.<sup>22</sup>

Seperti hasil wawancara di atas rata rata keuntungan yang di peroleh oleh masing masing franchise sistem bagi hasilnya yaitu

---

<sup>19</sup> Safri, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Trunojoyo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

<sup>20</sup> Bayu Ardiyansyah, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024). Agus Lio Saputra, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Keppo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>21</sup> Kiki Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Pasean, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024)

<sup>22</sup> Yuni, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Blumbungan, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

sebesar 50:50 jadi keuntungan yang diambil sama sama mendapatkan 50% dari penghasilan tiap bulannya.

“Untuk kerugian yang didapat yaitu seperti setiap harinya yang dimana terkadang jualan tidak laku semua. Dan ada sisa ayam yang tidak terjual yang terpaksa harus dihabiskan dihari itu juga dan untuk kendala yang kami alami yaitu seperti harga ayam kemahalan, harga kotak makanan dan juga tepung kemahalan, dan juga sepi jadi hasilnya sedikit”.<sup>23</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Manajer Tok Patok Cabang Keppo bahwasannya:

“Untuk kerugian yang dialami seperti mungkin sama untuk cabang lainnya yang dimana ketika ayam tidak terjual habis kami harus terpaksa menjual keesokannya atau sebisa mungkin dihabiskan dihari itu juga dan untuk kendala yang sering kami alami untuk harga sembako itu naik seperti ayam, tepung, dan kebutuhan untuk outlet itu naik, bisa jadi juga karena sepi oleh pembeli sehingga untuk pemasukan setiap harinya itu berkurang”.<sup>24</sup>

Senada dengan hal tersebut Manajer Tok Patok Cabang Pasar Pao Ibu Nunung yaitu:

“Kerugian yang kami dapat seperti setelah memakai frenchise mungkin lebih ke kami tidak dapat mengembangkan produk yang walaupun kami tidak ada niat untuk mengembangkan produk tersebut karena sistem *frenchise* ke keluarga atau sistem kepercayaan dan franchisor yang kebetulan juga yang masih kenal sejak lama dan untuk kendala yang di alami di outlet kami disini terkadang untuk harga beras naik maupun ayam dan sebagainya untuk kebutuhan yang diperlukan disini”.<sup>25</sup>

Pendapat yang sama juga disampaikan oleh Manajer Cabang Trunojoyo bahwa:

---

<sup>23</sup> Misbahol Munir, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Ganding, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024)

<sup>24</sup> Agus Lio Saputra, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Keppo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>25</sup> Nunung, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Pasar Pao, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

“Kerugian yang kami alami lebih kepada ketika stok ayam habis dan masih ada pembeli yang antri untuk membeli ayam Tok Patok sehingga kami kehilangan pembeli yang ingin membeli ayam Tok Patok pada saat itu juga. Karena ketika ayam habis kami harus memesan ayam lagi atau menunggu kiriman ayam dari pusat sedangkan kendala disini terkadang sepi untuk setiap harinya sehingga untuk pemasukan tersebut bisa berkurang dan tidak sesuai target yang kita butuhkan di setiap bulannya, dan untuk harga sembako juga bisa naik seketika”.<sup>26</sup>

Manajer Cabang Tlanakan juga menyampaikan hal yang serupa bahwa:

“Untuk kerugian yang kami dapat mungkin dari terkadang jumlah pembeli yang tidak menentu yang dimana ketika stok habis kami kehilangan pelanggan dari terpaksa tutup lebih awal, begitu juga sebaliknya ketika jumlah pembeli tidak sebanyak biasanya jadi kami harus membuka outlet sampai malam agar tetap menjaga kualitas ayam supaya tetap *fresh* dan kendala di outlet tok patok saya ini tidak selalu rame dalam waktu satu bulan tetapi juga bisa mengalami kesepian, dan untuk kendala sembaknya juga ada seperti untuk harga Ayam, cabe, tepung dan sebagainya yang diperlukan untuk outlet mengalami kemahalan”.<sup>27</sup>

Manajer Cabang Pasean juga mengatakan hal yang sama bahwasannya:

“Kerugian yang kami peroleh selama menjual Ayam Krispy Tok Patok yaitu lebih ke jumlah ayam yang dikirim. Terkadang kita tidak dapat memprediksi banyaknya pembeli yang datang ke outlet kami sehingga kami kesulitan untuk melayani pembeli agar tidak kecewa ketika ayam habis. Selain itu juga dalam bisnis di Tok Patok saya ini juga ada kendalanya seperti harga ayam, beras, dan keperluan lainnya itu kemahalan. Dan terkadang juga mengalami kesepian pembeli.”<sup>28</sup>

Senada dengan hal tersebut Ibu Yuni selaku manajer Tok Patok Cabang Blumbungan juga mengatakan bahwa:

---

<sup>26</sup> Safri, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Trunojoyo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

<sup>27</sup> Abdurahman, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Tlanakan, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024).

<sup>28</sup> Ahmad Bayu Ardiansyah Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Pasean, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024)

“Kerugian yang kami dapat selama membuka Tok Patok adalah adanya. Keterbatasan penjualan produk seperti jenis-jenis menu yang harus sesuai dengan persetujuan yang dikeluarkan oleh franchisor dan selanjutnya adalah keterjadian stok ayam yang tidak bisa kami tambah dan kurangi sehingga ketika kami kelebihan stok harus dibuka sampai habis, begitu juga sebaliknya ketika kami kekurangan stok kami juga kehilangan antrian konsumen yang pada saat itu ingin membeli Ayam Geprek Krispy Tok Patok”.<sup>29</sup>

Kemudian Abdurrahman selaku salah satu Manajer Tok Patok Cabang Masjid Sotok juga menyampaikan bahwa:

“Tok Patok disini tidak selalu rame di setiap harinya tetapi juga bisa mengalami kesepian dari pembeli sehingga untuk pemasukan tersebut mengalami sedikit, dan untuk sembakonya ini juga bisa mengalami kenaikan. Selama saya berbisnis dengan Tok Patok untuk pertanggung jawaban tersebut sebelum terjadi kerugian pihak Tok Patok sendiri melakukan pemasaran dengan cara menjadikan perkumpulan dan memberi makan gratis kepada orang tidak mampu atau santunan anak yatim dan sebagainya”.<sup>30</sup>

Selain itu Tok Patok Pamekasan juga sering memberikan makanan dan minuman gratis kepada masyarakat dan juga sering mengadakan event-event berhadiah yang dapat menambah daya tarik masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh Bapak Hj. Misbahol Munir selaku Manajer Tok Patok Cabang Ganding yang menyampaikan bahwa:

“Pihak *franchisor* Tok Patok mewajibkan *frenchise* Tok Patok untuk mewajibkan supaya memberi makanan gratis kepada anak yatim dan fakir miskin dan pesantren di pondok. Di outlet Tok Patok saya disini juga mewajibkan untuk bersadakah kepada orang-orang yang tidak mampu dan ada seperti tahlilan dan juga memberikan makanan gratis kepada tetangga untuk sebagai pemasarannya”.<sup>31</sup>

---

<sup>29</sup> Yuni, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Blumbungan, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>30</sup> Kiki, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Masjid Sotok, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>31</sup> Misbahol Munir, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Ganding, *Wawancara Langsung*, (15 Mei 2024)

Hal ini juga disampaikan oleh Manajer Tok Patok Cabang Keppo

bahwasannya:

“Selama berbisnis dengan Tok Patok ini saya juga mewajibkan untuk mengadakan santunan anak yatim dan juga selalu memberi kepada orang yang tidak mampu seperti makanan, minuman dan sebagainya. Tok Patok disini saya juga membiasakan untuk memberikan makanan dan minuman kepada pondok pesantren dan kepada orang-orang yang rumahnya di sekitaran Tok Patok disini untuk sebagai pemasarannya dan juga memberikan kepada orang yang tidak mampu, dan disini juga mengadakan arisan”.<sup>32</sup>

Hal ini juga disampaikan oleh Manajer Tok Patok Cabang Masjid

Sotok bahwasannya:

“Berbisnis dengan Tok Patok ini juga ada pemasarannya di sosial media seperti di Instagram, di Instatori, dan sebagainya. Di Tok Patok juga mengadakan event, jika yang ikut memenangkan lomba yang dipilihnya maka pemenang tersebut mendapatkan hadiah seperti contoh utama yaitu Sepeda Angin”.<sup>33</sup>

## **B. Pembahasan**

Setelah peneliti melakukan penelitian dengan mengumpulkan data dan kemudian memaparkan sesuai dengan yang diperoleh dilapangan, maka peneliti menemukan beberapa hal sebagaimana bentuk temuan peneliti. Beberapa hasil temuan yang diperoleh, dilaporkan dalam bentuk lisan. Adapun temuan data yang ditemukan peneliti dalam paparan data sebelumnya antara lain:

### **1. Penerapan Akad Bagi Hasil Pada Waralaba Tok Patok Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

---

<sup>32</sup> Agus Lio Saputra, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Keppo, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)

<sup>33</sup> Lis Abdurrahman, Manajer Tok Patok Pamekasan Cabang Masjid Sotok, *Wawancara Langsung*, (16 Mei 2024)



Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, memungkinkan manusia untuk meningkatkan produksi barang atau jasa sesuai kebutuhannya. Namun penggunaan barang atau jasa sebagai objek perjanjian, tentu tidak harus mengesampingkan keberadaan akad-akad syariah yang telah ditetapkan. Oleh karena itu, menjadikan HAKI sebagai objek perjanjian waralaba, hukumnya adalah boleh (mubah). Dalam fiqh muamalah, ukuran kebolehan menjadikan sesuatu sebagai objek perjanjian adalah selama tidak mengandung unsur keharaman, baik ditinjau dari segi zatnya (*haram li dzatihi*) maupun haram selain zatnya (*haram li ghairihi*), serta selama tidak bertentangan ketentuan akad-akad syariah itu sendiri.

Pada umumnya objek perjanjian waralaba yang berupa merek dan produk dagang adalah masuk dalam kategori barang ('ain). Sedangkan penyampain ilmu pengetahuan tentang format bisnis masuk dalam kategori jasa perbuatan (fi'il). Meskipun dalam praktek perjanjian waralaba objek tersebut tidak dapat dipisahkan satu sama lainnya, namun keberadaannya tidak menggugutkan kewajiban berlakunya akad-akad yang digunakan.

Penerapan akad bagi hasil yang terdapat pada tok patok dari hasil penelitian menemukan keputusan yang dimana besar keuntungan yang di dapatkan 50:50 yang dimana sistem bagi hasil ini masih bisa dianggap benar menurut hokum ekonomi islam yang memang untuk keuntungan bagi hasil harus 50:50 atau 60:40.

Pada perjanjian waralaba hak kepemilikan objek perjanjian berada pada pihak pemberi waralaba. Oleh karena itu, konsekuensi pemanfaatan objek tersebut oleh penerima waralaba akan dikenakan kompensasi berupa pembayaran sejumlah uang. Apabila kewajiban membayar disyaratkan sebagai bentuk imbalan, berarti ketentuan akad yang berlaku ijarah. Dalam ijarah, imbalan oleh dibayarkan secara tunai (naqdan) maupun tangguh (muajal). Untuk menentukan jumlah imbalan selain dapat dilakukan melalui perkiraan, juga dapat dihitung dari hasil penjualan produk (royalty).

Waralaba dalam hukum syariah diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Hal ini sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut hukum islam dan larangan transaksi gharar (ketidakjelasan). Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal, sehingga disyaratkan untuk dibuat secara tertulis. Hal ini diperlukan sebagai bentuk perlindungan terhadap kedua belah pihak yang telah melakukan perjanjian waralaba sesuai yang tercantum dalam QS. Al-Baqarah ayat 282.

## **2. Mekanisme Pertanggung Jawaban Atas Kerugian Pada Waralaba Tok Patok Menurut Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

Dalam bisnis waralaba tentunya ada keuntungan dan kerugian yang dialami yang dimana yang di takutkan yaitu kerugian yang akan terjadi pada *franchise* sehingga harus adanya sikap tnggung jawab dari pihak *franchisor* yang mana agar kerugian tidak sampai terjadi, seperti apa yang dilakukan oleh pihak *franchisor* Tok Patok Chicken

dengan cara melakukan event setiap bulannya seperti memberi makanan dan minuman secara gratis, pemasaran via media social, adanya event bulanan untuk edukasi kepada semua *franchise* agar tidak sampai terjadi kerugian yang merugikan pihak *franchise*.

*Franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga *Franchise* sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi di berbagai bidang, maka *Franchise* kemudian masuk kedalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia.

Istilah *Franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah *Franchise* coba di Indonesia-kan dengan istilah “Waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti bisnis yang memberikan laba lebih atau istimewa.

Dalam menjalankan suatu bisnis *Franchise*, kita memiliki beberapa tujuan dalam menjalankan bisnis tersebut, diantaranya:

- a. Untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) yang sebesar besarnya dengan modal yang seminimal mungkin.
- b. Dapat menjual merek dagang terkenal (trademark) dengan harga terjangkau.

- c. Untuk menarik perhatian para konsumen agar membeli produknya.
- d. Dapat mengembalikan dana investasi dengan mudah dan cepat untuk membuka bisnis Franchise lebih banyak lagi.<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Fuad, M. *Pengantar Bisnis* (Jakarta : Gramedia Pustaka, 2016), 17.