

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP MEKANISME PENETAPAN HARGA MAKANAN
PADA FRANCHISE C'BEZT KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama
Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

BASRI

15 0303 0011

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

**TINJAUAN HUKUM EKONOMI SYARIAH
TERHADAP MEKANISME PENETAPAN HARGA MAKANAN PADA
FRANCHISE C'BEZT KOTA PALOPO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Hukum (SH)
pada Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut
Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

BASRI

15 0303 0011

Pembimbing :

- 1. Dr. Rahmawati, M.Ag**
- 2. Hardianto, S.H., M.H**

**PROGRAM STUDI HUKUM EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS SYARIAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2022**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Basri
NIM : 15 0303 0011
Fakultas : Syariah
Program Studi : Hukum Ekonomi Syariah

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa :

1. Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi atau duplikasi dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai tulisan atau pikiran saya sendiri,
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya. Segala kekeliruan dan atau kesalahan yang ada didalamnya adalah tanggungjawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 25 September 2022

Yang membuat pernyataan,



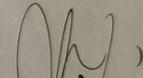
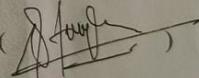
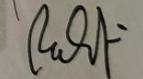
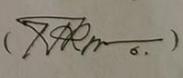
Basri
NIM. 18 0303 0011

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan pada Franchise C'bezt Kota Palopo yang ditulis oleh Basri Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 15 0303 0011, mahasiswa Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 01 Desember 2022 bertepatan dengan 7 Jumadil Awal 1444 Hijriah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Hukum (S.H).

Palopo, 15 Desember 2022

TIM PENGUJI

- | | | |
|--------------------------------|---------------|---|
| 1. Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI. | Ketua Sidang | () |
| 2. Dr. Abdain, S.Ag, M.HI. | Penguji I | () |
| 3. Sabaruddin, S.HI., M.H. | Penguji II | () |
| 4. Dr. Rahmawati, M.Ag | Pembimbing I | () |
| 5. Hardianto, S.H., M.H. | Pembimbing II | () |

Mengetahui:

Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Syariah



Dr. Mustaming, S.Ag, M.HI.
NIP 19680507 199903 1 004

Ketua Program Studi
Hukum Ekonomi Syariah



Muhammad Farwis, S.Ag., M.Ag
NIP 19701231 20091 1 049

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ أَجْمَعِينَ

(امابعد)

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah Swt. yang telah menganugerahkan rahmat dan hidayah serta kekuatan lahir batin, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan penelitian ini dengan judul “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan Pada Franchise C’bezt Kota Palopo” setelah melalui proses waktu yang cukup lama.

Salawat dan salam kepada Nabi Muhammad Saw. kepada para keluarga, sahabat dan pengikutnya. penelitian ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar sarjana hukum dalam bidang Hukum Ekonomi Syariah pada Institut Agama Islam Negari (IAIN) Palopo. Penulisan penelitian ini dapat terselesaikan berkat kedua orang tua tercinta yaitu bapak Basir dan Ibu Hasni yang selalu mendoakan, member dukungan, semangat, motivasi baik berupa materil maupun spiritual kepada saya selama menempuh perkuliahan sampai menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga sangat berterimakasih atas bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan, kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Pirol, M.Ag. selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. H. Muammar Arafat, S.H., M.H selaku Wakil Rektor I, Dr. Ahmad Syarief Iskandar, S.E., M.M selaku Wakil Rektor II, dan Dr. Muhaemin, M.A selaku Wakil Rektor III IAIN Palopo.
2. Dr. Mustaming, S.Ag., M.H selaku Dekan Fakultas Syariah IAIN Palopo beserta Bapak/Ibu Wakil Dekan I, Dr. Abdain, S.Ag., M.HI selaku Wakil Dekan II dan Dr. Rahmawati, M.Ag selaku Wakil Dekan III Fakultas Syariah IAIN Palopo
3. Muh. Darwis, S.Ag., M.Ag selaku Ketua Prodi Hukum Ekonomi Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam proses penyelesaian penelitian.
4. Dr. Rahmawati, M.Ag dan Hardianto, S.H., M.H selaku pembimbing I dan pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam proses penulisan skripsi.
5. Dr. Abdain, S.Ag., M.HI dan Sabaruddin, S.HI., M.H selaku penguji I dan penguji II yang telah memberikan arahan untuk menyelesaikan skripsi.
6. Segenap dosen IAIN Palopo yang telah membekali banyak pengetahuan dalam menempuh studi.
7. H. Madehang, S.Ag., M.Pd. selaku Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam ruang lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu, khususnya dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan penelitian ini.
8. Kepada ibu Bayani selaku Supervisor C'Bezt Kota Palopo memberikan

informasi, data dan dokumen kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

10. Kepada semua teman seperjuangan, mahasiswa program studi Hukum Ekonomi Syariah IAIN Palopo khususnya kelas angkatan 2015, yang telah memberikan banyak bantuan dan semangat serta saran dalam penyusunan skripsi.
11. Kepada teman dan sahabat Dody, Iskandar, Aziz, Yuni dan Vika yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya yang telah membantu, memberikan dukungan satu sama lain baik secara langsung maupun tidak langsung.

Mudah-mudahan bernilai ibadah dan mendapatkan pahala dari Allah swt.Aamiin.

Palopo, 29 September 2022

Penulis

Basri

NIM: 15 0303 0011

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasinya ke dalam huruf Latin dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	Ša'	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ha'	ḥ	Ha dengan titik di bawah
خ	Kha	KH	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	'Ain	'	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (').

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>ḍammah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اِي	<i>fathah dan yā'</i>	ai	a dan i
اُو	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauḷa*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
أَ ... آ ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
إِ	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
أُ	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : *māta*

رَمَى : *rāmā*

قِيلَ : *qīla*

يَمُوتُ : *yamūtu*

4. *Tā' marbūtah*

Transliterasi untuk *tā' marbūtah* ada dua, yaitu *tā' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah [t].sedangkan *tā' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*

الْمَدِينَةُ الْفَادِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*

الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. *Syaddah (Tasydīd)*

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ), dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا	: rabbanā
نَجِّينَا	: najjainā
الْحَقُّ	: al-haqq
نُعِمْ	: nu'ima
عُدُّوْ	: 'aduwwun

Huruf ع ber-*tasydid* terletak di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (عِ) maka, ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi ī.

Contoh:

عَلِيٌّ	: 'Alī (bukan 'Aliyy atau A'ly)
عَرَبِيٌّ	: 'Arabī (bukan A'rabiyy atau 'Arabiy)

6. Kata Sandang

Sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf ل (alif lam ma'rifah). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa. al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

الشَّمْسُ	: al-syamsu (bukan asy-syamsu)
الزَّلْزَلَةُ	: al-zalزالah (bukan az-zalزالah)
الفَلْسَفَةُ	al-falsafah
الْبِلَادُ	al-bilādu

7. *Hamzah*

Transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (’), hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata, dan bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ	: ta’murūna
النَّوْعُ	: al-nau’
شَيْءٌ	: syai’un
أُمِرْتُ	: umirtu

8. *Penulisan Kata Arab yang Lazim Dipakai dalam Bahasa Indonesia*

Kata, kalimat atau istilah Arab yang ditransliterasi ialah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan, dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim dipakai dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur’an (dari *al-Qur’ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba’īn al-Nawāwī

Risālah fi Ri’āyah al-Maslahah

9. *Lafz al-Jalālah*

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

بِاللَّهِ *billāh* تِنُ اللّٰهِ *tīnullāh*

Adapun *tā’marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُم فِي رَحْمَةِ اللّٰهِ : *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, dipakai untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Bila nama diri didahului oleh kata sandang (al-), maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya. Jika terletak pada awal kalimat, maka huruf A dari kata sandang tersebut menggunakan huruf kapital (Al-). Ketentuan yang sama juga berlaku untuk huruf awal dari judul referensi yang didahului oleh kata sandang al-, baik ketika ia ditulis dalam teks maupun dalam catatan rujukan (CK, DP, CDK, dan DR). Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl

Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Inna awwala baitin wudi'a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan

Nasr Hāmid Abū Zayd

Nasīr al-Dīn al-Tūsī

Al-Tūfī

Apabila nama resmi seseorang menggunakan Abū (bapak dari) dan kata Ibnu (anak dari), sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu sebagai nama akhir dalam daftar pustaka. Contoh:

Abū al-Walīd Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad (bukan: Rusyd, Abū al-Walīd Muhammad Ibnu)
Nasr Hāmid Abū Zaīd, ditulis menjadi: Abū Zaīd, Nasr Hāmid (bukan, Zaīd Nasr Hāmid Abū)

B. Daftar Singkatan

Singkatan yang telah dibakukan yaitu:

Swt	= <i>Subhanahu wa ta 'ala</i>
Saw.	= <i>Sallallahu 'alaihi wa sallam</i>
as	= <i>'alaihi al-salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
I	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
w	= Wafat tahun
QS .../...4	= QS al-Baqarah/2:4, atau QS Ali 'Imran/3:4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PRAKATA	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	vii
DAFTAR ISI	xiv
ABSTRAK	
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan Masalah	4
C. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORI	6
A. Kajian Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	6
B. Deskripsi Teori	9
1. Definisi Franchise/Waralaba di Indonesia	9
2. Dasar Hukum Jual Beli dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah	17
3. Penetapan Harga dalam Hukum Ekonomi Syariah	27
C. Kerangka Fikir.....	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Definisi Istilah	36
D. Sumber Bahan Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	40
F. Teknik Analisis Data	41
BAB IV DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA	43
A. Deskripsi Data	43
1. Profil C'Bezt Kota Palopo	43
2. Menu Makanan C'Bezt Kota Palopo	45
3. Sasaran Pembeli C'Bezt Kota Palopo	46

B. Hasil Penelitian	47
1. Mekanisme Penetapan Harga Makanan di Franchise C'Bezt Kota Palopo.....	47
2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terkait Penetapan Harga di Franchise C'bezt Kota Palopo	51
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN.....	61

ABSTRAK

Basri, 2022.“*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan Pada Franchise C’Bezt Kota Palopo*”.Skripsi Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Palopo.Dibimbing oleh Rahmawati dan Hardianto.

Skripsi ini membahas tentang Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan Pada Franchise C’Bezt Kota Palopo. Penelitian ini bertujuan: Untuk mengetahui dan memahami mekanisme penetapan harga makanan di frenchise C’Bezt Kota Palopo; Untuk mengetahui dan memahami pandangan hukum ekonomi syariah terkait penetapan harga di frenchise C’Bezt Kota Palopo. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan empiris.Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu melalui observasi, wawancara dengan dokumentasi, sehingga mendapatkan informasi, data maupun dokumen dari sumber-sumber yang dianggap valid sesuai dengan masalah yang diteliti sehingga dapat menyimpulkan dan menjawab masalah dalam penelitian ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mekanisme penetapan harga makanan di C’Bezt Kota Palopo berasal dari harga yang sudah ditentukan dari perusahaan yang menaungi yaitu PT. Cipta Aneka Selera, yang mana bahan dan modal yang digunakan C’Bezt Kota Palopo berasal dari mitra perusahaan. Berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah atas penetapan harga pada C’Bezt Kota Palopo yang telah diterapkan berdasarkan aturan harga dari mitra perusahaan telah ditinjau sesuai dengan konsep ajaran Islam yang penetapan harganya telah sesuai dengan sasaran ekonomi yang dituju dengan harga yang cukup terjangkau.

Kata Kunci: C’Bezt, Harga, Hukum Ekonomi Syariah

ABSTRACT

Basri, 2022. "Review of Sharia Economic Law on the Mechanism of Setting Food Prices in the C'Bezt Franchise in Palopo City". Thesis for the Sharia Economic Law Study Program, Faculty of Sharia, Palopo State Islamic Institute. Supervised by Rahmawati and Hardianto.

This thesis discusses the Review of Sharia Economic Law on the Food Pricing Mechanism in the C'Bezt Franchise, Palopo City. This study aims: To find out and understand the food pricing mechanism in the C'Bezt franchise, Palopo City; To find out and understand the views of sharia economic law regarding pricing at the C'Bezt franchise, Palopo City. The research method used is a qualitative research method with an empirical approach. The data collection technique used is through observation, interviews with documentation, so as to obtain information, data and documents from sources that are considered valid in accordance with the problems studied so that they can conclude and answer the problems in this study. The results of the study show that the mechanism for determining food prices at C'Bezt, Palopo City, comes from prices that have been determined by the oversight company, namely PT. Cipta Aneka Selera, where the materials and capital used by C'Bezt Palopo City came from company partners. Based on a review of sharia economic law, the pricing at C'Bezt, Palopo City, which has been implemented based on price rules from company partners, has been reviewed in accordance with the concept of Islamic teachings, where the pricing is in accordance with the intended economic goals at quite affordable prices.

Keywords: C'Bezt, Pricing, Sharia Economic Law

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Melajunya zaman yang semakin modern hinggabanyaknya wirausahaterkhusus dalam bidang konsumsi yaitu restoran atau tempat makan, membuat semakin ketatnya persaingan dalam sistem perdagangan sehingga penting memiliki konsep pemasaran yang mendukung. Bisnis dalam ekonomi dunia telah mengalami perkembangan. Salah satu bisnis yang berkembang yaitu dalam bidang perdagangan dan jasa atau disebut dengan waralaba/*franchise*.

Waralaba atau *franchise* merupakan salah satu konsep bisnis yang berkembang pesat di Indonesia. Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia, *franchise* adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan (*franchisee*) untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang ditegaskan pada pasal 1 yaitu:

“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang atau 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”.¹

¹Peraturan Menteri Perdagangan RI No,71 Tahun 2019 Tentang Waralaba.

Menurut data Perhimpunan Waralaba & Lisensi Indonesia (WALI) hingga pada bulan Mei 2022, telah tercatat sekitar 566 bisnis *franchise* yang ada di Indonesia baik outlet milik *franchisor* maupun milik *franchisee*. Dari jumlah 116.960 outlet franchise, lisensi dan kemitraan. Minimarket berada pada urutan pertama dengan jumlah gerai sebanyak 37.622 outlet, jasa kurir sebanyak 16.405 outlet, dan fried chicken sebanyak 6.244 outlet.²

Franchise yang sedang mengalami perkembangan di Kota Palopo adalah C'Bezt.Brand C'Bezt ini berada dalam naungan PT. Cipta Aneka Selera (CAS Group) yang bergerak pada sektor makanan *FriedChicken* yang sangat diminati karena harganya yang terjangkau untuk semua kalangan dan rasanya yang nikmat serta berkualitas.C'Bezt berdiri pada tahun 2011 dan telah memiliki 199 gerai restoran yang tersebar di seluruh Indonesia.Sedangkan di Kota Palopo ada 1 gerai restoran C'Bezt yang terletak di jalan Jendral Sudirman.

Ajaran Islam pernah membahas tentang keterlibatan umat dalam dunia bisnis bukanlah hal yang baru, bahkan dalam Islam bisnis sudah ada selama 14 abad yang lalu. Bahkan umat Islam memiliki suri tauladan yang mana Rasulullah Saw merupakan pedagang atau pebisnis yang jujur, kreatif, adil dan tidak merugikan dua belah pihak dalam hal ini penjual maupun pembeli, serta dapat dijadikan contoh untuk umat Islam dalam menjalankan bisnis.

Suatu bentuk kreatifitas yang harus ditekankan oleh pemilik usaha adalah penetapan harga, yang mana harga produk salah satu penentu laku atau tidaknya dalam perdagangan. Dalam menentukan harga pemilik usaha harus

²Dewi Andriani, Prospek Bisnis Waralaba 2022 Kian Menggiurkan, di akses pada juni 25,2022, <https://entrepreneur.bisnis.com/prospek-bisnis-waralaba-2022-kian-menggiurkan.com>

mempertimbangkan modal, untung dan rugi. dalam hal ini Islam mengajak umatnya untuk menetapkan suatu konsep dsalam penetapan harga. Penetapan harga ini harus sesuai dengan kualitas barang yang didagangkan.

Adapun mekanisme dalam metode penetapan harga yaitu sebagai berikut:

1. Metode penetapan harga yang kompetitif, yang mana hal ini selalu berlaku dalam pasar barang, dimana terdapat banyak produsen atau penjual.
2. Menentukan harga trobosan, cara ini digunakan ketika meluncurkan barang baru yang menentukan harga pada tingkat yang murah dengan harapan dapat memaksimalkan volume penjualan.
3. Menetapkan harga berdasarkan permintaan, cara ini digunakan oleh perusahaan yang bergerak pada jasa.
4. Menjual barang berkualitas dengan harga yang rendah, cara ini dilakukan untuk menarik pelanggan.
5. Kebijakan harga tinggi jangka pendek, cara ini dilakukan ketika belum ada sangian barang baru.
6. Penentuan harga semurah mungkin namun tetap dalam kondisi yang menguntungkan.³

Mekanisme dalam penetapan harga ini merupakan sebuah cara untuk menentukan suatu produk yang akan di perdagangan agar laku terjual dipasaran dengan mempertimbangkan instraksi permintaan, penawaran dan kualitas barang sehingga dapat bersaing dengan pedangan yang lainnya. Mekanisme menurut Abu Yusuf yang mana beliau mengatakan bahwa mekanisme dalam penetapan harga

³Gary Amstrong, *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, (Jakarta 1987) hlm.12.

tidak terlepas dari mekanisme pasar, ia mengatakan peningkatan dan penurunan produk dalam kaitannya dengan perubahan harga, pemahamannya saat itu bahwa bila tersedia sedikit barang maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya jika tersedia banyak produk atau barang maka harganya pun dapat mengalami.⁴

Berdasarkan penjelasan di atas maka penulis ingin melakukan penelitian tentang bagaimana mekanisme penetapan harga makanan di *franchise* C'Bezt dan bagaimana pandangan hukum ekonomi Syariah terkait penetapan harga di *franchise* C'Bezt Kota Palopo. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan wirausaha-wirausaha baru maupun lama menetapkan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan ketentuan syariat Islam, agar tercipta wirausaha yang jujur, amanah, adil dan tidak merugikan satu sama lainnya, melalui penelitian dengan judul: ***“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan pada Franchise C'Bezt Kota Palopo”***

B. Batasan Masalah

Batasan masalah dibuat untuk mendapatkan data yang lebih efisien, maka dengan ini peneliti memberikan batasan-batasan terkait masalah yang akan diteliti, hanya terbatas pada mekanisme penetapan harga produk makanan di C'Bezt Kota Palopo dan pandangan hukum ekonomi syariah terhadap penetapan harga produk tersebut.

⁴Nurul, *Ekonomi Makro Islam*, Kencana (Jakarta 2008) hlm.230.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas maka dengan ini penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana mekanisme penetapan harga makanan di franchise C'Bezt Kota Palopo?
2. Bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terkait penetapan harga di franchise C'Bezt Kota Palopo?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, maka adapun tujuan penelitian yang dilakukan dalam permasalahan yang akan diteliti adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan memahami mekanisme penetapan harga makanan di frenchise C'Bezt Kota Palopo.
2. Untuk mengetahui dan memahami pandangan hukum ekonomi syariah terkait penetapan harga di frenchise C'Bezt Kota Palopo.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini akan memberikan manfaat bagi berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat-manfaat penelitian tersebut adalah:

1. Agar masyarakat mendapatkan ilmu yang bermanfaat dari penelitian ini sehingga dapat menjalankan bisnis atau usahanya dan dapat bersaing dengan pebisnis lainnya.

2. Diharapkan penelitian ini dapat menumbuhkan rasa ketakwaan serta keimanan kepada Allah SWT, dan menjadi landasan bagi umat Islam agar dapat menentukan harga produk jualan yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah.
3. Penelitian Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dalam bidang ilmu hukum ekonomi syariah yang berkaitan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian ini.
4. Diharapkan dapat menjadi bahan bacaan ilmiah dan bahan pustakata bagi yang berniat untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang mekanisme penetapan harga.

BAB II KAJIAN TEORI

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Penelitian terdahulu sangatlah dibutuhkan dalam penelitian. Dengan adanya penelitian terdahulu, dapat melihat kelebihan dan kekurangan antara penulis dengan penulis sebelumnya dalam berbagai teori, konsep yang diungkapkan oleh penulis dalam masalah yang berhubungan dengan penelitian. Penelitian terdahulu juga mempermudah pembaca untuk melihat dan menilai perbedaan teori yang digunakan oleh penulis dengan penulis lainnya dalam masalah yang sama.

Beberapa diantaranya adalah penelitian yang dilakukan oleh :

1. Penelitian yang disusun oleh Indah Lutfiyatul Amalia, Fakultas Syariah, UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Tahun 2021, dengan judul skripsi, *“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Tarif Pada Praktik Jasa Pengiriman Barang Di P.T Qyta Trans Group Purwokerto”*.

Penelitian ini membahas tentang hukum ekonomi syariah terkait tarif pada praktik jasa dan pengiriman barang yang terletak di Purwokerto. Yang mana hasil penelitian indah lutfiyatul amalia menjelaskan bahwa tarif jasa pengiriman barang yang terjadi di Qyta Trans Group tidak bertentangan dengan akad ijarah karena transaksi pada jasa pengiriman barang Qyta Trans sudah memenuhi rukun dan syarat ijarah.⁵

⁵Indah Lutfiyatul Amalia, judul skripsi, *“Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Tarif Pada Praktik Jasa Pengiriman Barang”*, (Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto Fakultas Syariah Tahun 2021).

Perbedaan pada penelitiannya terletak pada objek penelitian yang mana Indah Lutfiyatul Amalia membahas tarif praktif jasa dan pengiriman barang, sedangkan penelitian ini terfokus pada objek penetapan harga pada makanan di franchise C'Bezt. Persamaan dalam penelitian ini terletak pada inti penelitian yang membahas tentang mekanisme penetapan pada objek bisnis.

2. Penelitian yang disusun oleh Wahyu Destiana Issri, Fakultas Syari'ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang Tahun 2020, dengan judul skripsi, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus di Bentuman Steak Ngaliyan, Semarang)*".

Penelitian ini membahas tentang praktik bagi hasil dalam perjanjian waralaba dan pandangan hukum ekonomi syariah terkait bagi hasil tersebut. Yang mana hasil penelitian wahyu destiana issri menjelaskan bahwa bagi hasil terjadi setelah adanya kesepakatan dan tanda tangan kontrak kerjasama antara pihak *franchisor* dan *franchise*. Hukum ekonomi syariah dalam penelitian ini menjelaskan bahwa praktik bagi hasil dalam perjanjian waralaba di Bentuman Steak adalah sah karena tidak bertentangan dengan prinsip *syirkah*.⁶

Perbedaan dalam penelitian ini yaitu pada, Wahyu Destiana Issri yang membahas tentang bagi hasil yang disepakati oleh dua perusahaan atau dua belah pihak dan mempunyai studi kasus yaitu di Semarang, sedangkan penelitian ini tidak membahas bagi hasil melainkan harga produk.

⁶ Wahyu Destina Issri, judul skripsi, "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus di Bentuman Steak Ngaliyan, Semarang)*", (Universitas Islam Negeri Walisongo Fakultas Syari'ah dan Hukum Semarang 2020).

3. Penelitian yang disusun oleh D. Sabni Hartato, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bengkulu Tahun 2021, dengan judul skripsi, “*Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Rahman Depan RS.M. Yunus Bengkulu)*”.

Penelitian ini membahas tentang mekanisme penetapan harga dalam pandangan ekonomi Islam, yang mana hasil penelitian D.Sabni hartato menjelaskan bahwa mekanisme penetapan harga pada rumah makan rahman menggunakan konsep prasmanan yaitu pelanggan dipersilahkan mengambil sesuai porsi dan membayar sesuai dengan porsi lauk yang di ambil.⁷

Perbedaan penelitiannya terletak pada studi kasus, dan persamaan dalam kedua penelitian ini terletak pada rumusan masalah yang mana D.Sabni Hartato membahas fakta penetapan harga jual di lapangan lalu membahas pandangan hukum Islam terkait penetapan harga produk tersebut.

Kesamaan dalam penelitian ini sama-sama meneliti tentang Penetapan harga. Namun yang membedakna dalam penelitian ini adalah studi kasus beserta dengan solusi yang ditawarkan oleh peneliti masing-masing skripsi. Dan diharapkan adanya penelitian ini dapat memberikan pemahaman bagi pembaca dan dapat menanggulangi pelanggaran-pelanggaran balap liar yang masih marak terjadi.

⁷D. Sabni Hartato, judul skripsi, “*Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Rahman Depan RS.M. Yunus Bengkulu)*”, (Institut Agama Islam Negeri Bengkulu Fakultas Ekonomi dan Bisnis Bengkulu 2021).

B. Deskripsi Teori

1. Defenisi *Franchise* atau Waralaba

Waralaba dalam dunia bisnis dikenal dengan istilah “*franchise*”. Waralaba terdiri atas kata “wara” dan “laba”. Wara artinya lebih atau istimewa, sedangkan laba artinya untung. Jadi, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba istimewa terhadap bisnis dalam memasarkan barang dan/atau jasa berdasarkan perjanjian waralaba.

Franchise berasal dari Bahasa Latin yaitu *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian *franchise* dari Bahasa Perancis pada abad pertengahan, diambil dari kata “*franc*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan) yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa. Pengertian *franchise* diinterpretasikan sebagai pembebasan dari pembatasan tertentu atau kemungkinan untuk melaksanakan tindakan tertentu, yang untuk orang lain dilarang.⁸

Bisnis *franchise* adalah bentuk kerja sama usaha antara pemilik merek dagang, produk, atau sistem operasional. Kerja sama ini didelegasikan kepada pihak kedua yang berhak mendapatkan izin untuk pemakaian merek, produk, serta sistem operasional dalam menjalankan usaha. Dalam model bisnis *franchise* atau waralaba terbagi atas dua bentuk yaitu *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* berperan memberikan izin dan hak penjualan terhadap bisnis yang dimiliki, meliputi merk dagang, produk, serta sistem operasional yang telah dibentuk. Sedangkan *franchisee* merupakan seseorang atau sebuah badan yang

⁸Adrian Sutedi, Hukum Waralaba, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 6.

menerima hak penjualan dari bisnis waralaba setelah mendapatkan persetujuan demi meningkatkan keuntungan pada bisnis yang dilakukan.⁹

Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, *franchise* adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan (*franchisee*) untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Franchise atau waralaba saat ini diatur Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang ditegaskan pada pasal 1 yaitu:

“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang atau 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.”

Peraturan ini juga menjelaskan tentang pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki kepada penerima waralaba. Dan penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

⁹Cimb niaga, bisnis franchise: kenali pengertian dan keuntungannya, diakses pada oktober 26 2022, <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/bisnis-franchise-kenali-pengertian-dan-keuntungannya/>

Menurut data Perhimpunan Waralaba & Lisensi Indonesia (WALI) hingga pada bulan Mei 2022, telah tercatat sekitar 566 bisnis *franchise* yang ada di Indonesia baik outlet milik *franchisor* maupun milik *franchisee*. Dari jumlah 116.960 outlet franchise, lisensi dan kemitraan. Minimarket berada pada urutan pertama dengan jumlah gerai sebanyak 37.622 outlet, jasa kurir sebanyak 16.405 outlet, dan fried chicken sebanyak 6.244 outlet.¹⁰

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.¹¹

Franchise atau waralaba memiliki kriteria yang harus terpenuhi sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.

¹⁰Dewi Andriani, Prospek Bisnis Waralaba 2022 Kian Menggiurkan, di akses pada juni 25,2022, <https://entrepreneur.bisnis.com/prospek-bisnis-waralaba-2022-kian-menggiurkan.com>

¹¹ Lathifah Hanim, Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia, Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI, Agustus 2011, hlm. 572.

Franchise atau waralaba juga memiliki karakteristik sebagai berikut:

- a. Memiliki kontrak tertulis (perjanjian waralaba) antara *franchisor* dan *franchisee*.
- b. *Franchisor* memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang digelutinya.
- c. *Franchisee* diperbolehkan menggunakan nama/merek dagang, format dan/atau prosedur, serta segala nama baik yang dimiliki *franchisor*.
- d. *Franchisee* harus mengadakan investasi yang berasal dari sumber dananya sendiri atau dengan dukungan sumber dana lain (misalnya kredit perbankan).
- e. *Franchisee* berhak secara penuh mengelola bisnisnya sendiri.
- f. *Franchisee* membayar fee dan atau royalti kepada *franchisor* atas hak yang didapatnya dan atas bantuan yang terus menerus diberikan oleh *franchisor*.
- g. *Franchisee* berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu dimana ia adalah satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya.
- h. Transaksi yang terjadi antara *franchisor* dengan *franchisee* bukan merupakan transaksi yang terjadi antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.¹²

¹² Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 58- 59.

Franchise atau waralaba mempunyai jenis-jenis atau kategori menurut *International Franchise Association (IFA)* yaitu:¹³

a. *Produk distribution franchise*

Franchise jenis ini adalah produsen (pemilik merek) memiliki kontrol penuh terhadap perusahaan yang mendistribusikan produknya. Elemen yang diwaralabakan adalah merek dan hak cipta. *Franchisee* (penerima waralaba) bisa menjual produk keluaran produsen dan memasak label pada gerainya

b. *Business format franchise/ business opportunity ventures*

Sebuah perusahaan mewajibkan *franchisee* untuk menjual produk-produk usahanya dan mencari pelanggan. Sebagai feedbacknya, *franchisor* memberikan kompensasi terhadap *franchisee* terhadap kinerjanya.

c. *Management franchise*

Sistem *management franchise* dipakai oleh penyelenggara jasa. Dalam *franchise* jenis ini, manajemen perusahaan dipakai sebagai elemen yang diwaralabakan.

d. *Retail franchise*

Franchisee memiliki keterikatan kerja sama yang disebut dengan *retail franchise*, yang mengandalkan pelanggan yang datang untuk membeli produk atau jasa yang bermerek. Oleh karena itu, *retail franchise* bergantung pada lokasi yang strategis dan banyaknya pelanggan sehingga tempatnya tampak seperti gerai, kafe atau toko biasa.

¹³N.S. Subawa & N.W. Widhiasthini, "Waralaba 4.0: Isu, Trend dan Evolusi Bisnis Waralaba Di Era Digital, Edisi ke 3 (Bali: Nilacakra Publishing House, 2020), hlm. 48-51

e. *Manufacturing franchise*

Manufacturing franchise memiliki ciri khas yang dalam hal ini, produsen (pemilik merek) yang memiliki waralaba tidak akan pernah memberitahu tentang resep rahasia mereka. Sebagai *franchisee*, anda akan diberikan pengetahuan tentang cara memasak dan sebuah bumbu rahasia yang langsung dipakai. Apabila kontrak waralaba telah berakhir, produsen bisa menjamin bahwa *franchisee* tidak pernah tau resep rahasia mereka dan tidak akan mengkloning bidang usaha mereka.

Syarat waralaba/ franchise menurut PP No. 42 Tahun 2007¹⁴

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti telah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan kemudian ditulis dalam surat tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan;
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah, *franchisor* memiliki kewajiban, sebagai berikut:

- a. *Franchisor* harus memberikan prospectus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran.

¹⁴Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007

b. Prospectus penawaran waralaba sebagai mana dimaksud dalam ayat (1)

memuat:

- 1) Data identitas pemberi waralaba;
- 2) Legalitas usaha *franchisor*;
- 3) Sejarah kegiatan usaha;
- 4) Struktur organisasi *franchisor*
- 5) Laporan keuangan 2 tahun terakhir;
- 6) Jumlah tempat usaha;
- 7) Daftar *franchisee*/ penerima waralaba;
- 8) Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba

Waralaba atau *franchise* sering dicampuradukkan dengan istilah lisensi, namun keduanya memiliki perbedaan dalam beberapa faktor yang terjabarkan dalam tabel, yaitu:

Tabel 2.1 Perbedaan waralaba dan lisensi

Faktor	Waralaba/ <i>franchise</i>	Lisensi
Berdasarkan aspek merek	Menggunakan merek milik <i>franchisor</i>	Menggunakan merek milik licencor
Berdasarkan focus	Berfokus pada sistem bisnis	Berfokus pada hak kekayaan intelektual (HKI)
<i>Marketing communication</i>	Terpusat, <i>full advertising fund</i> , dan <i>national level spending</i> yang berasal dari <i>franchisor</i>	Tidak berhak mengambil <i>full advertising</i>

Dokumen HKI	<i>Franchise/</i> Waralaba di Lisensi harus dalam Indonesia boleh berbentuk bentuk sertifikat merek surat permohonan pendaftaran merek
Berdasarkan regulasi	Di PP dan Permendag harus UU No. 15 mengenai ada pendaftaran STPW (surat merek dan lisensinya tanda pendaftaran waralaba) harus ada pencatatan perjanjian lisensi
Sanksi	Ada peringatan tertulis 3 kali Di lisensi merek tidak dengan denda paling banyak terlalu ketat. 100 juta

Sumber: Asosiasi Franchise Indonesia¹⁵

Franchise dapat dikatakan sebagai lisensi kontraktual yang diberikan *franchisor* kepada *franchisee* apabila dalam perjanjiannya terdapat:¹⁶

- a) Mengizinkan atau mengharuskan *franchisee* selama jangka waktu *franchise* untuk melaksanakan bisnis dengan menggunakan nama khusus yang dimiliki atau berhubungan dengan pihak franchisor.
- b) Memberikan hak kepada dalam melaksanakan pengawasan berlanjut selama jangka waktu aktivitas bisnis franchisee.
- c) Mewajibkan pihak franchisor dalam menyediakan bantuan kepada franchisee untuk menjalankan bisnis tersebut. Seperti memberikan pelatihan, pendidikan, perdagangan, manajemen dan lain-lain.

¹⁵Moh. Erfan Arif, "Bisnis Waralaba", (Malang, UB Press, 2021), h.28

¹⁶Moh. Erfan Arif, "Bisnis Waralaba", (Malang, UB Press, 2021), h.31

- d) Mewajibkan pihak franchisee membayar secara berkala kepada franchisor sejumlah uang sebagai imbalan penyediaan barang dan jasa
- e) menyediakan bantuan

2. Dasar Hukum Jual Beli dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

a. Pengertian Jual beli

Jual beli berasal dari dua suku kata yaitu “jual” dan “beli”. Kata “jual” berarti “penjual” dan “beli” berarti “pembeli”.¹⁷ Jual beli menurut bahasa (etimologi) adalah saling menukar (pertukaran). Jual beli menurut istilah (terminology), yaitu memberikan suatu barang kepada seseorang dengan menerima dari padanya harta (harga), atas dasar keridhaan kedua belah pihak (penjual dan pembeli).¹⁸

Menurut Mazhab Hanafi, jual beli menurut istilah terbagi atas dua yaitu:¹⁹

1) Makna khusus

Jual beli dalam arti khusus adalah tukar menukar komoditas/ barang dengan uang sesuai cara dan aturan yang berlaku. Ketika menyebutkan kata jual beli, maka secara spontanitas terlintas makna jual beli secara khusus. Makna jual beli ini dalam istilah ini dalam kehidupan sehari-hari menggunakan istilah transaksi.

2) Makna umum

Jual beli dalam arti umum adalah tukar menukar harta dengan harta lain dengan cara dan aturan khusus yang berlaku. Harta yang dimaksud adalah

¹⁷Chairuman Pasaribu dan Suhwardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 1994), hlm. 33.

¹⁸T.M. Hasbi Ash-Shiddieqy, *Hukum-Hukum Fiqh Islam* (Jakarta: Bulan Bintang, 1991)

¹⁹Holilur Rohman, “Hukum jual beli online”, (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020) hlm. 1

sesuatu yang disukai oleh manusia secara fitrah dan bisa diambil manfaatnya ketika dibutuhkan. Itu artinya jual beli yang dimaksud adalah dengan adanya tukar menukar barang dengan barang, uang dengan uang, atau barang dengan uang.

Menurut Ahmat Sarawat, jual beli adalah menukar barang dengan barang atau menukar barang dengan uang, dengan jalan melepaskan hak kepemilikan dari yang satu kepada yang lain atas dasar saling merelakan.²⁰ Sedangkan, menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama' Indonesia (DSN-MUI), akad jual beli adalah akad antara penjual dan pembeli yang mengakibatkan berpindahnya kepemilikan objek yang dipertukarkan (barang dan harga).²¹

Jual beli adalah transaksi antara satu orang dengan orang yang lain yang berupa tukar-menukar suatu barang dengan barang yang lain berdasarkan tata cara atau akad tertentu. Pada kenyataannya dalam kehidupan sehari-hari, pengertian dari jual beli adalah penukaran barang dengan uang. Sedangkan penukaran barang dengan barang tidak lazim disebut jual beli, melainkan disebut barter.²²

Tukar menukar harta diartikan harta memiliki manfaat dan ada kecenderungan manusia menggunakannya. Cara tertentu yang dimaksud adalah *sighot* atau ungkapan ijab qabul. Harta yang diperjualbelikan harus memiliki manfaat bagi manusia yang mempunyai nilai ekonomi dan dapat dimanfaatkan

²⁰ Ahmat Sarawat, "Fiqh Jual Beli", (Jakarta selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), h.5-6

²¹ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama' Indonesia No: 110/DSN-MUI/IX/2017 tentang jual beli, h.3

²² Islami Wiki, Pengertian Jual Beli, Hukum, Syarat Dan Rukunnya Yang Sah dikutip dari <https://islamiwiki.blogspot.com>. Diakses Oktober 26, 2022.

oleh manusia secara wajar baik bersifat materi maupun bersifat manfaat non materi.²³

Syarat-syarat jual beli sebagai berikut:²⁴

- 1) Sahnya jual beli terhindar dari cacat baik jenis, kualitas dan kuantitasnya, harga yang tidak jelas, mengandung unsur paksaan, unsur penipuan dan syarat-syarat yang mengakibatkan jual beli rusak.
- 2) Pelaksanaan jual beli dapat dilaksanakan apabila berakad tersebut mempunyai kekuasaan untuk melaksanakan jual beli.
- 3) Hukum akad jual beli yang menyatakan bahwa hukum jual beli bersifat mengikat apabila jual beli tersebut terbebas dari segala macam *khiyar* (hak pilih untuk meneruskan atau membatalkan jual beli).

Tempat dan syarat pelaksanaan jual beli menurut Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, antara lain:²⁵

- a) Tempat jual beli adalah tempat pertemuan pihak-pihak dalam melaksanakan akad jual beli.
- b) Penjual dan pembeli mempunyai hak *khiyar*/ pilih selama berada di tempat jual beli.
- c) Ijab menjadi batal jika salah satu pihak menunjukkan ketidaksungguhan dalam ijab kabul, baik dalam perkataan mau[un dalam perbuatan, sehingga tidak ada alasan untuk melanjutkan jual beli yang terjadi.

²³ Harun, "Fiqh Muamalah", (Surakarta, Muhammadiyah University Press, 2017), h.66

²⁴ M. Ali Hasan, Berbagai Macam Transaksi Dalam Islam, h.125-127

²⁵ Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah Dan Muamalah, (Jakarta Timur, Prenamedia Grpup, 2019), h.70

d) Ijab dianggap batal apabila penjual menarik kembali pernyataan sebelum pembeli mengucapkan perkataan kabul.

e) Perubahan ijab sebelum Kabul membatalkan ijab yang pertama.

Rukun-rukun jual beli menurut kesepakatan ulama, yaitu:²⁶

1) Adanya penjual dan pembeli yang memenuhi syarat yaitu memiliki kecakapan bertindak secara hukum sempurna (*berakal*, *baliqh*, dan *rusyd*);

2) Adanya akad dan transaksi;

3) Adanya barang dan/atau jasa yang diperjualbelikan.

4) Adanya harga, yang syarat-syaratnya diperlukan, yaitu

a) Nominalnya harus jelas;

b) Harga boleh diserahkan ketika akad, baik secara tunai maupun cek atau kartu kredit.

c) Jika jual beli dilakukan secara barter, maka barang yang ditukarkan haruslah memiliki nominal yang sama atau barang yang sejenis, kuantitas dan kualitas haruslah sama, tetapi jika barangnya tidak sejenis, maka nilai harga, kuantitas dan kualitas boleh berbeda tetapi penyerahannya ketika berlangsung haruslah tunai.

Objek jual beli dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, yaitu:²⁷

1) Barang yang diperjualbelikan harus sudah ada.

2) Barang yang diperjualbelikan harus dapat diserahkan.

3) Barang yang diperjualbelikan harus berupa barang yang memiliki nilai/harga tertentu.

²⁶Ahmad Sarwat, "Fiqh Jual Beli", (Jakarta selatan: Rumah Fiqih Publishing, 2018), hlm.10

²⁷Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah Dan Muamalah, (Jakarta Timur, Prenamedia Grpup, 2019), h.71

- 4) Barang yang diperjualbelikan harus halal.
- 5) Barang yang diperjualbelikan harus diketahui oleh pembeli.
- 6) Kekhususan barang yang diperjualbelikan harus diketahui.
- 7) Penunjukan dianggap memenuhi syarat kekhususan barang yang diperjualbelikan jika barang tersebut berada di tempat jual beli.
- 8) Sifat barang yang dapat diketahui secara langsung oleh pembeli tidak memerlukan penjelasan lebih lanjut.
- 9) Barang yang dijual harus ditentukan secara pasti pada waktu akad.

b. Dasar hukum jual beli dalam tinjauan hukum ekonomi syariah

Jual beli merupakan transaksi yang telah disya'riatkan dalam islam yang berarti memiliki hukum taklifi atau hukumnya boleh. Aktivitas jual beli telah dibolehkan dengan dibuktikan adanya dalil-dalil Al-Qur'an dan hadist yang menjelaskan kehalalan transaksi jual beli.

Dasar hukum dalam Al-Qur'an terdapat pada surah Al-Baqarah ayat 275:

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ
 الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ
 الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَىٰ
 اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Terjemahannya : Orang-orang yang memakan riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan karena gila. Yang demikian itu karena mereka berkata bahwa jual beli sama dengan riba. Padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Barangsiapa

mendapat peringatan dari Tuhannya, lalu dia berhenti, maka apa yang telah diperolehnya dahulu menjadi miliknya dan urusannya (terserah) kepada Allah. Barangsiapa mengulangi, maka mereka itu penghuni neraka, mereka kekal di dalamnya.²⁸

Ayat di atas menjelaskan bahwa dibolehkan berniaga asalkan membawa keuntungan salah satu pihak dan tidak merugikan salah satu pihak dan tidak melanggar aturan-aturan yang telah ditetapkan. Ayat di atas memberikan gambaran tentang hukum kehalalan jual beli dan keharaman riba. Allah SWT tegas menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Meskipun keduanya (jual beli maupun riba) sama-sama mencari keuntungan ekonomi, namun terdapat perbedaan yang mendasar dan signifikan terutama dari sudut pandang cara memperoleh keuntungan disamping tanggung jawab resiko kerugian yang kemungkinan timbul dari usaha ekonomi itu sendiri.²⁹

Hukum jual beli dapat berubah dari hukum mubah menjadi wajib, sunnah, makruh dan haram tergantung pada kondisi. Hukum jual beli menjadi wajib apabila seseorang dalam keadaan lapar dan rasa haus yang begitu kuat, jika dia tidak minum atau makan maka ancaman kehilangan nyawa bisa menjadi nyata, sedangkan tidak ada cara yang lain untuk mendapatkan makan dan minum kecuali dengan cara membeli. Maka dengan ini jual beli menjadi wajib.

Hukum jual beli menjadi sunnah jika kondisinya mengantarkan pada kesunnahan. Semisal ada seorang penjual yang telah keliling menjajakan jualannya, namun hasil yang didapatkan sedikit sedangkan kebutuhan keluarganya begitu banyak. Maka disunnahkan untuk membeli dengan niat melariskan

²⁸Kementrian agama RI, Al-Qur'an dan terjemahannya, (Bandung: Syaamil Qur'an), 2017

²⁹ Muhammad Amin Suma, Tafsir Ayat Ekonomi (Jakarta: Paranogatama Jaya, 2013), h. 173-174.

dagangannya penjual walaupun dia tidak terlalu membutuhkan barang yang dibelinya.

Hukum jual beli dapat menjadi makruh apabila objek barang yang ingin dibeli berupa komoditas yang dimakruhkan. Dan hukum jual beli menjadi haram jika objek barang yang mau dibeli berupa komoditas yang haram dijual, contohnya jual beli narkoba atau yang berkaitan dengan jual beli ini yang menjadi haram disebabkan karena adanya kerusakan pada akad atau pada saat di luar akad.³⁰

Jenis-jenis jual beli dalam Islam yang populer, antara lain:

1) Jual beli *murabahah*

Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) No. 04/DSN-MUI/IV/2000 dan No. 11/ DSN-MUI/IX/2017 tentang jual beli *murabahah* yaitu menjual suatu barang dengan menegaskan harganya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. Jual beli *murabahah* merupakan akad jual beli atas barang tertentu, di mana penjual menyebutkan harga jual yang terdiri atas harga pokok barang dan tingkat keuntungan barang yang disetujui oleh pembeli.³¹

2) Jual beli Salam

Jual beli yang merupakan transaksi jual beli pesanan yang pembayarannya dilaksanakan ketika akad berlangsung dengan penyerahan barang yang dilakukan di akhir sesuai dengan perjanjian yang di sepakati oleh penjual dan

³⁰Holilur Rohman, "Hukum jual beli online", (Pamekasan: Duta Media Publishing, 2020) h.4-5.

³¹Lukman hakim, Prinsip-prinsip Ekonomi Islam, (Yogyakarta, erlangga, 2012), h. 117

pembeli.³²Jual beli ini dibolehkan dalam Islam berdasarkan dalil Al-Qur'an dan Hadist dan Ijma (kesepakatan ulama). Dalam KHES, jual beli salam adalah jasa pembiayaan yang berkaitan dengan jual beli yang pembayarannya dilakukan bersamaan dengan pemesanan datang.

3) Jual beli *Istishna*

Yaitu kontrak jual beli melalui pemesanan pembuatan barang, harga atas barang tersebut dibayar namun dapat diangsur sesuai dengan syarat-syarat yang disepakati bersama.³³Yang termaktub dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI No. 06/DSN-MUI/IV/2000.Dalam KHES, *istishna*' disebutkan sebagai jual beli barang atau jasa dalam bentuk pemesanan dengan kriteria dan persyaratan tertentu sesuai yang disepakati antara pihak pemesan dan pihak pembeli.

4) Jual beli utang

Terjadi atas suatu aset keuangan antara pertukaran uang dan surat berharga. Ulama membolehkan jual beli utang apabila dilakukan secara langsung dengan harga yang sama. Apabila dilakukan secara tidak tunai maka dianggap sebagai jual beli yang dilarang Nabi.³⁴

5) Jual beli *al-Inah*

Keadaan seseorang yang membutuhkan uang tunai datang kepada orang lain untuk meminta pinjaman, untuk menghindari riba maka dilakukan transaksi ini.

³²M. Ali Hasan, berbagai macam transaksi dalam islam, (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), h. 110

³³Abdullah bin Muhammad Tayyar, dkk, *Eksiklopedia Fiqh Muamalah*, h.146

³⁴Fathurrahman Djamil, Penerapan Hukum Perjanjian dalam Transaksi Lembaga Keuangan Syariah, h.88-91

6) Jual beli al-Wafa

Jual beli ini adalah jual beli khusus yang memang dipersilahkan oleh ulama dari aspek hukumnya. Jual beli ini dilarang karena harta yang menjadi jaminan bebas dimanfaatkan oleh penerima jaminan

7) Jual beli Tawarruq

Jual beli ini seperti seseorang membeli barang dagangan secara tidak kontan, namun menjualnya kembali dengan harga kontan kepada orang lain dengan harga yang lebih murah daripada ketika ia membeli agar mendapatkan uang tunai.

Islam memiliki jenis-jenis jual beli ada yang diharamkan dan ada yang diharamkan, yaitu:

1) Jual beli secara tunai

Pembayaran ini dilakukan secara tunai dan barangnya pun diberikan secara tunai. Jual beli ini terjadi pada pasar atau berbelanja langsung ke warung tanpa berhutang.

2) Jual beli non tunai.

Pembayaran ini dilakukan secara non tunai, namun pembayarannya ditangguhkan atau dicicil.

3) Jual beli salam/ istisna.

Jual beli ini dilakukan dengan pembayaran tunai dan barangnya belakangan.

4) Jual beli berhutang

Jual beli ini dilakukan dengan cara pembayaran tidak tunai dan barangnya pun ditangguhkan. Jual beli ini tidak memiliki kejelasan antara pembayaran dan penerimaan barang. Jual beli ini haram dilakukan.³⁵

Jual beli dalam pandangan hadits Nabi merupakan pekerjaan yang mulia. Bahwa praktek kewirausahaan dengan cara jual beli atau melakukan pekerjaan kreatif adalah pekerjaan yang sangat mulia, Rasulullah bersabda:

عَنْ جُمَيْعِ بْنِ عُمَيْرٍ ، عَنْ خَالِهِ ، قَالَ : سُئِلَ النَّبِيُّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عَنْ أَفْضَلِ
الْكَسْبِ ؟ فَقَالَ : بَيْعٌ مَبْرُورٌ ، وَعَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ . (رواه أحمد)³⁶

Artinya: “Dari Jumai’ bin ‘Umar dari pamannya, Nabi Muhammad shallallahu ‘alaihi wasallam pernah ditanya tentang pekerjaan yang paling utama? Nabi menjawab: jual beli yang mabrur dan pekerjaan hasil tangannya sendiri.” (HR Ahmad)

Mabrur yang dimaksud pada hadits di atas adalah jual beli yang sesuai dengan hukum syara dalam keshahihan jual belinya. Baik dalam etika jual beli, seperti berbohong, menipu, membohoh-bohohi, atau bersumpah palsu.³⁶

³⁵Isnawati, “Jual Beli Online Sesuai Syariah”, (Jakarta: Rumah Fiqih Publishing, 2018), h. 8-9

³⁶Nuruddin Al-‘Itr, 2000, *I‘lam Al-Anam Syarh Bulugh Al-Maram*, Damascus, Dar Al-Farfur, Juz 2, hlm 585

3. Penetapan Harga dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah

Harga adalah sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Harga harus sesuai dengan nilai produk yang ditawarkan, kalau tidak pembeli akan membeli produk pesaing.³⁷ Dalam berbagai usaha penentuan harga barang dan jasa merupakan suatu kunci strategi akibat dari berbagai hal seperti deregulasi (aturan atau sistem yang mengatur), persaingan yang semakin ketat, rendah dan tingginya pertumbuhan ekonomi dan peluang usaha bagi yang menepati pasar. Harga sangat mempengaruhi posisi dan kinerja keuangan dan juga mempengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek.

Menurut Stanton, indikator yang mencirikan harga yaitu :³⁸

- a) Keterjangkauan harga
- b) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- c) Daya saing harga
- d) Kesesuaian harga dengan manfaat

Penetapan harga pada suatu produk menjadi tolak ukur bagi konsumen atas produk yang ditawarkan untuk memnuhi kebutuhan dan keinginan apabila barang yang diinginkan konsumen adalah barang berkualitas atau bermutu baik maka harganya tentu akan mahal, sebaliknya jika yang diinginkan konsumen dengan kualitas biasa-biasa saja maka harganya tidak akan terlalu mahal.

Menurut Buchari Alma bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan *utility* merupakan konsep yang paling berhubungan dengan penetapan

³⁷Philip Kotler, Marketing, alih bahasa oleh Herujati Purwoto, Jilid ke-1, (Jakarta: Erlangga, 1999), h. 41.

³⁸William J. Stanton, Prinsip Pemasaran, alih bahasa oleh Yohanes Lamarto, Ed ke-7, Jilid ke-1, (Jakarta: Erlangga, 1984), h.308

harga yang kemudian akan memuaskan konsumen dalam mendapatkan produk barang dan/atau jasa. Yang dimaksud dengan *utility* dan *value* sebagai berikut.³⁹

a) *Utility* adalah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan, dan memuaskan konsumen.

b) *Value* adalah nilai suatu produk untuk ditukar dengan produk lain, nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu ditukar dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran barang dengan barang. Sekarang ini kegiatan perekonomian tidak melakukan barter lagi tetapi telah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga (*price*) adalah nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang.

Secara garis besar terdapat lima jenis pokok utilitas, yakni:⁴⁰

a) Utilitas bentuk (*Form Utility*), hubungan dengan proses produksi/konversi yaitu perubahan fisik atau kimiawi yang membuat suatu produk menjadi lebih bernilai. Meskipun demikian, pemasaran berpengaruh pula terhadap penciptaan utilitas bentuk, misalnya riset pemasaran mengenai ukuran, bentuk, warna dan fitur produk yang akan dihasilkan. Salah satu contoh utilitas bentuk adalah ayam yang dikreasikan menjadi olahan berbagai jenis makanan fried chicken.

b) Utilitas tempat (*Place Utility*) terbentuk jika produk tersedia di lokasi-lokasi tempat konsumen ingin membelinya. Contohnya, C'Bezt akan memiliki utilitas tempat apabila didirikan pada lokasi tersebut.

³⁹Buchari Alma, Manajemen dan Pemasaran Jasa, (Bandung : Alfabeta 2005), h. 169

⁴⁰Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Andriana, Pemasaran Strategik, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2008), h. 465-466

c) Utilitas waktu (*Time Utility*), tercipta apabila suatu produk tersedia saat dibutuhkan oleh para pelanggan potensial. Sebagai contoh, pembukaan outlet C'Bezt dilakukan setiap hari.

Mekanisme penetapan harga menurut hukum ekonomi syariah memiliki beberapa metode, antara lain:

a) *Mark-up Pricing*.

Metode mark-up pricing adalah penentuan tingkat harga dengan me-mark-up biaya produksi (*product's cost*) komoditas yang bersangkutan. Pada metode ini, sebuah perusahaan akan menjual produknya pada tingkat harga biaya produksi ditambah *mark-up* atau margin yang diinginkan.

b) *Target-Return Pricing*.

Target-Return pricing merupakan penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan return atas besarnya modal yang diinvestasikan, dalam bahasan keuangan dikenal dengan istilah *Return on Investment (ROI)*. Dalam hal ini, perusahaan akan menentukan berapa return yang diharapkan atas modal yang diinvestasikan.

c) *Perceived-Value Pricing*.

Dalam metode *perceived-value pricing* penentuan harga dengan tidak menggunakan variabel harga sebagai dasar harga jual. Harga jual didasarkan pada harga produk pesaing dimana perusahaan melakukan penambahan atau perbaikan unit untuk meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat menentukan harga dengan mempertimbangkan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu komoditi yang dikonsumsi.

d) *Value Pricing.*

Merupakan kebijakan harga yang kompetitif atas barang berkualitas tinggi. Hal ini sudah menjadi pemahaman bahwa barang yang baik, harganya mahal. Namun perusahaan yang sukses adalah perusahaan yang mampu menghasilkan barang yang berkualitas dengan biaya yang efisien sehingga perusahaan tersebut dapat dengan leluasa menentukan tingkat harga di bawah harga kompetitor

Penetapan harga jual, sebaiknya dapat dilakukan dengan cara Rasulullah ketika berdagang. Cara ini dapat dipakai sebagai salah satu metode dalam menentukan harga penjualan adalah menjelaskan harga belinya, berapa biaya yang telah dikeluarkan untuk setiap komoditas dan berapa keuntungan wajar yang diinginkan. Pada perdagangan terutama dalam hukum ekonomi syariah mempunyai prinsip dalam setiap transaksinya, yaitu haruslah dilandasi dengan rasa keadilan di dalam menjalankan setiap transaksinya

Prinsip-prinsip yang melandasi fungsi pasar dalam masyarakat muslim:⁴¹

a) Dalam konsep perdagangan ekonomi syariah, penentuan harga dilakukan oleh kekuatan pasar yaitu kekuatan permintaan dan penawaran. Kesepakatan terjadinya permintaan dan penawaran haruslah terjadi secara suka rela.

b) Mekanisme pasar dalam konsep ekonomi syariah melarang adanya sistem kerja sama yang tidak jujur. Prinsip monopoli dan oligopoli tidak dilarang dalam Islam selama pelaku tidak mengambil keuntungan di atas keuntungan yang wajar.

⁴¹Fordebi Adesy, *Ekonomi dan Bisnis Islam: Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Ed. 1, Cet. 1, (Jakarta: Rajawali Pers, 2016), h. 134-137

Syariah Islam menghalalkan jual beli dengan menyematkan hukum *mubah* sebagai dasar hukum jual beli. Adapun macam-macam jual beli yang ditentukan berdasarkan penetapan harga antara lain:⁴²

- a) *Bai' al musawamah* jual beli biasa, penjual tidak memberitahukan harga pokok dan keuntungan yang didapatkan. Jual beli ini memberi peluang bagi calon pembeli untuk menawar barang dagangan dan penjual tidak memberikan informasi harga beli. Jenis jual beli ini boleh dilakukan sepanjang memenuhi syarat-syarat jual beli dan tidak termasuk jual beli yang dilarang.
- b) Jual beli *amanah*, jual beli ini memberitahukan harga beli barang dagangannya dan mungkin tidaknya penjual memperoleh laba. Hukum ini bersifat mubah. Jual beli ini terbagi atas tiga jenisnya, yaitu:
 - (1) *Murabahah*, yaitu jual beli dengan modal dan keuntungan yang diketahui;
 - (2) *Wadi'ah*, yaitu menjual barang dengan harga di bawah modal dan jumlah kerugian yang diketahui. Penjual dengan alasan tertentu siap menerima kerugian dari barang yang dijual;
 - (3) Jual beli *tauliyah*, yaitu jual beli dengan menjual barang yang sesuai dengan harga beli penjualan. Penjual rela tidak mendapatkan keuntungan dari transaksi.
- c) Jual beli dengan mematok atau menempel banderol harga pada barang dagangan. Jual beli ini sah karena harganya dapat diketahui oleh pembeli dan penjual pada saat proses jual beli barang berlangsung.

⁴²Hendi suhendi, Fiqh Muamalah, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2002), h.75-89

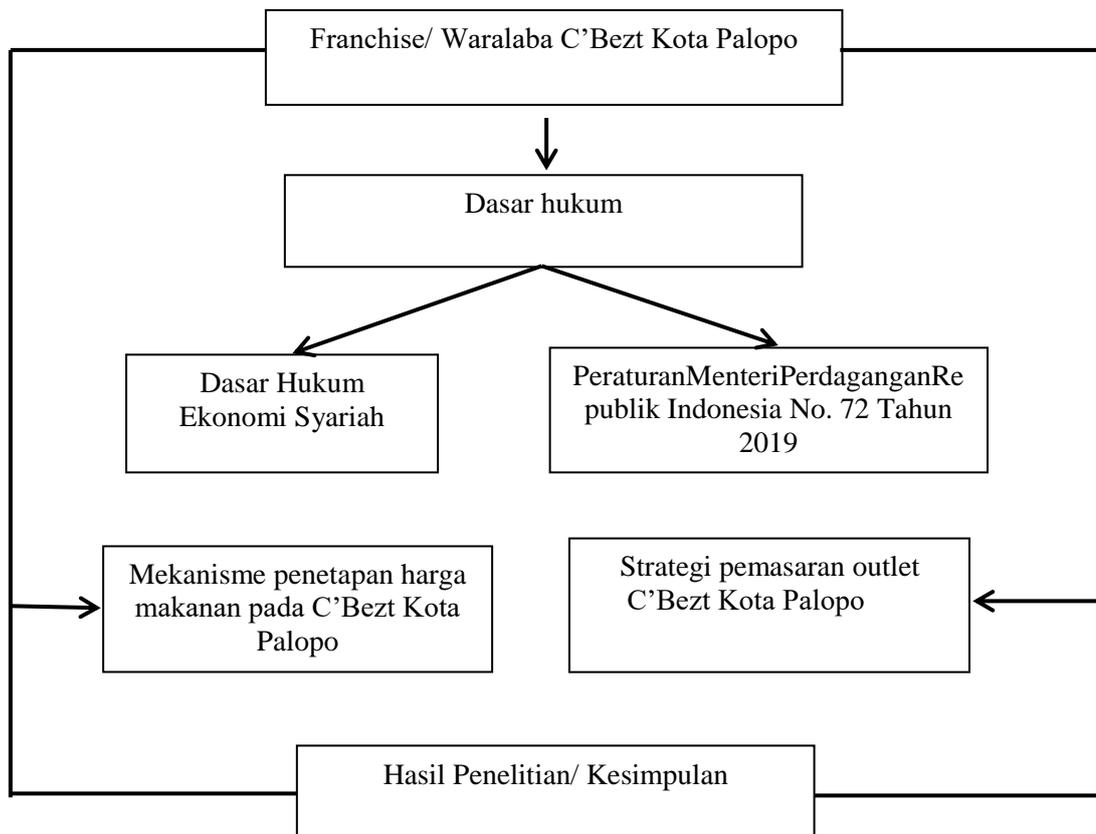
- d) Jual beli *muzayadah* (lelang), yaitu jual beli dengan cara menawarkan barang dagangan, lalu pembeli saling menawarkan dengan menambah jumlah pembayaran dari pembelian sebelumnya, lalu dipenjual akan menjual dengan harga tertinggi dari barang tersebut. Hukum asal transaksi ini mubah. Pembeli yang menawarkan tertinggi adalah yang dipilih oleh penjual, dan transaksi
- e) Jual beli *munaqadlah*, yakni pembeli menawarkan untuk membeli barang dengan kriteria tertentu lalu para penjual berlomba menawarkan dagangannya.
- f) Lalu, pembeli akan membeli dengan harga termurah dari barang yang ditawarkan.
- g) Jual beli *muhathah*, jual beli yang menawarka diskon kepafa pembeli. Seperti supermarket/minimarket untuk menarik pembeli.
- h) Jual beli *al-taurid* atau *munaqashah* (secara tender), orang yang hendak membeli mengumumkan keinginannya untuk membeli barang dagangan atau melaksanakan suatu proyek agar para penjual atau kontraktor saling berkompetisi untuk mengajukan penawaran dengan patokan harga yang paling murah.
- i) Jual beli dengan kredit, jual beli yang pembayarannya secara berkala dengan beberapa bagian pembayaran. Hukum jual beli kredit mubah dengan menetapkan harga suatu barang secara total terlebih dahulu tanpa mengaitkan dengan bunga.⁴³

⁴³Hendi suhendi, Fiqh Muamalah, (Depok: Raja Grafindo Persada, 2002), h.75-89

C. Kerangka Pikir

Berdasarkan uraian teoritis di atas, maka peneliti memberikan kerangka pikir sebagai berikut.

Gambar 2.1: Kerangka Pikir Penelitian



Kerangka pikir diatas menggambarkan bahwa franchise atau waralaba C'Bezt Kota Palopo merupakan bisnis usaha yang mana dasar hukum yang mengatur hal tersebut terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 72 Tahun 2019 Tentang waralaba. Selain dari itu, penetapan harga yang ditetapkan oleh perusahaan seharusnya sesuai dengan hukum ekonomi syariah yang telah ditetapkan dalam syariat Islam.

Alur penelitian diatas telah sesuai dengan rumusan masalah pada penelitian ini dimana penelitian dilakukan di C'Bezt Kota Palopo dengan judul "Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan pada Franchise C'Bezt Kota Palopo" yang mana menghasilkan dua rumusan masalah sesuai dengan alur diatas bahwa yang pertama bagaimana mekanisme penetapan harga makanan di franchise C'Bezt Kota palopo, dan yang kedua bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah terkait penetapan harga di franchise C'Bezt Kota Palopo.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan jenis penelitian

Metode penelitian dan pendekatan penelitian dalam penelitian ini yaitu metode kualitatif dengan jenis pendekatan empiris. Metode penelitian kualitatif digunakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan deskripsi berupa kata-kata tertulis atau lisan dari informan dan perilaku yang dapat diamati.⁴⁴ Dengan metode yang digunakan adalah metode deskriptif. Metode deskriptif adalah metode yang dilakukan dengan cara menggambarkan, menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya melalui observasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap mekanisme penetapan harga makanan pada *frenchise C'Bezt* Kota Palopo. Penelitian ini dari segi bentuknya menggunakan penelitian preskriptif. Penelitian preskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran sesuai dengan keadaan atau fakta yang ada berdasarkan penelitian masalah.⁴⁵

Penelitian ini menggunakan metode jenis pendekatan empiris. Adapun pendekatan empiris dilakukan dengan penelitian hukum yang memperoleh datanya dari data primer atau data yang diperoleh untuk mendeskripsikan tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap mekanisme penetapan harga makanan pada *frenchise C'Bezt* Kota Palopo.

⁴⁴ Setiono, pemahaman terhadap metode penelitian hukum, (Surakarta: program studi ilmu hukum pascasarjana UNS, 2002), hal.1

⁴⁵ Dr. Muhaimin, S.H., M.Hum, "Metode Penelitian Hukum", (Mataram: Mataram University Press, 2020), hal.26

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan penulis di outlet C'Bezt Kota Palopo. Waktu penelitian dilakukan selama 1 bulan dari bulan Septemberdimulai dari melakukan observasi hingga selesainya penelitian.

C. Definisi Istilah

Dalam hal ini kita mesti mendapatkan pemahaman yang jelas terhadap isi judul penelitian ini serta persepsi yang sama agar terhindar dari kesalahpahaman terhadap ruang lingkup penelitian. Diperlukan penjelasan dan batasan definisi kata dan variable yang tercakup dalam judul tersebut.

Berikut penjelasannya guna menghindari kesalahpahaman terhadap judul dan pembahasan :

1. Franchise

Franchise atau waralaba merupakan hak untuk menjual suatu produk jasa maupun layanan. Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, waralaba adalah suatu sistem dalam pendistribusian jasa maupun barang terhadap pelanggan akhir dengan pewaralaba, sedangkan *franchisor* adalah yang memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah di tetapkan sebelum jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.⁴⁶

⁴⁶Wikipedia, *frenchise atau waralaba*, di akses <https://id.m.wikipedia.org/wiki/waralaba>, Oktober 24, 2022.

Waralaba/ *franchise* memiliki dua jenis bentuk kegiatan, yaitu:

a) *Franchise*/ waralaba produk dan merek dagang

Franchisor memberikan hak untuk menjual produk, menggunakan merek dagang yang diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan dan *franchisor* akan menerima royalti di muka.

b) Waralaba format bisnis menurut Martin:

- 1) Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba;
- 2) Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep pemberi waralaba;
- 3) Proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus dari pihak pemberi waralaba.

2. *Franchisor*

Pemberi waralaba (*franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. *Franchisor* sebagai pemilik usaha membutuhkan modal dan perluasan jaringan, ditambah lagi ia juga mendapatkan keuntungan berlipat. Keuntungan dari berbisnis waralaba ini sangat banyak, bagi buat pemilik usaha ataupun investor. Keduanya bekerjasama dan saling menguntungkan dan membutuhkan.⁴⁷

⁴⁷ Adrian Sutedi, Hukum Waralaba, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008) h. 12

3. *Franchisee*

Penerima waralaba (*franchisee*) adalah badan usaha atau perseorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. *Franchisee* adalah orang yang memperoleh hak (lisensi) menggunakan merk dagang dan sistem bisnis, yaitu perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pewaralaba untuk menjadi terwaralaba, dengan memberikan imbalan “bagi hasil” kepada pewaralaba berupa fee (uang jaminan awal) dan royalty (uang bagi hasil terus-menerus) serta keduanya bersepakat melakukan kerja sama saling menguntungkan, dengan berbagai persyaratan yang telah disetujui dan dituangkan dalam perjanjian kontrak yang disebut Perjanjian Waralaba.⁴⁸

Bisnis dapat diwaralabakan apabila bisnis tersebut sudah sukses dan memiliki brand yang sudah banyak dikenal masyarakat. Disamping itu juga bisnis tersebut memiliki potensi keuntungan atau kesuksesan yang besar.

Sehingga calon investor akan semakin yakin, dan tidak perlu lagi membangun brand dari nol seperti pada saat membuka usaha baru dengan brand yang baru.

Pemilik waralaba juga diuntungkan bagi para investor, yaitu tidak perlu memikirkan produk, jenis produk, produksi dan juga pemasaran yang dijalankan. Mereka tinggal melanjutkan dan menjalankan sistem yang telah dirancang dan berjalan dengan baik. Terlebih lagi, sistem tersebut sudah teruji keberhasilannya dalam penerapan bisnis waralaba ini.

⁴⁸Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2008), h. 45-46.

4. Hukum Ekonomi Syariah

Hukum ekonomi syariah merupakan ilmu yang membahas tentang perilaku atau aktivitas seseorang secara empirical maupun aktual baik dalam kegiatan produksi, distribusi maupun konsumsi menurut ajaran Islam yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadist maupun ijma' para ulama. Secara konseptual, hukum ekonomi syariah dan hukum bisnis syariah memiliki hubungan yang sangat erat dengan fiqh muamalah.

Hukum ekonomi syariah merupakan kumpulan peraturan yang berkaitan dengan praktik ekonomi manusia yang bersifat komersil dan tidak komersil yang didasarkan pada kumpulan hukum islam yang menjadi lingkup kajian fiqh muamalah. Hukum bisnis syariah yang merupakan kumpulan peraturan yang berkaitan dengan praktik bisnis seperti jual beli, perdagangan, dan perniagaan yang berdasarkan pada hukum islam yang menjadi lingkup kajian fiqh muamalah.

D. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Data primer

Sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung oleh penulis di lapangan, dengan melakukan observasi dan wawancara langsung yang telah penulis tetapkan. Sedangkan informan yang penulis tetapkan sebagai sumber data adalah supervisor C'Bezt Kota Palopo dan customer.

2. Sumber Data Sekunder,

Sumber data sekunder yaitu data yang dikumpulkan untuk melengkapi data primer yang diperoleh dari dokumentasi atau studi pustaka terkait masalah yang diteliti di C'Bezt Kota Palopo

E. Teknik pengumpulan data

Untuk memperoleh data yang dibutuhkan penulis, maka teknik pengumpulan data yang dipakai, ialah observasi, wawancara, dan studi pustaka yang merupakan salah satu instrumen yang digunakan untuk menggali data secara lisan maupun tulisan. Berikut adalah metode penelitian yang di gunakan peneliti:

1. Observasi

Observasi adalah penelitian atau pengamatan secara langsung ke lapangan untuk mendapatkan informasi dan mengetahui permasalahan yang diteliti. Observasi ini bertujuan untuk mengadakan penelitian dengan cara mengumpulkan data secara langsung melalui pengamatan di lapangan terhadap aktifitas yang berlangsung untuk mendapatkan data tertulis yang dianggap relevan.

Penulis melakukan observasi dengan mengamati keadaan di lapangan terkait penetapan harga makanan yang ada di C'Bezt Kota Palopo.

2. Wawancara

Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data dengan jalan komunikasi, melalui hubungan antara pengumpul data (pewawancara) dengan sumber data (informan) melalkui proses interaksi dan komunikasi.⁴⁹ Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh data yang valid dan akurat dari pihak-pihak yang dijadikan informan dengan menggunakan pedoman wawancara secara tanya jawab kepada informan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan beberapa narasumber yaitu Ibu Bayani selaku supervisor C'Bezt kota Palopo guna mendapatkan data

⁴⁹Burhan Bungin, "Metodologi penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif", (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hal. 133.

terkait mekanisme penetapan harga makanan yang ada pada outlet C'Bezt Kota Palopo, selanjutnya penulis juga melakukan wawancara dengan Bapak Deni, Bapak Putra, Bapak Rizal dan Ibu Rina selaku customer C'Bezt Kota Palopo.

3. Dokumentasi

Kegiatan dokumentasi pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambar atau foto pada saat penelitian. Dalam hal ini penulis mencari data yang berkaitan dengan proses jual beli pada outlet C'Bezt kota palopo.

Dokumentasi yaitu mengumpulkan data yang diperoleh seperti daftar harga C'Bezt Kota Palopo, bukti rekaman dan foto wawancara dengan Ibu Bayani selaku supervisor C'Bezt Kota Palopo ,dan beberapa Customer yang berkunjung.

4. Studi Pustaka

Pengumpulan data dilakukan untuk memperoleh dokumen yang terkait atas adanya penetapan harga makanan di C'Bezt Kota Palopo ditinjau atas hukum ekonomi syariah, pengumpulan data dilakukan dengan cara membaca dan mengutip dari buku-buku, dokumen terkait, jurnal, skripsi, website dan berbagai informasi yang terkait dengan permasalahan yang diteliti.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data yaitu proses pengelompokan data dengan cara mempelajari data kemudian data dipilih guna mencari data-data yang penting untuk dipelajari. Langkah berikutnya, data-data kepustakaan dan lapangan dikumpulkan. Kemudian peneliti melakukan penyusunan data, menguraikan data, dan mensistematisasi data yang telah terkumpul selanjutnya dikaji dengan metode deskriptif kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan atau status fenomena dalam kata-kata atau kalimat kemudian

dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁵⁰ Diantaranya sebagai berikut:

1. Reduksi data

Teknik analisis data dengan menggunakan data reduction dilakukan dengan memilih data yang dianggap memiliki kaitan dengan masalah yang diteliti dimulai sejak peneliti memfokuskan terhadap penetapan harga makanan di C'Bez Kota Palopo ditinjau dari segi hukum ekonomi syariah.⁵¹

2. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dengan penyajian data, peneliti akan dapat memahami apa yang sedang terjadi maupun yang sudah terjadi, dengan demikian data yang sudah diperoleh dilapangan akan diambil kesimpulan sesuai dengan tujuan dari penelitian ini.

3. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan yaitu peneliti membuat atau menarik kesimpulan serta saran sebagai bagian akhir dari penelitian. Kemudian peneliti melakukan penyusunan data, menguraikan data, dan mensistematisasi data yang telah terkumpul selanjutnya dikaji dengan metode deskriptif kualitatif yaitu analisis yang menggambarkan keadaan dalam kata-kata atau kalimat kemudian dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan.⁵²

⁵⁰ Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Ptaktek", Rineka Cipta, Jakarta, 2002, hal. 245

⁵¹ Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, (Jakarta: Universitas Indonesia Press, 1992), 16.

⁵² Arikunto, "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Ptaktek", Rineka Cipta, Jakarta, 2002, hal. 245

BAB IV

DESKRIPSI DAN ANALISIS DATA

A. Deskripsi Data

1. Profil C'Bezt Kota Palopo



Gambar. 4.1 C;Bezt Fried Chicken Kota Palopo

C'Bezt merupakan salah satu brand yang di naungi oleh PT. Cipta Aneka Selera yang bergerak di bidang kuliner atau makanan cepat saji yang menyediakan menu utama yaitu daging ayam. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2011, memiliki 2.065 gerai dan memiliki 3 brand yaitu C'Bezt, Yasaka dan Wow Ever. Yang mana C'Bezt terdiri dari 198 gerai, Yasaka terdiri dari 1.861 gerai dan Wow Ever terdiri dari 6 gerai. Gerai C'Bezt di Sulawesi Selatan terdapat 198 gerai yang salah satunya di Kota Palopo yang terletak di jalan Jendral Sudirman yang beroperasi setiap hari, buka pada pukul 10.00 Wita dan akan tutup pada pukul

22.00 Wita. C'Bezt Kota Palopo menyediakan beberapa menu baik per paket maupun satuan, menu tersebut yaitu ayam, sosis, kentang, spagety dan burger.



Gambar. 4.2 Visi dan Misi C'Bezt Fried Chicken

Visi :

Mencapai pertumbuhan profitabilitas yang optimal dan menyediakan berbagai jenis makanan berprotein lezat setiap hari di seluruh dunia dengan menggunakan konsep kemitraan “*Innovation Retail Partnership Model*” secara maksimal.

Misi :

Menjadi bagian dari kehidupan semua orang, dimulai dari makanan berprotein yang terjangkau.⁵³

⁵³PT.Cipta Aneka Selera, *C'Bezt Fried Chicken*, diakses pada tanggal 21 November 2022,

2. Menu Makanan di C'Bezt Kota Palopo

C'Bezt merupakan salah satu restoran cepat saji yang menyediakan menu makanan yang bervariasi dengan kualitas terbaik dan juga harga yang terjangkau. Menu makanan unggulan pada C'Bezt yang di tawarkan kepada pelanggan yaitu sebagai berikut:



Gambar. 4.3 Menu Unggulan C'Bezt Fried Chicken

Produk makanan dalam menu yang ditawarkan oleh C'Bezt Kota Palopo adalah sebagai berikut:

- a. Ayam crispy
- b. Ayam bakar crispy
- c. Ayam penyet
- d. Burger
- e. Spagety
- f. Kentang
- g. Sosis
- h. Nasi goreng

3. Sasaran Pembeli dan Strategi Pemasaran C'Bezt Kota Palopo

a. Sasaran pembeli

Sasaran atau target pasar merupakan suatu teknik yang dapat membantu untuk mengarahkan suatu kegiatan pemasaran terhadap kelompok konsumen dengan melihat karakter konsumen tertentu. Hal tersebut dilakukan agar karena target pemasaran merupakan salah satu bagian yang penting dalam meningkatkan dan mengukur serta menentukan potensi sebuah keberhasilan dalam membangun sebuah usaha atau bisnis.

Sasaran pembeli yang menjadi target C'Bezt berorientasi pada masyarakat umumnya. Namun C'Bezt lebih menargetkan pembeli seperti anak sekolah maupun pegawai kantoran, hal tersebut karena harga yang di tawarkan di C'Bezt cukup terjangkau untuk kantong pelajar, mahasiswa, maupun pegawai kantoran. Sehingga siapa saja yang ingin makan di C'Bezt mampu menyesuaikan dengan budget yang ia miliki.

b. Strategi pemasaran

Strategi pemasaran merupakan hal yang penting untuk dilakukan dalam menjalankan usaha ataupun bisnis. Hal tersebut karena strategi pemasaran dapat meningkatkan daya jual produk dan dapat membuat perusahaan mengalami perkembangan. Dalam hal ini C'Bezt Kota Palopo memiliki strategi pemasaran yang dapat menarik pelanggan dan meramaikan produk C'Bezt pada media sosial. Adapun strategi yang digunakan C'Bezt Kota Palopo yaitu Strategi pemasaran melalui media sosial. Di zaman yang modern ini, strategi ini tepat untuk dilakukan karena banyaknya pengguna media sosial yang mencapai angka

2,8 miliar pengguna. Strategi pemasaran ini dapat menguntungkan perusahaan dan mudah dilakukan. C'Bezt Kota Palopo memilih media sosial Instagram untuk memasarkan produk dengan nama akun "cbezt.palopo_official" dan "cbezt_friedchicken.palopo".

B. Hasil Penelitian

1. Mekanisme Penetapan Harga Makanan di Franchise C'Bezt Kota Palopo

Penetapan harga merupakan suatu proses dalam menetapkan nilai yang diterima oleh produsen dalam pertukaran jasa maupun barang. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan penulis dengan cara terjun langsung guna mendapatkan informasi terkait data yang di teliti dengan cara melakukan wawancara langsung dengan sejumlah narasumber yaitu salah satunya adalah Ibu Bayani selaku supervisor C'Bezt Kota Palopo. Dari hasil wawancara tersebut peneliti mengait kesimpulan bahwa mekanisme penetapan harga pada C'Bezt Kota palopo ditentukan langsung oleh PT.Cipta Aneka Selera selaku perusahaan yang menaungi dengan mempertimbangkan modal, untung dan rugi. Adapun hasil dari wawancara, penulis memperoleh informasi sebagai berikut.

a. Konsep menu dan harga makanan C'Bezt Kota Palopo



Gambar. 4.4 Menu dan Harga Makanan C'Bezt Fried Chicken Kota Palopo.

Menu merupakan hal penting dalam menjalankan bisnis usaha terkhusus usaha restoran guna sebagai pedoman untuk menyajikan makanan atau hidangan, sehingga pelanggan dapat memilih makanan yang akan dimakan dengan melihat menu. Menu makanan yang di tawarkan oleh C'Bezt Kota Palopo cukup terbilang menarik, selain menyajikan menu makanan per porsi, C'Bezt juga menggunakan menu makanan satuan maupun per paket, baik untuk porsi sedang sampai dengan porsi besar. Hal tersebut tentunya salah satu trik untuk menarik pelanggan sehingga pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak. Adapun menu makanan yang ada di C'Bezt Kota Palopo yaitu Spagety chese, Burget, Sosis bakar, C'Bezt puwas 1, C'Bezt puwas 2, C'Bezt puwas 3, C'Bezt puwas 4, Chrispy blue 1, Chrispy hatsu 2, Chrispy grill 2 dan Nasi goreng 4.

Penetapan harga seringkali menjadi permasalahan dalam setiap perusahaan, hal tersebut karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan ataupun sebuah kewenangan yang mutlak dari seseorang pengusaha maupun pihak perusahaan. Meskipun dalam menetapkan harga makanan merupakan hal yang penting, tetapi masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam mengatasi masalah pada penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, keuntungan serta share pasar yang dapat dicapai oleh perusahaan.⁵⁴

Penetapan terhadap menu makanan pada C'Bezt Kota Palopo ditentukan oleh perusahaan yang menaungi yaitu PT.Cipta Aneka Selera walaupun modal

⁵⁴Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Andi Ofset, Yogyakarta 1997, h.223

yang digunakan adalah modal dari pemilik *franchise* C'Bezt Kota Palopo. Hal tersebut sesuai dengan hasil wawancara bersama Ibu Bayani selaku Supervisor sekaligus yang menjalankan usaha C'Bezt Kota Palopo.

“untuk mekanisme penetapan harga di C'Bezt Kota Palopo, kami mengikuti harga yang telah ditentukan mitra perusahaan. Dan untuk bahan makananpun kami memasoknya dari mitra perusahaan sekalipun modal tetap dari pemilik *franchise*”.⁵⁵

Adapun harga makanan satuan seperti:

1. Spagety chease Rp.17.000,-
2. Burger Rp.19.000,-
3. Sosis bakar Rp.18.000

Selain menu satuan, C'Bezt juga menawarkan menu per paket seperti:

1. C'Bezt puas 1 Rp.16.000,-
2. C'Bezt puas 2 Rp.20.000,-
3. C'Bezt puas 3 Rp.21.000,-
4. C'Bezt puas 4 Rp.24.000,-
5. Chrispy bleu 1 Rp.24.000,-
6. Chrispy hatsu 2 Rp.20.000,-
7. Chrispy grill 3 Rp.24.000,-
8. Nasi goreng 4 Rp.18.000,-

b. Keuntungan penjualan

⁵⁵Bayani, Supervisor C'Bezt Kota Palopo, wawancara, di C'Bezt Kota Palopo, Tanggal 19 November 2022

Keuntungan penjualan tentunya sangat menjadi point penting dalam menjalankan bisnis salah satunya C'Bezt Kota Palopo. Keuntungan yang besar tergantung pada produk yang menarik, agar pelanggan tertarik pada jualan atau produk yang di tawarkan. Dengan kualitas yang bagus dan harga yang terjangkau, C'Bezt Kota Palopo merupakan salah satu tempat makan yang tergolong dengan penghasilan atau untung yang tinggi. Dalam perminggu, C'Bezt Kota Palopo dapat meraih keuntungan sampai dengan lebih dari Rp.1.000.000,00,- dan keuntungan perbulan mencapai Rp.30.000.000,00,-

“untuk keuntungan perminggu ada sekitaran lebih dari Rp.1.000.000,00,- dan sebulannya lebih dari Rp.30.000.000,00. Untuk menentukan keuntungan laba tersebut, kami mengurangi jumlah keuntungan perminggu atau perbulan dengan modal perminggu atau perbulan juga”.⁵⁶

c. Kelebihan dan kekurangan sistem penetapan harga C'Bezt Kota Palopo

Kelebihan maupun kekurangan dalam menjalankan suatu bisnis atau usaha sangatlah biasa terjadi, seperti halnya di C'Bezt, kelebihan yang dirasakan pemilik C'Bezt dalam menjalankan bisnis salah satunya pada bahan makanan. Modal yang digunakan pemilik *franchise* C'Bezt tetap sama meskipun bahan makanan sedang mengalami kenaikan harga, hal tersebut dikarenakan bahan makanan yang dijual berasal dari mitra perusahaan. Selain itu perusahaan memberikan harga yang terjangkau untuk menu di C'Bezt Kota Palopo sehingga pelanggan tertarik bukan hanya orang menengah keatas saja melainkan dapat dinikmati orang menengah kebawah. Kekurangan yang dirasakan pemilik *franchise* C'Bezt adalah pasokan bahan baku yang terkadang lambat datang, dikarenakan bahan baku C'Bezt berasal

⁵⁶Bayani, Supervisor C'Bezt Kota Palopo, *wawancara*, di C'Bezt Kota Palopo, Tanggal 19 November 2022

dari mitra perusahaan Makassar yang jaraknya lumayan jauh dari C'Bezt Kota Palopo.

2. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terkait Penetapan Harga Di Franchise C'bezt Kota Palopo

a. Analisis hukum ekonomi syariah terhadap bentuk franchise C'Bezt Kota Palopo

Bentuk *franchise* dari outlet C'Bezt Kota Palopo adalah berbentuk *franchisee* (penerima waralaba). Sehingga *franchise* ini menetapkan bentuk *royalty fee* atau sistem bagi hasil. Adapun mekanisme sistem *royalty fee* ini adalah:⁵⁷

- 1) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan penjualan kotor;
- 2) Tingkat *royalty* seminimum mungkin, terutama ditempat terwaralaba memperoleh hak atas wilayah tertentu/ *exclusive territory* tanpa persyaratan tingkat kuota terendah;
- 3) Pembayaran secara *periodic* (mingguan, bulanan, kuartalan, dan sebagainya);
- 4) Waktu pembayaran (misalnya setiap hari kamis, atau berdasarkan pada penjualan minggu sebelumnya, setiap tanggal sepuluh berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya dan sebagainya).

Setiap *franchise* memiliki besaran *royalty fee* yang berbeda-beda bergantung pada kebijakan masing-masing *franchisor* ke *franchisee*.

Franchise C'Bezt Kota Palopo menggunakan sistem syariah yang tercantum dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 114/DSN-MUI/XI/2017 tentang akad syirkah. Akad syirkah dalam hal ini merujuk pada kerja

⁵⁷Darmawan Budi Suseno, "Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal" , h. 57

sama antara dua pihak atau lebih untuk usaha yang mana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional, dan kerugian ditanggung oleh pihak secara proporsional.

b. Analisis hukum ekonomi syariah terkait penetapan harga C'Bezt Kota Palopo

Penetapan harga yang telah ditetapkan oleh C'Bezt kota Palopo telah menyesuaikan dengan kualitas barang yang dipasok dengan harga jual yang telah ditetapkan oleh franchisor dalam mempengaruhi pendapatan dan penjualan. Dalam menetapkan harga jual C'Bezt Kota Palopo ditetapkan oleh perusahaan yaitu perusahaan PT. Cipta Aneka Selera.

Tujuan penetapan harga agar dapat memberikan keselarasan pada kebijaksanaan yang diambil perusahaan atau pelaku usaha. Adapun tujuan-tujuannya, yaitu:

- 1) Untuk mendapatkan keuntungan sebesar-besarnya. Dengan menetapkan harga yang kompetitif maka perusahaan akan mendulang untung yang optimal.
- 2) Mempertahankan perusahaan. Dari margin keuntungan yang didapat perusahaan akan digunakan untuk biaya operasional perusahaan. Contoh : untuk gaji/upah karyawan, untuk bayar tagihan listrik, tagihan air bawah tanah, pembelian bahan baku, biaya transportasi, dan lain sebagainya.
- 3) Menggapai ROI (*Return on Investment*). Perusahaan pasti menginginkan balik modal dari investasi yang di tanam pada perusahaan

sehingga penetapan harga yang tepat akan mempercepat tercapainya modal kembali/roi.

4) Menguasai pangsa pasar. Dengan menetapkan harga rendah di bandingkan produk pesaing, dapat mengalihkan perhatian konsumen dari produk kompetitor yang ada di pasaran.

5) Mempertahankan status quo. Ketika pasar memiliki pasar tersendiri, maka perlu adanya pengaturan harga yang tepat agar dapat tetap mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Namun terdapat beberapa tujuan lain dari penetapan harga, antara lain :

- 1) Meningkatkan penjualan;
- 2) Mempertahankan dan memperbaiki market share;
- 3) Stabilitas harga;
- 4) Mencapai target pengambilan investasi;
- 5) Mencapai laba maksimum dan sebagainya.

Penetapan harga mestilah adil. Dalam hukum ekonomi syariah, keadilan adalah nilai paling asasi sehingga di Islam membolehkan melakukan intervensi harga apabila kenaikan harga disebabkan distorsi harga permintaan dan penawaran.

Yusuf Al-Qardhawi menyatakan bahwa jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridhai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun, jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan

Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.⁵⁸

Distorsi harga ketika kaum Qurais menetapkan blokade ekonomi terhadap umat Islam. Kenaikan harga di Madinah, Rasulullah menyatakan Allah adalah Dzat yang menentukan dan mengatur harga, penahan, pencurah serta penentu rezeki, aku berharap Tuhanku dimana salah seorang dari kalian tidak menuntutku karena kezaliman dalam hal darah dan harta. Abu Yusuf (731-798), dalam kitabnya yang terkenal Al-Kharaj. Abu Yusuf merupakan ulama terawal yang mulai menyinggung mekanisme pasar. Ia misalnya memperhatikan peningkatan dan penurunan produksi dalam kaitannya dengan perubahan harga. Pemahaman saat itu mengatakan bahwa bila tersedia sedikit barang, maka harga akan mahal dan demikian sebaliknya. Ibnu Taimiyah (1263-1328), dalam kitabnya Majmu Fatawa Syakh Al-Islam dan kitab AlHisbah fi Al-Islam. Ibnu Taimiyah menyatakan perubahan dalam penawaran digambarkan sebagai peningkatan atau permintaan ditentukan oleh selera dan pendapatan dan menurut Ibnu Taimiyah bila seluruh transaksi sudah sesuai dengan aturan, kenaikan harga yang terjadi merupakan kehendak Allah.⁵⁹

Sababul Wurud hadis: Anas r.a meriwayatkan bahwa pada zaman Rasulullah Saw. di Madinah terjadi harga yang membumbung tinggi. Kemudian orang-orang berkata:

“Wahai Rasulullah Saw., harga begitu mahal, maka tetapkanlah harga bagi kami. Lalu Rasulullah Saw. bersabda, seperti hadis tersebut. Dan kesimpulannya bahwa tas’ir atau penetapan harga adalah haram.

⁵⁸Yusuf Qardhawi, Norma Dan Etika Ekonomi Islam (Jakarta : Gema Insani, 1997), h. 257.

⁵⁹Huda, Nurul, et.al, Ekonomi Makro Islam: Pendekatan Teoritis, Cet. 2, Ed. 1, (Jakarta: Kencana, 2009), h. 230-231.

Asy-Syaukani menyatakan, bahwa hadis tersebut dijadikan dalil bagi pengharaman dalam penetapan harga dan bahwa ia (penetapan harga) merupakan suatu kedzaliman yaitu penguasa memerintahkan para penghuni pasar agar tidak menjual barang-barang mereka kecuali dengan harga sekian, kemudian melarang mereka untuk menambah ataupun mengurangi harga tersebut. Alasannya bahwa manusia dikuasakan atas mereka sedangkan pematokan harga adalah pemaksaan terhadap mereka. Padahal seorang iman diperintahkan untuk memelihara kemaslahatan umat Islam. Dengan mengacu pada kehidupan pasar pada masa Rasulullah Saw dan sikap yang diambil Rasulullah dalam menghadapi kenaikan harga di pasar, merupakan bentuk dari mekanisme pasar Islami.⁶⁰

Wawancara penulis menanyakan, apakah harga yang ditetapkan oleh C'Bezt Kota Palopo sudah termasuk adil dan sesuai budget. Konsep harga yang adil telah dikenal pada awal Islam dan awal Literatur Fiqih, jika kita membahas tentang konsep harga yang adil menurut Islam, maka kita tidak terlepas dari bagaimana pemahaman para ulama tentang konsep harga yang pada awal Literatur Fiqih, al-Qur'an sangat menekankan perlunya keadilan atau kejujuran. Sangatlah natural untuk mempergunakan gagasan ini berhubungan dengan pasar, khususnya dengan harga.

Penentuan penetapan harga pada C'Bezt tidak mengikuti perubahan harga bahan mentah melainkan dari penentuan perusahaan, C'Bezt Kota Palopo mengedepankan konsep berbasis jual beli yang sesuai dengan kebutuhan

⁶⁰Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2015), h. 152-153

sesuaipandangan dalam Islam. Karena akad yang ditetapkan oleh pemilik telah diterterakan harga yang sesuai dengan sasaran pemasaran C'Bezt Kota Palopo tidak memaksakan kehendak konsumen dan tidak pula menjual makanan yang tak layak dikonsumsi karena menu yang dibuat tiap harinya sudah dipastikan akan habis.

Berdasarkan penjelasan di atas maka dapat diketahui bahwasanya penetapan harga di C'Bezt Kota Palopo tidak berdasarkan harga para pesaing, melainkan dari pusat dan telah ditinjau sesuai dengan harga pasar dan ekonomis pada semua kalangan masyarakat, sehingga siapapun dapat membelinya.

Berdasarkan Mekanisme penetapan harga menurut hukum ekonomi syariah memiliki beberapa metode, antara lain:

1. *Mark-up Pricing.*

Pada metode ini, perusahaan PT. Aneka Cipta Selera akan menjual produknya yang di kelola C'Bezt Kota Palopo pada tingkat harga biaya produksi ditambah *mark-up* atau margin yang diinginkan.

2. *Target-Return Pricing.*

Target-Return pricing merupakan penentuan harga jual produk yang bertujuan mendapatkan return atas besarnya modal yang diinvestasikan, dalam hal ini, perusahaan PT. Cipta Aneka Selera akan menentukan berapa return yang diharapkan atas modal yang diinvestasikan.

3. *Value Pricing.*

Merupakan kebijakan harga yang kompetitif atas barang berkualitas tinggi. Dalam hal ini perusahaan PT. Cipta Aneka Selera berusaha menyuplai

bahan baku C'Bezt Kota Palopo yang mampu menghasilkan makanan yang berkualitas dengan biaya yang efisien sehingga mampu menentukan harga sesuai harga dipasaran dan mampu bersaing dengan sesama competitor yang berada di bidang yang sama.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Sesuai dengan pembahasan dan uraian hasil penelitian, mengenai “Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Mekanisme Penetapan Harga Makanan pada Franchise C’Bezt Kota Palopo”. Maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Mekanisme penetapan harga makanan berdasarkan pada metode penetapan yang berorientasi pada harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan PT. Cipta Aneka Selera sebagai perusahaan pusat yang menaungi C’Bezt Kota Palopo. Dengan mempertimbangkan laba untung dan pertimbangan penggunaan biaya pemasukan beserta pengeluarannya.
2. Pandangan hukum ekonomi syariah dalam mekanisme penetapan harga makanan di C’Bezt Kota Palopo yaitu sesuai dengan metode penetapan harga dalam ekonomi syariah, dimana penentuan harga tersebut menetapkan harga berdasarkan modal dan keuntungan yang tidak berlebihan yang tidak merugikan pihak manapun.

B. SARAN

1. Kepada pemilik C'Bezt Kota Palopo diharapkan meningkatkan kualitas pelayanan dan tetap memperhatikan kebutuhan customer.
2. Untuk para pembeli diharapkan mengerti dan memahami konsep penetapan harga yang telah ditetapkan oleh C'Bezt Kota Palopo.
3. Diharapkan penelitian yang akan datang agar menggunakan dan memanfaatkan waktu dengan baik, agar data yang didapatkan lebih maksimal, karena narasumber tidak bisa ditemui setiap waktu.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Adesy F, (2016), *Ekonomi dan Bisnis Islam Seri Konsep dan Aplikasi Ekonomi dan Bisnis Islam*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Alma B, (2005), *Manajemen Dan Pemasaran Jasa*, Bandung : Alfabeta.
- Amstrong G. (1987), *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Arikunto, (2002), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Ptaktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Burhan B. (2001), *Metodologi penelitian Sosial: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, Surabaya: Airlangga University Press.
- Hasbi Ash-Shiddieqy, (1991), *Hukum-Hukum Fiqh Islam*, Jakarta: Bulan Bintang.
- Kementrian Agama RI, (2012). *Al-Qur'an dan terjemahannya*, Bandung: Syaamil Qur'an.
- Kotler P, (1999), *Marketing, Alih Bahasa oleh Herujati Purwoto*, Jilid ke-1, Jakarta: Erlangga.
- Miles dan Huberman, (1992), *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta: Universitas Indonesia Press.
- Muhaimin, (2020), *Metode Penelitian Hukum*, Mataram: Mataram University Press.
- Nurul, (2008), *Ekonomi Makro Islam*, Jakarta: Kencana .
- Nuruddin Al-'Itr, (2000), *I'lam Al-Anam Syarh Bulugh Al-Maram*, Damascus, Dar Al-Farfur, Juz 2.
- Pasaribu C dan Suhwardi K. Lubis, (1994), *Hukum Perjanjian dalam Islam* Jakarta: Sinar Grafika.
- Rohman H, (2020), *Hukum Jual Beli Onlin*, Pamekasan: Duta Media Publishing.
- Sarwat A, (2018), *Fiqh Jual Beli*, Jakarta selatan: Rumah Fiqih Publishing
- Setiono, (2002), *Pemahaman Terhadap Metode Penelitian Hukum*, Surakarta: program studi ilmu hukum pascasarjana UNS.
- Simatung B. Richard, (2007), *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Subawa, N.S& N.W. Widhiasthini, (2020), *Waralaba 4.0: Isu, Trend dan Evolusi Bisnis Waralaba Di Era Digital*, Bali: Nilacakra Publishing House.
- Suma A. Muhammad, (2003), *Tafsir Ayat Ekonomi*, Jakarta: Paranogatama Jaya.
- Sutedi A, (2008), *Hukum Waralaba*, Bogor: Graha Indonesia.
- Tjiptono F, (2008), *Gregorius Chandra dan Dadi Andriana, Pemasaran Strategik*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Jurnal

- D. Sabni Hartato, (2021), “*Mekanisme Penetapan Harga Dalam Pandangan Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Rumah Makan Rahman Depan RS.M. Yunus Bengkulu)*”, Sripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Agama Islam Negeri Bengkulu.
- Fajar Muriza, (2019), “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Penetapan Harga Sparepart Bekas Kendaraan*”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Darussalam Bandar Aceh.
- Indah Lutfiyatul Amalia, (2021), “*Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Penetapan Tarif Pada Praktik Jasa Pengiriman Barang*”, Skripsi Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Lathifah Hanim, (2011), *Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI.
- Sudarmiati, (2011), *Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi*, Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Malang.
- Wahyu Destina Issri, (2020), “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus di Bentuman Steak Ngaliyan, Semarang)*”, Skripsi Fakultas Syari’ah dan Hukum, Universitas Islam Negeri Walisongo.

Web

- Cimb niaga, “Bisnis Franchise: Kenali Pengertian dan Keuntungannya”, diakses <https://www.cimbniaga.co.id/id/inspirasi/bisnis/bisnis-franchise-kenali-pengertian-dan-keuntungannya> pada oktober 26 2022.
- Islami Wiki, “Pengertian Jual Beli, Hukum, Syarat Dan Rukunnya Yang Sah”, dikutip dari <https://islamiwiki.blogspot.com>. Diakses Oktober 26, 2022.
- Wikipedia, *frenchise atau waralaba*, di akses <https://id.m.wikipedia.org/wiki/waralaba>, Oktober 24, 2022.
- Andriani D, “Prospek Bisnis Waralaba 2022 Kian Menggiurkan”, Juni 25, 2022, <https://entrepreneur.bisnis.com/prospek-bisnis-waralaba-2022-kian-menggiurkan.com>

Wawancara

Bayani, Supervisor C'Bezt Kota Palopo, *Wawancara*, di Freid Chickeh C'Bezt Kota Palopo (19 November 2022)

Deni, Pelanggan C'Bezt Kota Palopo, *Wawancara*, di Freid Chicken C'Bezt Kota Palopo (20 November 2022)

Putra, Pelanggan C'Bezt Kota Palopo, *Wawancara*, di Freid Chicken C'Bezt Kota Palopo (20 November 2022)

Rina, Pelanggan C'Bezt Kota Palopo, *Wawancara*, di Freid Chicken C'Bezt Kota Palopo (21 November 2022)

Rizal, Pelanggan C'Bezt Kota Palopo, *Wawancara*, di Freid Chicken C'Bezt Kota Palopo (21 November 2022)

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

A. Supervisor C'Bezt Kota Palopo

1. Apa saja menu penjualan di C'Bezt Palopo?
2. Siapa saja sasaran customer C'Bezt Kota Palopo?
3. Berapa perkiraan penjualan terjual dalam satu hari?
4. Berapa perkiraan penjualan terjual dalam satu bulan?
5. Berasal dari manakah pasokan bahan baku yang ada di C'Bezt Kota Palopo?
6. Apakah penetapan harga pada C'Bezt Kota Palopo berasal dari perusahaan yang menaungi atukah dari pemilik C'Bezt Kota Palopo?
7. Apakah *franchise/waralaba* ini menggunakan modal dari *franchisor* atau pemilik *franchise* ?
8. Bagaimana cara menentukan laba untung pada C'Bezt Kota Palopo?
9. Bagaimana mekanisme penetapan harga makanan *franchise* C'Bezt Kota Palopo?

B. Pelanggan C'Bezt Kota Palopo

1. Seberapa sering anda berkunjung ke C'Bezt Kota Palopo?
2. Bagaimana pelayanan yang telah diberikan oleh karyawan?
3. Apakah anda puas dengan makanan dan minuman yang kami sajikan?
4. Makanan apa yang paling anda sukai?
- 5.
6. Menurut anda apakah harga yang ditawarkan oleh C'Bezt Kota Palopo terjangkau?

7. Apakah anda akan menekomendasikan makanan yang ada di C'Bezt Kota Palopo?

Wawancara penulis dengan Ibu Bayani selaku Supevisor C'Bezt Kota Palopo



Wawancara dengan Rina selaku pelanggan C'Bezt Kota Palopo



Wawancara dengan Deni selaku pelanggan C'Bezt Kota Palopo



Wawancara dengan Putra selaku pelanggan C'Bezt Kota Palopo



Wawancara dengan Rizal selaku pelanggan C'Bezt Kota Palopo



RIWAYAT HIDUP



Basri, lahir Purangi pada tanggal 21 September 1997. Penulis merupakan anak pertama dari 6 bersaudara. Dari pasangan ayah bernama Basir dan ibu Hasni, Saat ini penulis bertempat tinggal di Jl. Opu To Halide, Kel. Purangi, Kec. Sendana, Kota Palopo. Pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2009 di SD 574 Bulan Tua.

Kemudian ditahun yang sama menempuh pendidikan di SMPN 3 Palopo hingga tahun 2012, ditahun yang sama melanjutkan pendidikan di SMKN 1 Palopo hingga tahun 2015. Setelah lulus penulis melanjutkan sekolah perguruan tinggi di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo dan mengambil jurusan/fakultas syariah prodi hukum ekonomi syariah.

Contact person: basribasir241@gmail.com