

Mc: uli sidang  
16/2018

**ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA HISANA FRIED CHICKEN  
BERBASIS SYARIAH (STUDI KASUS PADA HFC  
DI KECAMATAN MEDAN JOHOR)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas Dan Memenuhi Syarat- Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)  
Program Studi Perbankan Syariah*



Oleh:

**DWI LESTARI**

**NPM.1401270085**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

**ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA HISANA FRIED CHICKEN  
BERBASIS SYARIAH  
( STUDI KASUS PADA HFC DI KECAMATAN MEDAN JOHOR)**

**SKRIPSI**

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syariah (SE)  
Program Studi Perbankan Syariah*

Oleh :

**DWILESTARI**

**1401270085**

**PROGRAM STUDI PERBANKAN SYARIAH**

**PEMBIMBING**

  
**Selamat Pohan, S.Ag, MA**

**FAKULTAS AGAMA ISLAM  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2018**

Medan, Maret 2018

Lampiran : Istimewa

Hal : Skripsi a.n. Dwi Lestari

Kepada Yth : **Bapak Dekan Fakultas Agama Islam UMSU**

Di-

Medan

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

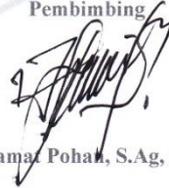
*Assalammu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Setelah membaca, meneliti dan memberi saran-saran penelitian sepenuhnya terhadap skripsi mahasiswa DWI LESTARI yang berjudul "**ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA HISANA FRIED CHICKEN BERBASIS SYARIAH (STUDI KASUS PADA HFC DI KECAMATAN MEDAN JOHOR)**". Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima dan diajukan pada sidang munaqasah untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata satu (S1) Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Demikian kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Pembimbing



Selamat Pohan, S.Ag, MA

## SURAT PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dwi Lestari

NPM : 1401270085

Program Studi : Perbankan Syariah

Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor)

Dengan ini menyatakan

1. Penelitian yang saya lakukan dengan judul diatas belum pernah diteliti di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Penelitian ini saya lakukan sendiri tanpa ada bantuan dari pihak manapun dengan kata lain penelitian ini tidak saya tempahkan (dibuat) oleh orang lain dan juga tidak tergolong *Plagiat*.
3. Apabila poin 1 dan 2 diatas saya langgar, maka bukan menjadi tanggung jawab dosen pembimbing atau pihak Fakultas Agama Islam, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri

Demikian surat pernyataan ini perbuat tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga, dan dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Medan, Maret 2018  
Yang Menyatakan



Dwi Lestari



Unggul Guru & Capaian

Bila menjawab surat ini agar disebutkan  
Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id)

E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Skripsi ini disusun oleh:

**Nama** : Dwi Lestari

**NPM** : 1401270085

**Program Studi** : Perbankan Syariah

**Judul Skripsi** : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor)

Disetujui dan memenuhi persyaratan untuk diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, 19 Maret 2018

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Diketahui / Disetujui

Oleh

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Dekan  
Fakultas Agama Islam

Dr. Muhammad Qorib, MA

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk mempertahankan dalam ujian skripsi oleh:

NAMA MAHASISWA : DWI LESTARI  
NPM : 1401270085  
PROGRAM STUDI : PERBANKAN SYARIAH  
JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA HISANA FRIED CHICKEN BERBASIS SYARIAH (STUDI KASUS PADA HFC DI KECAMATAN MEDAN JOHOR)

Medan, 6 Maret 2018

Pembimbing Skripsi



Selamat Pohan, S.Ag, MA

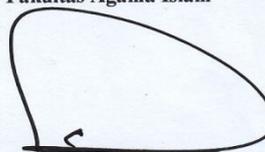
Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Dekan  
Fakultas Agama Islam



Selamat Pohan, S.Ag, MA



Dr. Muhammad Qorib, MA

**BERITA ACARA PENGESAHAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah di pertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh :

**NAMA MAHASISWA** : Dwi Lestari

**NPM** : 1401270085

**PROGRAM STUDI** : Perbankan Syariah

**HARI, TANGGAL** : Selasa, 27 Maret 2018

**WAKTU** : 08.00 s.d selesai

**PENGUJI I**

**TIM PENGUJI**  
: Dr. Azuar Juliandi, SE, M.Si

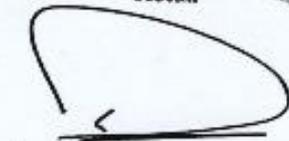
**PENGUJI II**

: Dr. Sri Sudiarti, MA

**PANITIA PENGUJI**

**Ketua**

**Sekretaris**



Dr. Muhammad Qorib, MA



Zailani, S.PdI, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
5/3 2018	1. Skripsi Co lolan ✓ 2. font & sesuaikan buku panduan ✓ 3. pakejar & silabus pelan. sesuai dgn Tanya penulisan ✓		
7/3 2018	1. Perant buku sesuai ✓ 2) Kesigpala bab 5 & pakejar ✓ 3) Kata pengantar & pakejar lagi ✓		

Medan 15 Maret 2018

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, S.Ag, MA



**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya



**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : **DWI LESTARI**  
Npm : 1401270085  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
1/3 2018	1. Keampulan bel sinus dgn taj' pulhan 2. pnyadun & pnyadun lagi		lengkap
10/3 2018	0 Kesimpulan & pnyadun lagi 1. pnyadun lagi belun jelas dan bagus. di pnyadun lagi		pendin

Medan, 18 Maret 2018

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, S.Ag, MA



Unggul Prestasi & Cita-cita

Bila menjabar surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VIII (Delapan)  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
15/3/2018	Acc. judul & Abstrak. revisi HFC.. 15/3/2018.		<u>Selamat Pohan</u>

Medan, 15 Maret 2018

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Skripsi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

## **ABSTRAK**

**Dwi Lestari (1401270085). Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor), skripsi 2018.**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah di HFC Kecamatan Medan Johor. Adapun Pengetahuan Pengusaha hisana fried chicken tentang usaha berbasis syariah. Dan Perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah.

Berdasarkan hasil penelitian ini maka dapat diketahui bahwa Pengetahuan Pengusaha hisana fried chicken tentang usaha berbasis syariah sudah cukup baik. Pengusaha hisana fried chicken telah memahami bagaimana cara menjalankan usaha dengan berbasis syariah. Masyarakat sekarang lebih cenderung ke perkonomian islam, etika dalam bisnis sangat penting dalam menjalankan usaha. Dan tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari nilai materi, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat. Perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah cukup baik. Usaha ini berkembang cukup pesat dan cepat, prinsip keadilan dalam penjualan sangatlah penting untuk mengembangkan usaha ini sehingga dalam prinsip keadilan mengandung arti ganda yang penting mengenai makanan dan minuman yang halal dan tidak dilarang hukum.

**Kata Kunci : Pengetahuan, Perkembangan Usaha.**

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini dengan judul **Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah ( Studi Kasus HFC di Kecamatan Medan Johor)** serta shalawat dan salam kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarganya, para sahabat, serta pengikut jejak risalahnya hingga akhir zaman. Amin.

Penulis banyak menerima bantuan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan berupa doa, motivasi dan juga dukungan moril maupun materil kepada penulis.
2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Qorib, MA selaku Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Zailani, S.Pd.I, MA selaku WD I Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Selamat Pohan, S.Ag, MA selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

selama ini telah banyak sekali memberikan ilmu kepada penulis terutama dalam menuntu ilmu di kampus ini.

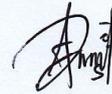
7. Teman-teman seperjuangan dalam perkuliahan dan membantu penyelesaian skripsi ini Adi Kurniawan, Ansori, Almira , Devi Ardianti, Dwi Frasturi, Ewin Syahputra, Intan Prawesti, Ramadhana Adjie, Siti Mutya, Suci Anggraini, dan lain-lain semoga sukses semua di dunia maupun akhirat, Amin.

Semoga skripsi yang penulis selesaikan dapat memperkaya wacana intelektual, khususnya bagi ilmu-ilmu perbankan syariah. Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon doa dan restu semuanya, agar ilmu yang telah diperoleh menjadi ilmu yang bermanfaat dan memberi berkah bagi kehidupan pribadi, keluarga, dan masyarakat. Amin.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Medan, 15 Maret 2018

Penulis,



**DWI LESTARI**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	5
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II. KAJIAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
A. Landasan Teori.....	7
1. Usaha Kecil Menengah (UKM).....	7
a. Pengertian UKM.....	7
b. Kriteria UKM.....	10
c. Klasifikasi UKM.....	10
2. Hisana Fried Chicken.....	11
a. Pengertian Hisana Fried Chicken.....	11
b. Kelebihan Ayam Hisana dan Kelebihan Bisnis Hisana.....	11
c. Macam-Macam Hukum Binatang Yang Halal dan Haram.....	12
3. Prinsip Konsumen Dalam Islam.....	13
4. Ekonomi Syariah Menurut Para Ahli.....	15
a. Tujuan, Kegunaan dan Pentingnya Ekonomi Islam.....	17
b. Karakteristik Ekonomi Islam.....	17
5. Etika Bisnis Dalam Islam.....	20
a. Etika Dalam Menghadapi Pelanggan.....	23
6. Mengembangkan Etika Kerja Yang Bagus.....	24

7. Jual Beli .....	25
a. Pengertian Jual Beli .....	25
b. Larangan Jual Beli .....	26
c. Hikmah Jual Beli .....	28
d. Syarat Jual Beli .....	29
8. Aspek Pemasaran.....	29
B. Penelitian Terdahulu.....	35
C. Kerangka Pemikiran. ....	37
<b>BAB III. METODE PENELITIAN. ....</b>	<b>38</b>
A. Pendekatan Penelitian.....	38
B. Lokasi dan Waktu Penelitian. ....	38
C. Definisi Operasional.....	39
D. Sumber Data.....	40
E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data. ....	41
F. Teknis Analisis Data. ....	41
<b>BAB IV. SEJARAH DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Data Hasil Penelitian.....	43
1. Gambaran Umum Hisana Fried Chicken. ....	43
B. Pembahasan Hasil Penelitian .....	50
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>60</b>
A. Kesimpulan.....	60
B. Saran.....	61

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	35
Tabel 3.1 Rincian Waktu Penelitian.....	39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 2.3 Struktur Organisasi. ....	46

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan UKM menjadi suatu hal yang sangat penting untuk pertumbuhan ekonomi sebuah negara termasuk di negara Indonesia. UKM di Indonesia telah memberikan kontribusi terhadap penyerapan tenaga kerja, besarnya kontribusi ini, menunjukkan bahwa UKM mempunyai kemampuan untuk memperkuat struktur perekonomian nasional.

Kriteria usaha yang termasuk dalam Usaha Kecil Menengah telah diatur dalam payung hukum berdasarkan undang-undang. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil Menengah (UKM) kriteria Usaha Kecil Menengah digolongkan berdasarkan aset dan omset yang dimiliki oleh sebuah usaha.

UKM memiliki keunggulan dalam memanfaatkan sumber daya alam (SDA) lokal dan padat karya. UKM umumnya bergerak disektor yang mendominasi dalam penyerapan tenaga kerja seperti sektor pertanian tanaman pangan, perkebunan, peternakan, perikanan, dan kehutanan, sektor industri pengolahan, sektor perdagangan, hotel dan restoran. Sektor peternakan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena berkontribusi dalam hal peningkatan pendapatan masyarakat, ketahanan pangan nasional dan menjamin ketersediaan pangan yang berasal dari hewan. Daging ayam broiler memberikan kontribusi yang paling besar dalam produksi daging nasional.

Konsumsi daging ayam broiler mengalami peningkatan paling besar dibandingkan konsumsi daging yang lain. Hal ini dikarenakan harga komoditi daging ayam broiler lebih terjangkau dan mudah untuk diperoleh. Meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan siap saji disebabkan oleh adanya perubahan gaya hidup serta mobilitas masyarakat yang semakin tinggi sehingga mereka beranggapan bahwa membeli makanan diluar lebih praktis dibandingkan dengan memasak sendiri.

Makanan cepat saji atau *fast food* dibagi menjadi dua golongan yaitu usaha *fast food* modern dan usaha *fast food* yang bersifat tradisional. Usaha *fast food* modern mempunyai skala usaha dan modal yang besar, sedangkan usaha *fast food* yang bersifat tradisional mempunyai skala usaha dan modal yang kecil, contohnya adalah pedagang kaki lima. Salah satu *fast food* yang banyak diusahakan adalah ayam goreng tepung yang pada umumnya berdasarkan dari daging ayam broiler yang diolah sedemikian rupa dengan diberi bumbu dan tepung atau lebih dikenal dengan nama *fried chicken*. Hidangan yang berasal dari Amerika ini disukai oleh berbagai kalangan dari anak-anak hingga orang tua, karena kebanyakan masyarakat Indonesia menyukai makanan berbasis gorengan. Ayam yang dimasak dengan teknik *deep frying* akan menghasilkan ayam goreng yang garing dan renyah, cepat matang dan mudah dibawa. Bagi orang Indonesia sendiri, ayam goreng tepung dapat dijadikan teman makan nasi yang praktis.

Meningkatnya minat masyarakat terhadap ayam goreng *fast food* ini di pandang sebagai sebuah peluang usaha yang menjanjikan dan mendorong para pengusaha untuk mendirikan usaha jenis ini. Hal ini dapat dilihat dengan semakin menjamunya usaha mikro kecil dan menengah ayam goreng *fast food* baik dengan konsep kaki lima atau menetap. UKM ayam goreng *fast food* ini merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kegiatan perekonomian di Kota Medan, karena usaha disektor informal ini dapat berperan dalam membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat disekitarnya.

Perkembangan UKM ayam goreng *fast food* yang berbasis syariah masih jarang ditemui di Indonesia khususnya di Kota Medan terutama *hisana fried chicken* berkembang pesat selama lima tahun terakhir. Total sudah ada 630-an outlet yang tersebar di 11 provinsi di Indonesia. Di Kota Medan terdapat 25 outlet, dalam tahun 2018 outlet *hisana fried chicken* akan bertambah menjadi 50 outlet. Padahal mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Sebagian umat Islam yang panatik terhadap agama memiliki pemahaman tentang ayam goreng *fast food* sehingga tidak berminat. Umat Islam masih memiliki keraguan untuk mengkonsumsi makanan siap saji tersebut di karena kan kebanyakan restoran ayam goreng tidak berbasis

syariah. Ini yang menimbulkan sebuah pemikiran bagaimana cara meningkatkan keinginan pengusaha untuk melaksanakan usahanya berbasis syariah.

Sebab kenikmatan yang dicipta Allah untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya yang berfirman kepada nenek moyang manusia yaitu Adam dan Hawa, sebagaimana tercantum dalam Al-Qur'an.<sup>1</sup>

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُواتِ  
الشَّيْطَانِ ۚ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya:” Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu”. (QS.Al-Baqarah: 168).<sup>2</sup>

Ekonomi islam muncul sebagai suatu disiplin ilmu, setelah melalui serangkaian perjuangan yang cukup lama, yang pada awalnya terjadi pesimisme terhadap eksistensi ekonomi islam dalam kehidupan masyarakat saat ini. Terciptanya suatu pandangan bahwa terdapatnya dikotomi antara agama dan keilmuan, dalam hal ini termasuk di dalamnya ilmu ekonomi namun sekarang hal ini sudah mulai terkikis.<sup>3</sup> Dalam perusahaan sumber-sumber ekonomi tersebut diproses agar menjadi barang/jasa yang akan ditunjukkan untuk memuaskan kebutuhan konsumen sekaligus dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, diterapkan prinsip ekonomi yaitu dengan pengorbanan tertentu diharapkan dapat diperoleh hasil atau keuntungan maksimum.<sup>4</sup>

Perkembangan dunia usaha dewasa ini semakin hari semakin berkembang. Hal ini disebabkan sebagai faktor yang memengaruhi kegiatan ekonomi sehingga suatu perusahaan dituntut untuk memenuhi dan mengimbangi perubahan yang terjadi. Strategi marketing pun bergeser dari rasional menjadi strategi emosional, adanya teknologi yang semakin mutakhir,

<sup>1</sup> Selamat pohan, ekonomi mikro islam, (KBPM Sumatera Utara Medan, 2017). Hlm:39

<sup>2</sup> A.Hassan, Tafsir Al-Furqan Guru persatuan islam. (syawal, 1406). Hlm:45

<sup>3</sup> M. Nur rianto al arif, lembaga keuangan syariah, (Bandung cv pustaka setia, 2012). Hlm:14

<sup>4</sup> Murtu sumarni-John soeprihanto. pengantar bisnis (dasar-dasar ekonomi perusahaan. Yogyakarta, 2005). Hlm:7

sistem-sistem kerja organisasi semakin selektif dan berbagai macam keunggulan lain yang mendukung kinerja perusahaan menyebabkan persaingan bisnis semakin ketat dan memanjakan pelanggan. Persaingan dimana perusahaan masing-masing dan berusaha untuk memuaskan pelanggan, salah satunya yaitu perusahaan yang bergerak dibidang kuliner berbasis syariah. Usaha peternakan ayam broiler ditinjau dari etika bisnis usaha ditemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan etika bisnis Islam. Hal ini yang membuat masih sangat rendahnya usaha fried chicken berbasis syariah dan juga menyebabkan perkembangan usaha masih rekatif kecil serta dinyatakan belum layak sebagai usaha berbasis syariah.

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui masalah yang terjadi yaitu kurangnya minat pembeli khususnya umat islam terhadap makanan siap saji. Pembeli khususnya mayoritas beragama islam sangat memperhatikan tentang makanan siap saji yang mereka konsumsi, bagaimana dengan makanan siap saji seperti fried chicken yang akan mereka konsumsi, apakah halal atau tidak, apakah terjamin oleh MUI. Hal ini terjadi pada masyarakat di kota Medan, masyarakat kota Medan yang beragama islam sangat memperhatikan makanan siap saji seperti fried chicken yang banyak di jual oleh para pengusaha warung kuliner. Namun usaha kuliner fried chicken di kota Medan sangat jarang menggunakan prinsip syariah. Hanya ada beberapa dari sekian banyaknya kuliner fried chicken yang berbasis syariah seperti usaha kuliner Hisanah Fried Chicken. UKM ayam goreng *fast food* berbasis syariah masih sangat rendah di Indonesia khususnya di kota Medan. Pengetahuan pengusaha tentang usaha berbasis syariah juga masih kurang, sehingga minat para pengusaha untuk menjalankan usaha fried chicken berbasis syariah juga rendah. Hal ini yang menyebabkan perkembangan UKM ayam goreng *fast food* berbasis syariah masih sangat tertinggal jauh dibandingkan dengan usaha ayam goreng yang tidak berbasis syariah seperti KFC, Texas, MC'donald yang telah tersebar usahanya di berbagai provinsi khususnya di kota Medan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis mencoba membahas dan menganalisa permasalahan tersebut dengan mengangkat judul:”**Analisis**

## **Perkembangan Usaha Hisana *Fried Chicken* Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor).**

### **B. Identifikasi Masalah**

Dilihat dari latar belakang masalah penelitian ini maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Masih rendahnya UKM ayam goreng berbasis syariah.
2. Sedikitnya usaha daging ayam broiler berbasis syariah.
3. Rendahnya pengetahuan pengusaha tentang usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah.
4. Rendahnya minat pengusaha menjalankan usaha *fried chicken* berbasis syariah.
5. Perkembangan usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah.

### **C. Batasan Masalah**

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah pengetahuan pengusaha tentang usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah dan perkembangan usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah (Hisana Fried Chicken di Jl. Karya Jaya No. 15 D, Pangkalan Mansyur Kecamatan Medan Johor).

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat disusun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengetahuan pengusaha tentang usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah?
2. Bagaimana perkembangan usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah?

### **E. Tujuan Penelitian**

Ada pun tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu:

1. Untuk menganalisis pengetahuan pengusaha hisana *fried chicken* tentang usaha berbasis syariah.
2. Untuk menganalisis perkembangan usaha hisana *fried chicken* berbasis syariah.

### **F. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna baik secara langsung maupun tidak langsung bagi pihak-pihak yang berkepentingan antara lain:

#### **1. Bagi Penulis**

Bagi penulis dapat menambah pengetahuan, ilmu, skill, kreatifitas dalam mengelola usaha agar menjadi lebih baik dengan mengetahui perkembangan usaha dan pengetahuan para pelayan hisana *fried chicken* berbasis syariah.

#### **2. Bagi Pengembangan Para Pengusaha dan Fakultas**

Hasil penelitian ini di harapkan dapat menjadi inspirasi dan meningkatkan pengetahuan serta minat para pengusaha kuliner dalam mengembangkan usahanya dengan berbasis syariah. Dan bagi pihak fakultas dapat digunakan untuk sumber informasi dalam penelitian lebih lanjut.

#### **3. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan tambahan untuk penelitian selanjutnya terutama yang berminat untuk mengkaji tentang perkembangan usaha kuliner berbasis syariah dalam ruang lingkup yang berbeda.

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Landasan Teoritis

##### 1. Usaha Kecil Menengah (UKM)

###### a. Pengertian UKM

UKM adalah singkatan dari Usaha Kecil Menengah. UKM diatur berdasarkan UU Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Kecil Menengah. Berikut kutipan dari isi UU 20/2008.

- 1) Usaha Kecil adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau bukan cabang perusahaan yang dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dari usaha menengah atau usaha besar yang memenuhi kriteria.<sup>5</sup> Usaha kecil adalah kegiatan ekonomi yang berskala kecil, memenuhi kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan serta kepemilikan sebagaimana diatur dalam undang-undang. Usaha kecil merupakan orang yang berani membuka lapangan pekerjaan dengan kekuatan sendiri, tetapi juga menguntungkan masyarakat, karena dapat menyerap tenaga kerja yang memerlukan pekerjaan.<sup>6</sup>

Dari pengertian-pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa usaha kecil adalah pribadi tertentu yang secara kualitatif lebih dari kebanyakan manusia umunya, yaitu pribadi yang memiliki kemampuan untuk :

- a) Berdiri diatas kekuatan sendiri.
  - b) Mengambil keputusan untuk diri sendiri.
  - c) Menetapkan tujuan atas dasar pertimbangan sendiri.
  - d) Berani mengambil resiko.
  - e) Memanfaatkan kesempatan usaha yang ada.
- 2) Usaha Menengah adalah usaha ekonomi produktif yang berdiri sendiri, yang dilakukan oleh orang perorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang

---

<sup>5</sup> Sadono sukirno.pengantar bisnis, Edisi ke Lima (Kencana,Jakarta,2004).Hlm:365

<sup>6</sup> Ma'ruf Abdullah, Wirausaha Berbasis Syariah, (Banjarmasin, Antasari Press,2010). Hlm:1

dimiliki, dikuasai, atau menjadi bagian baik langsung maupun tidak langsung dengan usaha kecil atau usaha besar dengan jumlah kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan sebagaimana diatur dalam undang-undang ini.

Usaha kecil menengah (UKM) memang tengah menjadi primadona. Alokasi anggaran untuk usaha ini cukup besar. Banyak program yang telah dijalankan untuk memberdayakan UKM sejak hampir 20 tahun yang lalu, meskipun hasilnya sampai saat ini belum menggembirakan. Sehingga perlu dicarikan format baru yang berbeda dengan yang sebelumnya agar UKM memiliki peluang untuk berkembang, namun perkembangan Usaha Kecil Menengah di Indonesia masih terlambat sejumlah persoalan seperti dari segi internal atau eksternal seperti halnya masalah komunikasi kerja, perekrutan, modal dan pemasaran antara lain, yaitu:

a) Komunikasi Kerja

Komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi antar individu melalui sistem yang biasa (lazim), baik dengan symbol-simbol, sinyal-sinyal maupun perilaku atau tindakan. Pada umumnya, pengertian komunikasi ini paling tidak melibatkan dua orang atau lebih dan proses pemindahan pesannya dapat dilakukan dengan menggunakan cara-cara berkomunikasi yang biasa dilakukan oleh seseorang melalui lisan, tulisan, maupun sinyal-sinyal nonvariabel.<sup>7</sup>

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai suatu proses penyampaian informasi dari pengirim ke penerima dengan menggunakan berbagai media yang efektif sehingga pesan tersebut dapat dengan jelas dan mudah dipahami oleh penerima pesan tersebut.

Tugas seorang manager yang tak kurang pentingnya ialah berkomunikasi, bahkan boleh disebut komunikasi merupakan urat nadi bagi berkiprahnya suatu organisasi, apalagi organisasi bisnis, salah sedikit saja komunikasi bisa membuat hancurnya sebuah usaha.

---

<sup>7</sup> Djoko Purwanto, Komunikasi Bisnis, (Jakarta:Erlangga.2002). Hlm: 3

#### b) Perekrutan Karyawan

Islam mendorong umatnya untuk memilih calon karyawan berdasarkan pengetahuan, pengalaman, kemampuan teknis yang dimiliki. Karyawan merupakan sumber daya manusia yang paling penting dalam organisasi public. Karyawan yang baik dan memenuhi standar kualitas, hanya akan dapat diperoleh melalui upaya rekrutmen yang efektif. Supaya dapat melakukan proses rekrutmen secara efektif, harus tersedia informasi akurat dan berkelanjutan mengenai jumlah dan kualifikasi individu yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai tugas pokok dan fungsi dalam organisasi.<sup>8</sup>

Program rekrutmen yang ideal adalah sebuah program dimana jumlah pelamar yang berkualitas ditarik dan menerima posisi jabatan tertentu yang dilakukan dengan cara sangat efisien. Kebijakan rekrutmen di masa lampau lebih memfokuskan pada penempatan posisi-posisi diisi dengan mempertimbangkan biaya serta pengisian lebih cepat, namun pada dewasa ini lebih menekankan pada dimensi kualitas karyawan, program rekrutmen yang baik perlu melayani banyak tujuan.

Untuk memperoleh karyawan yang benar-benar tepat bagi organisasi public, dengan departemen SDM bertanggung jawab untuk menyediakan sekumpulan pelamaryang emenuhi syarat, sedangkan penyedia bertanggung jawab terhadap penentuan calon yang dipilih dari kumpulan itu. Agar efektif maka perekrut harus mengetahui karyawan apa saja yang bakal diisi dan dimana sumber daya manusia yang potensi dapat dicari.

#### c) Modal

Dengan perkembangan teknologi dan makin jauhnya spesialisasi dalam perusahaan serta juga makin banyaknya perusahaan-perusahaan yang menjadi besar maka factor produksi modal mempunyai arti yang lebih menonjol lagi. Sebenarnya masalah modal dalam perusahaan merupakan persoalan yang tidak akan berakhir, mengingat bahwa masalah modal itu mengandung begitu banyak dan berbagai aspek.

---

<sup>8</sup> Ambar Teguh Sulistiani, Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep Teori dan Pengembangan dalam Kontek Organisasi Publik. Yogyakarta: Graha Ilmu.2003). Hlm:133

Modal adalah satu faktor produksi selain tanah, tenaga kerja, dan organisasi yang digunakan untuk membantu mengeluarkan aset lain.<sup>9</sup>

Pengembangan bisnis yang memerlukan modal dalam islam harus berorientasi syariah, sebagai pengendali agar bisnis itu tetap berada dijalur yang benar sesuai dengan ajaran islam.

### b. Kriteria UKM

No.	URAIAN	KRITERIA	
		ASSET	OMZET
1	USAHA KECIL	>50 Juta – 500 Juta	> 300 Juta – 2,5 Miliar
2	USAHA MENENGAH	>500 Juta – 10 Miliar	> 2,5 Miliar – 50 Miliar

### c. Klasifikasi UKM

Dalam perspektif perkembangannya, UKM dapat diklasifikasikan menjadi 4 (empat) kelompok yaitu :

- 1) Livelihood Activities, merupakan UKM yang digunakan sebagai kesempatan kerja untuk mencari nafkah, yang lebih umum dikenal sebagai sektor informal. Contohnya adalah pedagang kaki lima.
- 2) Micro enterprise, merupakan UKM yang memiliki sifat pengrajin tetapi belum memiliki sifat kewirausahaan.
- 3) Small Dynamic Enterprise, merupakan UKM yang telah memiliki jiwa kewirausahaan dan akan melakukan transformasi menjadi Usaha Besar (UB)

Contoh UKM Bidang Kuliner seperti Jualan cemilan, gorengan, jualan makanan, membuka rumah makan, membuka restoran kecil atau bisa juga membuka usaha kafe.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Muhammad Djakfar, Etika Bisnis dalam Persepektif Islam.(Malang, UIN Malang Press,2007). Hlm:36

## 2. Hisana Fried chicken

### a. Pengertian Hisana Fried Chicken

Hisana fried chicken adalah merek ayam goreng kripsi buatan asli anak bangsa yang enaknyanya disukai di Indonesia. Tak kalah dengan yang di Mall baik rasa dan penampilan, outlet- outlet Hisana telah tersebar dengan layanan prima take away dengan beberapa resto.

Hisana Fried Chicken sudah ada di kota/kabupaten, kecamatan dan kelurahan. Sebut saja alamatnya ada : Hisana Jakarta, Hisana Bandung, Hisana Surabaya, Hisana Bekasi, Hisana Tangerang, Hisana Karawang, Hisana Subang, Hisana Purwakarta, Hisana Makassar, Hisana Balikpapan, Hisana Sumedang, Hisana Medan, dan lain-lain.

Hisana fried chicken tetap memberikan kualitas produk bagi konsumen, terus berinovasi dan semakin memperluas jangkauan layanan agar banyak dinikmati seluruh nusantara.

### b. kelebihan ayam Hisana dan kelebihan bisnis perusahaan Hisana:

#### a) Kelebihan Ayam Hisana:

- (1) Tidak keras
- (2) Renyah
- (3) Harga sangat terjangkau
- (4) Rasanyapaling disukai Indonesia

#### b) Kelebihan bisnis perusahaan Hisana:

- (1) Sistem bagi hasil (insyaallah sesuai syariah). HALAL
- (2) Bersertifikat halal
- (3) Menguntungkan
- (4) Tersebar di seluruh kota di Indonesia
- (5) Perusahaan asli Indonesia
- (6) Cocok bagi yang ingin punya bisnis tapi terkendala waktu.

---

<sup>10</sup> <http://peuyeungcipatat.blogspot.co.id>

Hisana fried chicken yang dijalaninya berjalan dengan sentimentpositif. Sebelum mencapai hal itu, Setidaknya Tatang harus melakukan beberapa ekperimen untuk mendapatkan resep yang pas. Sekitar tiga tahun, ada ratusan ekor ayam yang menjadi “korban” selama uji coba. Akhirnya, Tatang berhasil menemukan formula yang tepat untuk ayam tepung olahannya. Bisnis yang dirintisnya sejak 16 September 2006 ini, terus mengalami pertumbuhan yang sangat signifikan sampai sekarang.<sup>11</sup>

c. macam-macam hukum binatang yang halal dan haram yaitu :

a) Yang Halal

- (1) Semua binatang yang hidup di air dan tidak dapat bertahan lama hidup di darat hukumnya halal, sekalipun rupanya seperti binatang yang haram di darat, misalnya rupanya seperti babi, kecuali binatang yang mengandung racun. Isi kerang, tiram dan kepah hukumnya halal. Belut termasuk binatang yang halal.
- (2) Binatang-binatang darat yang halal yaitu lembu,sapi, kambing, kuda, kerbau, unta, kijang/rusa, pelanduk, landak, kancil, dan kelinci.
- (3) Burung yang halal seperti itik, mentok, angsa, ayam, ayam hutan, belibis, punai, merpati, tekukur, merbuk, deruk, perling, burung ayam-ayaman, burung pipit, dan beberapa jenis burung yang halal lainnya.
- (4) Segala makanan yang baik dan lezat, halal hukumnya.

b) Yang Haram

- (1) Semua binatang yang dapat hidup di dua tempat, yakni di darat dan di air, hukumnya haram, seperti katak, penyu, buaya, kepiting batu dan sebagainya.
- (2) Semuabinatang yang bertaring kuat hukumnya haram dimakan, seperti gajah, singa, harimau, serigala, beruang, badak, kucing,

---

<sup>11</sup> <http://hisanafriedchicken.blogspot.co.id>

keras, anjing, tenggiling, macan tutul dan sebagainya, termasuk juga tikus.

- (3) Semua burung yang berkuku tajam dan menyambar serta makan dengan kakinya, mencengkeram, tidak dengan mencotok, hukumnya haram, misalnya burung elang, nuri, kakatua, rajawali, burung hantu, tiung, kelelawar, merak, belatuk, burung layang-layang dan sebagainya.
- (4) Hasyarat : yakni binatang bumi yang kecil-kecil, hukumnya haram dimakan, seperti semut, lalat, cacing, jangkrik, lipas, pacat, ular, ngengat, lintah, lebah, lawah-lawah, kumbang, nyamuk dan kalamayar.<sup>12</sup>

### 3. Prinsip Konsumen Dalam Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada ditangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri. Orang lain masih berhak atas anugerah-anugerah tersebut walaupun mereka tidak memperolehnya. Dalam Al-Quran Allah SWT mengutuk dan membatalkan argument yang dikemukakan oleh orang kaya yang kikir karena ketidaksediaan mereka memberikan bagian atau miliknya ini.

Ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa sekarang ini, untuk mengurangi energy manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya. Perkembangan *bathiniah* yang bukan perluasan lahiriah, telah dijadikan cita-cita setinggi manusia dalam hidup. Tetapi semangat modern dunia akhirat, sekalipun tidak merendahkan nilai kebutuhan akan kesempurnaan batin, namun rupanya telah mengalihkan tekanan kearah perbaikan kondisi-kondisi kehidupan material. Dalam ekonomi Islam konsumsi dikendalikan oleh 4 prinsip dasar.

---

<sup>12</sup> Moh. Rifai. Ilmu Fiqih Islam Lengkap, (Cv. Toha Putra. Semarang, 1978). Hlm:433-436

a) Prinsip Keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.

إِنَّمَا حَرَّمَ عَلَيْكُمُ الْمَيْتَةَ وَالدَّمَ وَلَحْمَ الْخِنْزِيرِ وَمَا أُهِلَّ بِهِ لِغَيْرِ اللَّهِ طَقَمَن  
اضْطُرَّ غَيْرَ بَاغٍ وَلَا عَادٍ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ غَفُورٌ رَحِيمٌ

Artinya:” Sesungguhnya Allah hanya mengharamkan bagimu bangkai, darah, daging babi, dan binatang yang (ketika disembelih) disebut (nama) selain Allah. Tetapi barangsiapa dalam keadaan terpaksa (memakannya) sedang dia tidak menginginkannya dan tidak (pula) melampaui batas, maka tidak ada dosa baginya. Sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang”. (QS. Al-Baqarah: 173)<sup>13</sup>

b) Prinsip Kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum dalam kitab suci Al-Quran maupun Sunnah tentang makanan. Harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor maupun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

c) Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebihan.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تُحَرِّمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا ۚ إِنَّ  
اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ

<sup>13</sup> A.Hassan, Tafsir Al-Furqan Guru persatuan islam.(syawal,1406).Hlm:46

Artinya:” Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu haramkan apa-apa yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas”. (QS. AL-Maidah: 87)<sup>14</sup>

#### d) Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan meminum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hatinya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntutanannya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintahnya.

أُحِلَّ لَكُمْ صَيْدُ الْبَحْرِ وَطَعَامُهُ مَتَاعًا لَكُمْ وَلِلسَّيَّارَةِ<sup>ط</sup> وَحُرِّمَ عَلَيْكُمْ صَيْدُ  
الْبَرِّ مَا دُمْتُمْ حُرْمًا<sup>ظ</sup> وَانْفُوا<sup>ط</sup> اللَّهُ الَّذِي إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ

Artinya:” Dihalalkan bagimu binatang buruan laut dan makanan (yang berasal) dari laut sebagai makanan yang lezat bagimu, dan bagi orang-orang yang dalam perjalanan; dan diharamkan atasmu (menangkap) binatang buruan darat, selama kamu dalam ihram. Dan bertakwalah kepada Allah Yang kepada-Nya-lah kamu akan dikumpulkan”.(QS. Al-Maidah: 96)<sup>15</sup>

#### 4. Ekonomi Syariah Menurut Para Ahli

Ekonomi syariah adalah segala aktivitas manusia dengan manusia lain yang berhubungan dengan produksi, distribusi, dan konsumsi berdasarkan syariat islam.

Menurut Dawan Raharjo, memilih istilah ekonomi islam ke dalam tiga kemungkinan. Pertama, ekonomi islam adalah ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai atau ajaran islam. Kedua, ekonomi islam merupakan

<sup>14</sup> Ibid,Hlm:234

<sup>15</sup> A.Hassan, Tafsir Al-Furqan Guru persatuan islam.(syawal,1406).Hlm:237

suatu sistem. Sistem menyangkut pengaturan, yaitu pengaturan kegiatan ekonomi dalam suatu masyarakat atau negara berdasarkan cara atau metode tertentu. Ketiga, ekonomi islam dalam pengertian perekonomian umat islam. ketiga wilayah tersebut yaitu teori, sistem, dan kegiatan ekonomi umat islam merupakan tiga pilar yang harus membentuk sebuah sinergi.

Menurut Adiwirman Karim, ketiga wilayah level (teori, sistem, dan aktivitas) tersebut menjadi basis dalam upaya penegakkan syariat dalam bidang ekonomi islam yang harus dilakukan secara akumulatif. Dengan demikian, diperlukan upaya yang sinergi dengan melibatkan seluruh komponen dalam rangka menegakkan syariat dalam bidang ekonomi.<sup>16</sup>

Tujuan ekonomi syariah selaras dengan tujuan dari syariat islam itu sendiri yaitu mencapai kebahagiaan didunia dan akhirat (falah) melalui suatu tata kehidupan yang baik dan terhormat. Tujuan falah yang ingin dicapai oleh ekonomi syariah meliputi aspek mikro ataupun makro. Tujuannya pun menjaga kemaslahatan bisa dengan cara *min haytsu al-wujud* dan *min haytsu al-adam*, menjaga kemaslahatan dengan cara *min haytsu al-wujud* maksudnya menjaga dengan cara mengusahakan segala bentuk aktivitas dalam ekonomi yang bisa membawa kemaslahatan. Misalnya ketika seseorang sektor industri, ia harus selalu mempersiapkan beberapa strategi agar bisnisnya bisa berhasil mendapatkan profit dan benefit dengan baik sehingga akan membawa kebaikan bagi banyak pihak.

Menjaga kemaslahatan *min haytsu al-adam* adalah dengan cara memerangi segala hal yang bisa menghambat jalannya kemaslahatan itu sendiri. Misalnya, ketika seseorang memasuki sektor industri ia harus mempertimbangkan beberapa hal yang bisa menyebabkan bisnis tersebut bangkrut.

#### a. Tujuan, Kegunaan dan Pentingnya Ekonomi Islam

Penerapan sistem ekonomi islam dalam suatu Negara bertujuan untuk : *Pertama*, membumikan syariat islam dalam sistem ekonomi dalam suatu Negara secara kaffah. Penerapan ini disebabkan sistem ekonomi islam merupakan urat nadi pembangunan masyarakat yang di al-Qaradhawi material. *Kedua*, membebaskan masyarakat muslim dari belenggu barat yang menganutsistem ekonomi kapitalis, dan timur yang menganut sistem ekonomi komunis serta mengakhiri

---

<sup>16</sup> Muhammad Nur Rianto Al Arif, Lembaga Keuangan Syariah, Suatu Kajian Teoretis Praktis, (Bandung: CV Pustaka Setia, 2012), Hlm.14.

keterbelakangan ekonomi masyarakat atau negara-negara muslim. *Ketiga*, menghidupkan nilai-nilai islam dalam seluruh kegiatan ekonomi dan menyelamatkan moral umat dari paham materialism-hedonisme. *Keempat*, menegakkan bangunan ekonomi yang mewujudkan persatuan dan solidaritas negara-negara muslim dalam satu ikatan risalah islamiyah. *Kelima*, tujuan akhir dari penerapan ekonomi islam adalah mewujudkan falah (kesejahteraan) masyarakat secara umum. falah dalam kehidupan ekonomi dapat dicapai dengan penerapan prinsip keadilan dalam kehidupan ekonomi. Misalnya, adil dalam produksi diwujudkan dalam bentuk tidak membebankan pajak pada biaya produksi sehingga harga tidak meningkat.<sup>17</sup>

#### b. Karakteristik Ekonomi Islam

Yusuf al-Qaradhawi menyatakan bahwa ekonomi islam itu adalah ekonomi yang beraskan ketuhanan, berwawasan kemanusiaan, berakhlak, dan ekonomi pertengahan. Sesungguhnya ekonomi islam adalah ekonomi ketuhanan ekonomi kemanusiaan, ekonomi akhlak, dan ekonomi pertengahan. dari pengertian yang dirumuskan al-Qaradhawi ini muncul empat nilai-nilai utama yang terdapat dalam ekonomi islam sehingga menjadi karakteristik ekonomi islam yaitu:

##### 1) Iqtishad Rabbani (Ekonomi Ketuhanan)

Ekonomi islam adalah ekonomi ilahiyyah karena titik awalnya berangkat dari Allah dan tujuannya untuk mencapai ridha Allah. Karena itu seorang muslim dalam aktifitas ekonominya, misalnya ketika membeli atau menjual dan sebagainya berarti menjalankan ibadah kepada Allah. Semua aktivitas ekonomi dalam islam kalau dilakukan sesuai dengan syariatnya dan niat ikhlas maka akan bernilai ibadah di sisi Allah. Hal ini sesuai dengan tujuan penciptaan manusia di muka bumi, yaitu untuk beribadah kepadanya.

##### 2) Iqtishad Akhlaqi (Ekonomi akhlak)

Hal yang membedakan antara sistem ekonomi islam dengan sistem ekonomi lain adalah dalam sistem ekonomi islam antara ekonomi dengan akhlak tidak pernah terpisah sama sekali, seperti tidak pernah terpisahnya antara ilmu dengan akhlak, antara siyasah

---

<sup>17</sup> Rozalinda, *Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. (Jakarta: Rajawali Pers, 2014). Hlm:3

dengan akhlak karena akhlak adalah urat nadi kehidupan islami. Kesatuan antara ekonomi dengan akhlak ini semakin jelas terlihat pada terlihat pada setiap aktivitas ekonomi, baik yang berkaitan dengan produksi, konsumsi, distribusi, dan sirkulasi. Seorang muslim baik secara pribadi maupun kelompok tidak bebas mengerjakan apa saja yang diinginkannya ataupun yang menguntungkannya saja, karena setiap muslim terkait oleh iman dan akhlak yang harus diaplikasikan dalam setiap aktivitas ekonomi, disamping terikat dengan undang-undang dan hukum-hukum syariat.

### 3) Iqtishad Insani (Ekonomi Kenyataan)

Ekonomi islam bertujuan untuk mewujudkan kehidupan yang baik dengan memberi kesempatan bagi manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Untuk itu, manusia perlu hidup dengan pola kehidupan rabbani sekaligus manusiawi sehingga ia mampu melaksanakan kewajibannya kepada tuhan, kepada dirinya, keluarga, dan kepada manusia lain secara umum. Manusia dalam sistem ekonomi islam adalah tujuan sekaligus sasaran dalam setiap kegiatan ekonomi karena ia telah dipercayakan sebagai khalifahnyanya. Allah memberikan kepada manusia beberapa kemampuan dan sarana yang memungkinkan mereka melaksanakan tugasnya. Karena itu, manusia wajib beramal dengan berkreasi dan berinovasi dalam setiap kerja keras mereka. Dengan demikian akan dapat terwujud manusia sebagai tujuan kegiatan ekonomi dalam pandangan islam sekaligus merupakan sarana dan pelakunya dengan memanfaatkan ilmu yang telah diajarkan allah kepadanya.

### 4) Iqtishad Washatbi (Ekonomi Pertengahan)

Karakteristik islam adalah sikap pertengahan, seimbangan (tawazun) antara dua kutub ( aspek duniawi dan ukhrawi) yang berlawanan dan bertentangan. Arti tawazun (seimbangan) diantara dua kutub ini adalah memberikan kepada setiap kutub itu haknya

masing-masing secara adil atau timbangan yang lurus tanpa mengurangi atau melebihkannya seperti aspek keakhiratan atau keduniawian. Dalam sistem islam, individualism dan sosialisme bertemu dalam bentuk perpaduan yang harmonis. Dimana kebebasan individu dengan kebebasan masyarakat seimbang, antara hak dan kewajiban serasi, imbalan dan tanggung jawab terbagi dengan timbangan yang lurus.

Washatiyyah (pertengahan atau keseimbangan) merupakan nilai-nilai yang utama dalam ekonomi islam. Bahkan nilai-nilai ini menurut Yusuf al-Qaradhawi merupakan ruh atau jiwa dari islam. Ciri khas pertengahan ini tercermin dalam keseimbangan yang adil yang ditegakkan oleh individu dan masyarakat. Berdasarkan prinsip ini, sistem ekonomi islam tidak menganiaya masyarakat terutama golongan ekonomi lemah, seperti telah yang telah terjadi dalam masyarakat ekonomi kapitalis, juga tidak memperkosa hak dan kebebasan individu seperti yang telah dibuktikan golongan ekonomi komunis. Akan tetapi islam mengambil posisi dipertengahan berada di antara keduanya, memberikan hak masing-masing individu dan masyarakat secara utuh. Menyeimbangkan antar bidang produksi dan konsumsi, antara satu produksi dengan produksi lain.<sup>18</sup>

## 5. Etika Bisnis Dalam Islam

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan. Pedoman tersebut adalah al-Qur'an dan Sunnah Nabi. Sebagai sumber ajaran Islam, setidaknya dapat menawarkan nilai-nilai dasar atau prinsip-prinsip umum yang penerapannya dalam bisnis disesuaikan dengan perkembangan zaman dan mempertimbangkan dimensi ruang dalam waktu.

Kata etika berasal dari bahasa Yunani yaitu "ethos" yang mempunyai arti: adat, akhlak, watak, sikap dan cara berfikir atau berarti ada istiadat. Dapat dikatakan pula bahwa, Etika adalah filsafat tentang nilai-nilai kesusilaan tentang baik buru. Jadi, di samping mempelajari nilai-nilai, etika juga merupakan pengetahuan tentang batin seseorang yang sesuai dengan norma-norma etik.

---

<sup>18</sup> Ibid, Hlm:10

Bisnis adalah pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau memberikan manfaat. Menurut arti dasarnya, bisnis memiliki makna sebagai “the buying and selling of goods and services”. Bisnis berlangsung karena adanya kebergantungan antar individu, adanya peluang internasional, usaha untuk mempertahankan dan meningkatkan standar hidup, dan lain sebagainya.<sup>19</sup> Bisnis dalam Al-quran dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu: bisnis yang menguntungkan, bisnis yang merugi, dan pemeliharaan prestasi, hadiah, dan hukuman. *Pertama*, bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar, yaitu: a) mengetahui investasi yang paling baik, b) membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal, dan c) mengikuti perilaku yang baik. *Kedua*, bisnis yang merugi, bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena ketidakadaan atau kekurangan beberapa elemen dari bisnis yang menguntungkan. *Ketiga*, pemeliharaan prestasi, hadiah dan hukuman, dalam hal ini al-quran menyoroti bahwa segala perbuatan manusia tidak akan bisa lepas dari sorotan dan rekaman Allah SWT maka dari itu, siapa pun yang melakukan prestasi yang positif akan mendapatkan pahala begitu pula sebaliknya.<sup>20</sup>

Etika bisnis terkait dengan masalah penilaian terhadap kegiatan dan perilaku bisnis yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran bisnis. Kebenaran di sini yang dimaksud adalah etika standar yang secara umum dapat diterima dan diakui prinsip-prinsipnya baik oleh masyarakat, perusahaan dan individu.<sup>21</sup>

Permasalahan yang dihadapi dalam etika bisnis pada dasarnya ada 3 jenis, yaitu:

- a) Sistematis, yaitu masalah-masalah sistematis dalam etika bisnis pertanyaan-pertanyaan etis yang muncul mengenai sistem ekonomi, politik, hukum, dan sistem sosial lainnya dimana bisnis beroperasi.
- b) Korporasi, yaitu permasalahan korporasi dalam perusahaan bisnis adalah pertanyaan-pertanyaan yang dalam perusahaan-perusahaan tertentu. Permasalahan ini mencakup pertanyaan tentang moralitas aktivitas, kebijakan, praktik dan struktur organisasional perusahaan individual sebagai keseluruhan.
- c) Individu, yaitu permasalahan individual dalam etika bisnis adalah pertanyaan yang muncul seputar individu tertentu dalam perusahaan.<sup>22</sup>

---

<sup>19</sup> Ika Yunia Fauzia. Etika Bisnis Dalam Islam. (Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri, 2013), Hlm:3

<sup>20</sup> Ibid. Hlm:12

<sup>21</sup> Sadono Sukirno, Pengantar Bisnis Edisi Pertama (Jakarta: Kencana, 2005), Hlm:23-24

<sup>22</sup> Agus Arinjo. Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis, (Jakarta, Rajawali Pers, 2012), Hlm:7-8

Prasyarat untuk meraih keberkahan atas nilai transenden seorang pelaku bisnis harus mempertimbangkan beberapa prinsip etika yang telah digariskan dalam Islam, antara lain:

- a) Jujur dalam takaran.
- b) Menjual barang yang baik mutunya.
- c) Dilarang menggunakan sumpah.
- d) Membangun hubungan baik
- e) Tertib administrasi.
- f) Menetapkan harga dengan transparan.

Dengan kendala syariah, bisnis dalam islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama, yaitu sebagai berikut:

1) Target Hasil (*profit* materi dan *benefit* nonmateri)

Tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari *profit* (nilai materi), tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan *benefit* (keuntungan atau manfaat) nonmateri, baik bagi pelaku bisnis sendiri maupun pada lingkungan yang lebih luas, seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial, zakat dan sebagainya. *Benefit* yang dimaksudkan tidaklah semata manfaat memberikan manfaat kebendaan, tetapi dapat juga bersifat non material. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada qimah madiyah karena masih ada tiga orientasi lainnya, yakni qimah insaniyah, qimah khuluqiyah dan qiyah ruhiyah. Dengan orientasi qimah insaniyah, berarti pengelola perusahaan juga dapat memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial ( sedekah), dan bantuan lainnya. Qimah khuluqiyah mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlaq al-karimah menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas pengelolaan perusahaan, sehingga dalam perusahaan tercipta hubungan persaudaraan yang islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau professional. Sedangkan qimah ruhiyah berarti perbuatan tersebut dimaksudkan untuk mendekatkan diri kepada allah.

## 2) Pertumbuhan

Jika profit materi dan benefit non materi telah diraih sesuai target, perusahaan akan mengupayakan pertumbuhan atau kenaikan terus menerus dari setiap profit dan benefitnya itu. Hal ini perusahaan akan terus menerus diupayakan agar tumbuh meningkat setiap tahunnya. Upaya pertumbuhan ini tentu dalam koridor syariat. Misalnya, dalam meningkatkan jumlah produksi, seiring dengan perluasan pasar dan peningkatan inovasi agar bisa menghasilkan produk baru, dan sebagainya.

## 3) Keberlangsungan

Pencapaian target hasil dan pertumbuhan terus diupayakan keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama dan dalam menjaga keberlangsungan itu dalam koridor syariat Islam. Dalam kurun waktu selama mungkinmaksudnya belum sempurna orientasi manajemen suatu perusahaan bila hanya berhenti pada pencapaian target hasil dan pertumbuhan. Karena itu, perlu diupayakan terus agar pertumbuhan target hasil yang telah diraih dapat dijaga keberlangsungannya dalam kurun waktu yang cukup lama.

## 4) Keberkahan

Faktor keberkahan atau upaya mencari *ridho* Allah, merupakan puncak kebahagiaan hidup muslim. Para pengelola bisnis harus mematok orientasi keberkahan ini menjadi visi bisnisnya, agar senantiasa dalam kegiatan bisnis selalu berada dalam kendali syariat dan diraihnya keridhoan Allah.<sup>23</sup> Bila ini tercapai, manandakan terpenuhnya dua syarat diterimanya amal manusia, yakni adanya nikmat ikhlas dan cara yang sesuai dengan tuntutan syariah.

---

<sup>23</sup> Mardani, Hukum Bisnis Syariah. (Jakarta, Kencana, 2014). Hlm:12-13

### a. Etika Dalam Menghadapi Pelanggan

Kesalahan pengusaha terhadap pelanggan atau konsumen termasuklah perbuatan tidak melabelkan pada bungkus makanan kandungan sebenarnya, menjual barang dengan timbangan yang kurang untuk pengguna, menyuap pihak berkuasa untuk mendapat sertifikat dan lisensi barang dan juga memberi fakta yang tidak tepat kepada pelanggan. Selanjutnya kita akan menentukan bagaimana sikap konsumen, perilaku konsumen, kepuasan konsumen, yaitu:

#### a) Sikap Konsumen

Sikap konsumen merupakan sebuah sikap yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap produk maupun sebuah strategi pemasaran.

#### b) Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang dinamis ditunjukkan dalam bentuk perilaku yang diperlihatkan oleh konsumen baik perorangan maupun kelompok dalam mencari, mengevaluasi, membeli, menggunakan dan membuang suatu produk, jasa dan ide yang mereka harapkan akan memuaskan kebutuhan mereka.

#### c) Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan sebuah ukuran dari apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menikmati atau menggunakan produk yang dijual.<sup>24</sup>

### b. Mengembangkan Etika Kerja yang Baik

Kebijakan perusahaan perlu berusaha membina etika kerja yang baik di kalangan pekerja. Para pekerja yang mengamalkan etika kerja yang baik dapat menguntungkan perusahaan karena pekerja-pekerja ini tidak akan melakukan tindakan yang merugikan perusahaan dan mereka juga akan mencoba memuaskan keinginan pelanggan perusahaan.<sup>25</sup>

Kelakuan beretika dalam perusahaan dan organisasi mempunyai beberapa ciri yang harus diperhatikan. Ciri-ciri tersebut adalah :

---

<sup>24</sup> Suwinto Johan, Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis. (Yogyakarta, Graha Ilmu, edisi Pertama, 2011). Hlm:61-62

<sup>25</sup> Sadono Sukino, Pengantar Bisnis Edisi Pertama. (Jakarta: Kencana, 2005), Hlm:342

(1) Bersaing Secara Adil dan Jujur

Antara lingkungan perusahaan yang memberi tantangan kepada setiap usaha adalah pesaing (competitors), adalah penting untuk setiap perusahaan membaca dan mengkaji setiap langkah yang diambil pesaing. Namun dalam setiap tindakan yang diambil elemen etika harus diterapkan dengan mempertimbangkan keadilan dan kejujuran. Tindakan berusaha keras untuk menang adalah baik, tetapi perbuatan khianat akan memberi respon yang lebih keras dan tindakan balas-membalas tidak akan berkesudahan.

(2) Hubungan yang Transparan

Hubungan yang transparan hendaklah diamalkan dengan pekerja, pemegang saham dan pihak berkepentingan yang lain yang mempunyai hubungan dengan perusahaan. Segala kritik, komentar terhadap individu harus dibuat dengan sopan tetapi berterus terang. Pekerja harus dilatih menjadi terbuka dalam menerima teguran, begitu juga pimpinan perusahaan harus membuka nuraninya dalam menerima teguran dan bukan menjadikannya alasan untuk melakukan tindakan menekan pekerja dan membalas dendam.

(3) Tidak Menyebabkan Kemudaratan Kepada Orang Lain

Segala tindakan yang dilakukan tidak sekali-kali harus menyebabkan kerugian kesusahan kepada orang lain. Segala keputusan harus berusaha mewujudkan kebaikan untuk semua. Sekitarnya ada kemuskilan yang menyebabkan akan berlaku keburukan kepada siapa pun terhadap keputusan yang akan diambil, peninjauan kembali keputusan tersebut harus dibuat.<sup>26</sup>

## 6. Jual Beli

a. Pengertian Jual Beli

Jual beli secara bahasa adalah menggantikan secara mutlak. Secara istilah jual beli adalah menggantikan harta dengan harta dengan jalan

---

<sup>26</sup> Sadono Sukino, Pengantar Bisnis Edisi Pertama (Jakarta, 2005), Hlm:335-336

saling ridho atau memindahkan kepemilikan dengan penggantian yang diijinkan padanya.

Menurut hanafi, jual beli adalah tukar menukar atau harta dengan barang atau harta milik orang lain yang dilakukan dengan cara tertentu. Atau tukar menukar barang yang bernilai dengan semacamnya dengan cara yang sah yakni ijab qabul. Menurut imam nawawi, jual beli adalah tukar menukar barang dengan barang yang bertujuan memberi kepemilikan.<sup>27</sup>

#### b. Larangan Dalam Jual Beli

Ada beberapa hal yang dilarang dalam transaksi jual beli yaitu riba, maysir, gharar. Berikut adalah penjelasan dari hal yang terlarang dalam jual beli yaitu :

##### (1) Riba

Riba secara bahasa artinya bertambah dan tumbuh, sayid sabid menjelaskan tentang pengertian riba yaitu penambahan atas modal pokok baik sedikit atau banyak. Al-quran secara jelas melarang riba dan menolak anggapan bahwa jual dan beli sama dengan riba.

Riba adalah penambahan pendapat secara tidak sah (bathil) dalam transaksi pertukaran barang sejenis yang tidak sama kuantitas, kualitas dan waktu penyerahan atau dalam transaksi hutang piutang yang mensyaratkan penambahan pengembalian.

Riba Dalam Pandangan Islam dengan tegas melarang praktik riba. Hal ini terdapat Al-quran dan As-sunah. Al-quran menyatakan haram terhadap riba bagi kalangan masyarakat muslim. Allah SWT telah mewahyukan adanya larangan riba secara bertahap, sehingga tidak mengganggu kehidupan ekonomi masyarakat pada saat itu.

Menurut *ijmak* konsensus para ahli fikih tanpa kecuali bunga tergolong riba, karena riba memiliki persamaan makna dan kepentingan dengan bunga.<sup>28</sup> Riba dapat mendorong terjadinya akumulasi kekayaan dan menghambat terjadinya investasi langsung dalam perdagangan. Riba akan mencegah terjadinya sirkulasi kekayaan

<sup>27</sup> Sayyid Sabiq. Fikih Sunnah. (Bandung). 1997. Hlm:47

<sup>28</sup> Sri Nurhayati, Wasilah, Akuntansi Syariah Di Indonesia Edisi 3, (Jakarta: Salemba Empat), 2013. Hlm. 60

itu hanya akan berputar pada orang-orang yang memiliki modal. Adapun sebab diharamkannya karena berbahaya besar:

- a) Ia dapat menimbulkan permusuhan antara pribadi dan mengikis habis semangat kerjasama/saling menolong sesama manusia.
- b) Menimbulkan tumbuhnya mental kelas pemboros yang tidak bekerja, juga dapat menimbulkan adanya penimbunan harta tanpa kerja keras sehingga tidak ubahnya dengan pohom benalu (parasit) yang tumbuh di atas jerih yang lain.
- c) Riba sebagai salah satu cara menjajah. Karena itu, penjajahan berjalan dibelakang pedagang dan pendeta. Dan kita telah mengenal riba dengan segala dampak negatifnya didalam menjajah negara kita.

Adapun jenis jenis riba :

- (a) Riba qardh adalah suatu suatu manfaat atau tingkat kelebihan tertentu yang disyaratkan terhadap yang berutang (muqtaridh). Riba qardh terjadi dalam setiap produk keuangan yang menggunakan transaksi pinjaman/kredit berbunga, baik yang dilakukan antar individu atau lembaga keuangan, walaupun menggunakan nama dan bentuk yang bermacam-macam.<sup>29</sup>
- (b) Riba jahiliyyah adalah utang dibayar lebih dari pokoknya karena si peminjam tidak mampu membayar utangnya pada waktu yang ditetapkan.
- (c) Riba fadhil adalah pertukaran antarbarang sejenis dengan kadar atau takaran yang berbeda, sedangkan barang yang dipertukarkan itu termasuk dalam jenis barang ribawi.
- (d) Riba nasi'ah adalah penanggungan penyerahan ataupun penerimaan jenis barang ribawi yang dipertukarkan dengan jenis barang ribawi lainnya. Riba dalam nasi'ah muncul karena adanya perbedaan, perubahan, atau

---

<sup>29</sup> Adiwarmarman A. karim. Riba, Gharar dan Kaidah-kaidah Ekonomi Syariah Analisis Fikih & Ekonomi. (Jakarta: Rajawali Pers, 2015). Hlm: 23

tambahan antara yang diserahkan saat ini dan yang diserahkan kemudian hari.<sup>30</sup>

- (e) Riba yadh, jual beli dengan mengakhiri penyerahan, yakni bercerai-berai antara dua orang yang akad sebelum timbang terima, seperti anggap sempurna jual beli antara gandum dengan syair tanpa harus saling menyerahkan dan menerima di tempat akad.<sup>31</sup>

(2) Maysir

*Maysir* secara bahasa artinya jal, mengundi nsabib dan setiap kegiatan yang sifatnya untung-untungan (spekulasi). Pelarangan masyir secara jelas dinyatakan dalam (QS. Al-Maidah:90)

*Maysir* menjanjikan keuntungan dalam waktu singkat tanpa susah payah namun maysir berdampak negative yaitu membuat masyarakat malas dan tidak produktif. Masyir ini merupakan penyakit merusak masyarakat.

(3) Gharar

*Gharar* secara bahasa artinya menipu, memperdaya, ketidakpastian. *Gharar* berarti menjalankan sesuatu usaha secara buta tanpa memiliki pengetahuan yang cukup, atau menjalankan transaksi tanpa kejelasan informasi mengenai objek transaksi, harga, risiko usaha, dan waktu transaksi.

*Gharar* hukumnya dilarang dalam syariat islam, oleh karena itu melakukan transaksi atau membeli syarat dalam akad yang ada unsur ghararnya itu hukumnya tidak boleh.

Hadist Nabi Muhammad saw yang diceritakan oleh Ibnu Mas'ud bahwa nabi Muhammad pernah bersabda ; “Jangan kamu membeli ikan yang masi ada di dalam kolamnya, sebab cara ini mengandung gharar (tipuan) “ (Hadist riwayat Ahmad)

---

<sup>30</sup> Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah, Dari Teori Ke Praktik, (Jakarta:Gema Insani Press, 2001), Hlm. 41

<sup>31</sup> Rachmat Syafe'i, Fiqih Muamalah, (Bandung: Pustaka Setia, 2001). Hlm. 264.

c. Hikmah Jual Beli

Allah mensyari'atkan jual beli sebagai pemberian keluangan dan keleluasaan darinya untuk hamba-hambanya. Karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sandang pangan dan lain-lainnya. Kebutuhan seperti ini tak pernah terputus dan tak henti-henti selama manusia masih hidup. tak seorangpun dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri, karena itu ia dituntut berhubungan dengan lainnya. Dalam hubungan ini tak ada satu hal pun yang lebih sempurna dari pertukaran dimana seseorang memberikan apa yang ia miliki untuk kemudian ia memperoleh sesuatu yang berguna dari orang lain sesuai kebutuhan masing-masing.<sup>32</sup>

d. Syarat Jual Beli

Syarat secara bahasa artinya adalah segala sesuatu perlu atau yang harus ada. Sedangkan syarat jual beli artinya segala sesuatu yang harus ada dalam transaksi jual beli, kalau syarat tidak terpenuhi, maka jual beli tersebut menjadi batal atau tidak sah.

Adapun syarat jual beli yaitu :

- 1) Penjual dan pembeli merupakan orang dewasa yang berakal dan mengerti hukum. Pelaku transaksi baik penjual atau pembeli memiliki kemampuan mengelola harta, tidak dalam keadaan terpaksa.
- 2) Syarat terkait barang yang diperjualbelikan yaitu barang haruslah milik mutlak sendiri, tidak boleh menjual yang bukan milik sendiri atau barang milik orang lain tanpa ijin. Harga yang diperjualbelikan haruslah barang yang bermanfaat dan bernilai dan tidak berbahaya, tidak dilarang dalam agama maupun Negara.
- 3) Syarat terkait ijab dan qabul yaitu pernyataan qabul harus sesuai dengan ijab yang dinyatakan.

---

<sup>32</sup> Sayyid Sabiq. Fikih Sunnah. (Bandung). 1997. Hlm:48

## 7. Aspek Pemasaran

Istilah pemasaran muncul pertama kali sejak kemunculan istilah barter. Proses pemasaran dimulai sebelum barang-barang diproduksi dan tidak berakhir dengan penjualan.<sup>33</sup> Pemasaran yaitu kegiatan meneliti kebutuhan dan keinginan konsumen, menghasilkan barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan tingkat harga, mempromosikannya agar produk dikenal konsumen, dan mendistribusikan produk ke tempat konsumen.<sup>34</sup> Sebuah gagasan usaha atau proyek yang direncanakan, kendati telah *feasible* untuk dikembangkan jika dilihat dari aspek teknis, manajemen, keuangan, dan lingkungan, akan tetapi bila produk yang dihasilkan tidak mempunyai pemasaran, tidak ada artinya usaha dikembangkan. M. Syakir Sula mendefinisikan pemasaran syari'ah sebagai sebuah disiplin bisnis strategis yang mengarahkan proses penciptaan, penawaran, dan perubahan *values* dari satu inisiator kepada *stakeholders*-nya, yang dalam keseluruhan prosesnya sesuai dengan akad dan prinsip-prinsip muamalah dalam Islam.

Pemasaran yaitu suatu sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan, baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial.<sup>35</sup>

Fungsi pemasaran dalam suatu bisnis tidak hanya terbatas pada pemahaman konsep, peramalan, perilaku konsumen, dan segmentasi pemasaran. Pemasaran juga meliputi variable-variabel penting yang menjadi kunci utama dalam mencapai tujuan pemasaran. Variable-variabel tersebut meliputi produk, harga, promosi, dan distribusi. Empat variable tersebut biasa disebut sebagai bauran pemasaran.<sup>36</sup>

Pada tahap ini, peramalan penjualan telah dilakukan. Peramalan penjualan adalah memperkirakan penjualan yang diharapkan tercapai

---

<sup>33</sup> Juhaya Pradja, Manajemen Pemasaran Bank Syariah, (CV Pustaka Setia, Bandung, 2002). Hlm: 37

<sup>34</sup> Suryawan, Kewirausahaan. (Jakarta, PT Salemba Empat, 2001). Hlm: 96

<sup>35</sup> Murti Sumarni- John Soeprihanto, Pengantar Bisnis. (Yogyakarta, edisi ke lima). 2010. Hlm: 261

<sup>36</sup> Amirullah, Imam Hardjanto. Pengantar Bisnis, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2005). Hlm: 135

dalam kondisi perekonomian tertentu, persaingan dan strategi pemasaran tertentu. Strategi pemasaran tersebut meliputi strategi produk, jasa, harga promosi, dan iklan, serta distribusi. Tahap berikutnya adalah menentukan kekuatan dan kelemahan usaha yang ada. Identifikasi pasar sasaran adalah menentukan bauran pemasaran. Bauran pemasaran merupakan cerminan cara untuk mempertahankan pelanggan demi mendapatkan laba.<sup>37</sup>

Dalam pasar syariah, bisnis yang disertai keikhlasan semata-mata untuk mencari keridhaan Allah maka seluruh bentuk transaksinya insya Allah menjadi ibadah dihadapan Allah SWT. Ini akan menjadi bibit dan modal besar baginya untuk menjadi bisnis yang besar, yang memiliki spiritual brand, keunggulan, dan keunikan yang tak tertandingi.

Dalam dunia pemasaran selalu terkait dengan yang dinamakan *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran dalam perspektif syariah adalah:

a) Produk (*product*)

Al-Qur'an menggunakan konsep produksi barang dalam arti yang sangat luas. Tekanan Al-Qur'an diarahkan pada manfaat dari barang yang diproduksi. Memproduksi suatu barang harus mempunyai hubungan dengan kebutuhan hidup manusia. Di samping itu, Islam mengajarkan untuk memperhatikan kualitas dan keberadaan produk tersebut. Islam melarang jual beli suatu produk yang belum jelas (*gharar*) bagi pembeli. Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus terang dan jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian. Tidak boleh menipu kualitas dengan jalan memperlihatkan yang baik bagian luarnya, dan menyembunyikan yang jelek pada bagian dalam.

Pelaksanaan konsep produk ini perlu persyaratan :

- (1) Konsumen membeli produk tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya.

---

<sup>37</sup> Jumingin. Studi Kelayakan Bisnis: teori & pembuatan proposal kelayakan.(Jakarta, PT Bumi Aksara,2009). Hlm:72

- (2) Konsumen menaruh perhatian pada kualitas produk.
- (3) Konsumen mengetahui tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan dalam penampilan di antara berbagai merk barang lain yang sejenis.
- (4) Konsumen bersedia membayar pada harga yang layak sesuai dengan kualitas barang.<sup>38</sup>

Perlu diingat bahwa produk selalu mengalami daur hidup yang terdiri dari tahap pengembangan, tahap pengenalan, tahap pertumbuhan penjualan, tahap kematangan, tahap kejenuhan dan penurunan. Produk dalam pemasaran adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi dan dapat memberi kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan pasar.<sup>39</sup>

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan untuk dijual. Produk dalam arti luas, meliputi produk fisik, jasa, organisasi, tempat, ide.

#### b) Harga (*price*)

Harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya.

Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan harga yang paling efisien bagi konsumen. Wirausaha bisa menciptakan harga yang paling efisien dengan inovasi dan kreativitasnya. Menetapkan harga yang tepat memerlukan banyak pilihan tidak saja berdasarkan intuisi, perasaan, tetapi juga harus berdasarkan informasi, fakta, dan analisis di lapangan.

Bagi perusahaan, penetapan harga bukan merupakan pekerjaan yang mudah. Seringkali perusahaan menetapkan harga terlalu berorientasi pada biaya dan kurang meninjau perubahan pasar. Prosedur penetapan harga ini untuk masing-masing perusahaan berbeda-beda. Pada perusahaan kecil, harga ditetapkan oleh manajemen puncak, sedang pada perusahaan besar,

---

<sup>38</sup> Murti Sumarni- John Soeprihanto, Pengantar Bisnis. (Yogyakarta, edisi ke lima). 2010. Hlm:262

<sup>39</sup> Amirullah Imam Hardjanto, Pengantar Bisnis, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2005). Hlm:136

penetapan harga bisa ditangani oleh manajer devisi atau manajer pemasaran/penjualan.

Suatu harga ditetapkan pada umumnya bertujuan untuk :

- (1) Meningkatkan penjualan
- (2) Mempertahankan dan memperbaiki *market share*
- (3) Menstabilkan tingkat harga
- (4) Mengembalikan investasi
- (5) Mencapai laba maksimum.<sup>40</sup>

Dalam program penetapan harga yang berorientasi pada pasar, biaya dan kemampuan laba memang dipertimbangkan. Pendekatan penetapan harga ini dapat mengambil salah satu dari tiga bentuk ini :

- a. Penetapan harga penetrasi yaitu penentuan harga dibawah tingkat pesaing guna merangsang peningkatan permintaan. Pendekatan ini dapat berhasil jika permintaan perusahaan bersifat elastic dan jika para pesaing sudah dapat menandingi penurunan harga ini, Karena tidak mempunyai keikatan dengan pasar atau karena mereka tidak mampu bersaing dalam hal biaya.
  - b. Penetapan harga berdasarkan keseimbangan yaitu penetapan harga yang sama atau pendekatan dengan tingkat harga pesaing. Pada umumnya bersaing berdasarkan atribut-atribut lain yang bukan harga.
  - c. Penetapan harga premium yaitu penetapan harga di atas tingkat harga pesaing. Pendekatan ini akan sukses jika perusahaan mampu membedakan produknya dalam hal mutu yang lebih tinggi, segi-segi superior atau pelayan khusus.
- c) Promosi (*promotion*)

Pada prinsipnya, dalam Islam mempromosikan suatu barang diperbolehkan. Hanya saja dalam berpromosi tersebut mengedepankan faktor kejujuran dan menjauhi penipuan. Di samping itu, metode yang dipakai dalam promosi tidak bertentangan dengan syariah Islam.<sup>41</sup>

---

<sup>40</sup> Ibid, Hlm: 281

<sup>41</sup> Ibid, Hlm: 310

Tujuan promosi dalam bauran pemasaran adalah untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan setiap konsumen. Agar barang dan jasa yang kita produksi terkenal, diketahui, dibutuhkan dan diminta konsumen.

d) Pesaing

Analisis pesaing dilakukan untuk mengetahui seberapa kuat para pesaing produk pemasaran, dan kemungkinan produknya dapat memenangkan persaingan.

e) Lokasi

Lokasi yang menarik bagi konsumen adalah lokasi yang paling strategis, menyenangkan dan efisien. Untuk mencapai sasaran lokasi yang baik dapat dilakukan dengan jalan:

- 1) Perbanyak saluran distribusi, misalnya langsung ke konsumen atau tidak langsung yaitu melalui para agen.
- 2) Perluas segmentasi atau cangkupan, misalnya sigmen local, nasional, dan internasional.
- 3) Gunakan cara penyampaian barang seefisien mungkin.
- 4) Mengubah-ubah persediaan dari gudang yang satu ke gudang/tempat yang lain. Hal ini penting untuk mengendalikan persediaan dan penawaran.

Lokasi merupakan letak, tempat atau penempatan suatu benda, keadaan pada permukaan bumi. Lokasi adalah tempat dimana orang-orang biasa berkunjung. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja. Maka dapat disimpulkan bahwa lokasi yang dimaksud adalah suatu letak atau tempat yang tetap dimana orang yang bisa berkunjung untuk berbelanja, tempat itu berupa daerah pertokoan atau suatu stand atau counter baik di dalam maupun diluar gedung. Lokasi yang strategis mempengaruhi seseorang dalam menimbulkan keinginan untuk melakukan

pembelian karena lokasi yang strategis, terletak di arus bisnis, dan sebagainya.

Keputusan tentang lokasi, baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa bisa menentukan keberhasilan perusahaan, kesalahan yang dibuat pada saat ini dapat menghambat efisiensi. Seleksi lokasi untuk perusahaan barang atau manufaktur perlu lebih dekat ke bahan baku atau tenaga kerja, sedangkan untuk perusahaan jasa perlu lebih dekat dengan pelanggan.<sup>42</sup> Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut.

Lingkungan masyarakat adalah kesediaan dari masyarakat disuatu daerah untuk menerima segala konsekuensi baik konsekuensi positif maupun konsekuensi negative dari pada didirikannya suatu tempat usaha didaerah tersebut merupakan suatu syarat untuk dapat atau tidaknya didirikannya usaha tersebut di daerah itu. besarnya populasi, kepadatan penduduk, dan karakteristik masyarakat menjadi faktor dalam mempertimbangkan suatu area perdagangan. Kedekatan pada pasar memungkinkan sebuah organisasi memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, dan sering menghemat biaya pengiriman, memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan biasanya lebih penting, usaha-usaha yang bergerak dibidang jasa harus lebih mendekati diri dengan semua pelanggan mereka sehingga bisa dekat dengan kesuksesan.

## **G. Penelitian Terdahulu**

Pelaksanaan penelitian terdahulu ini dimaksudkan untuk menggali informasi tentang ruang penelitian yang berkaitan dengan penelitian ini. Dengan penelusuran penelitian ini akan dapat dipastikan sisi ruang yang akan diteliti yang dapat diteliti dalam ruangan ini, dengan harapan penelitian ini tidak tumpang tindih dan tidak terjadi penelitian ulang

---

<sup>42</sup> Render dan Jay Heizer, Prinsip-prinsip Manajemen Operasi.( Jakarta,Salemba Empat,2001). Hlm:33

dengan penelitian terdahulu. Penelitian terdahulu yang berhasil dipilih untuk dikedepankan dapat dilihat sebagai berikut:

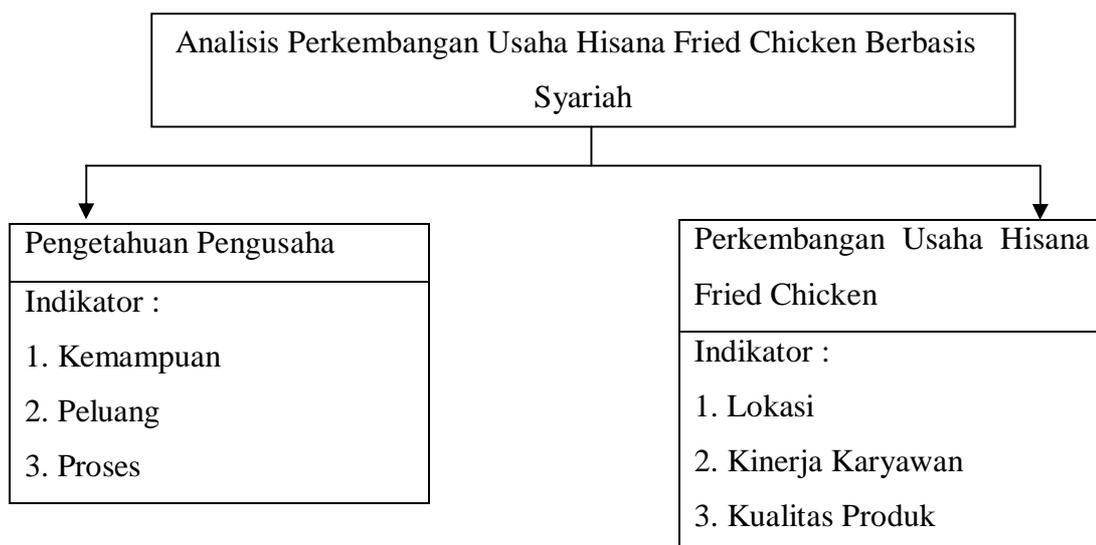
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	Maghfud Nugroho (2014)	Analisis Kelayakan Usaha dan Efisiensi Modal Kerja Pada Usaha Peternakan Ayam Daging (Bloiler) CV SATARI FARM DESA Ujungnegoro Kec. Kandeman. Kab. Batang Ditinjau Berdasarkan Etika Bisnis Islam.	Analisis Kualitatif dan Kuantitatif.	Usaha peternakan ayam broiler CV SATARI FARM Desa Ujungnegoro layak secara aspek non finansial dan finansial. Ditinjau dari etika bisnis usaha peternakan ini ditemukan beberapa hal yang tidak sesuai dengan etika bisnis islam.
2	Candra Wardoyo (2012)	Analisis Kelayakan Pengembangan Usaha Pada Usaha Warung Surabi.	Analisis kualitatif dan Kuantitatif	NPV positif yaitu sebesar Rp 12,658,281. Nilai IRR 34%, lebih besar dari tingkat suku bunga bank yang berlaku sebesar 7%. Nilai Net B/C diperoleh nilai 1,97. Nilai PBP adalah 1 tahun dari aspek non finansial ( pasar, teknis, manajemen, dan sosial)

				dinyatakan layak.
3	M. Gufroon Hidayat (2014)	Peranan Lembaga Keuangan Mikro Syariah (LKMS) Dalam Pemberdayaan Usaha Mikro,	Analisis Kuantitatif	Peran LKMS Sangat Mendukung Eksistensi Dan Kemajuan Usaha Mikro.

### H. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan usaha kecil mikro kuliner berbasis syariah di Kota Medan. Penjelasan sementara terhadap masalah yang menjadi objek permasalahan. Untuk memberikan gambaran pada penelitian ini mengenai analisis perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah di Kota Medan, maka penelitian ini akan meneliti mengenai pengetahuan pengusaha dan perkembangan usaha berbasis syariah. Berikut ini adalah diagram kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



**Gambar 2.2 Kerangka Berfikir**

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis deskriptif. Metode deskriptif ini dimaksudkan untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta serta sifat-sifat dari suatu fenomena yang diselidiki, yang penekanannya tidak pada pengujian hipotesis melainkan pada usaha menjawab pertanyaan penelitian memulai cara berfikir formal dan argumentasi.<sup>43</sup>

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, penelitian meliputi untuk diuji menjawab pertanyaan mengenai status terakhir dari subjek penelitian. Dimana metode tersebut selanjutnya akan dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang menjadi tema dalam penelitian dan data-data hasil survey tersebut lalu akan dikenai pendekatan kualitatif berbentuk deskriptif yang akan menjelaskan dan menjawab rumusan masalah.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

1. Lokasi Penelitian : Penelitian ini akan dilakukan di Hisana Fried Chicken di Kota Medan (Jl. Karya Jaya No. 15 D, Pangkalan Mansyur Kecamatan Medan Johor)
2. Waktu Penelitian : Adapun waktu penelitian akan dilakukan pada bulan oktober 2017 s/d maret 2018. Yang dimulai dari proses pengajuan judul sampai pengajuan hasil penelitian dan sidang meja hijau. Secara terperinci pelaksanaan penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut dibawah ini.

---

<sup>43</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta,2010), Hlm:8

**Tabel 3.1**  
**Rincian Waktu Penelitian**

No	Jenis Kegiatan	Bulan/Minggu																							
		Oktober 2017				November 2017				Desember 2017				Januari 2018				Februari 2018				Maret 2018			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																								
2	Penulisan Proposal dan Bimbingan																								
3	Seminar Proposal																								
4	Riset																								
5	Pengolahan Data																								
6	Bimbingan Skripsi																								
7	Pengesahan Skripsi																								

### C. Definisi Operasional

Definisi Operasional yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

#### 1. Pengetahuan Pengusaha

Pengetahuan Pengusaha adalah Pengetahuan pengusaha tentang usaha Hisana Fried Chicken, yaitu pengetahuan yang didapat dari proses pembelajaran pengusaha mengenai bagaimana memanfaatkan peluang usaha menjadi kesempatan usaha yang menguntungkan dan menghasilkan produk dan jasa sebagai modal untuk usaha (Wirartha,2006).

## 2. Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken

Perkembangan Usaha adalah Mengupayakan meningkatkan penjualan melalui perbaikan produk atau jasa saat ini atau perkembangan usaha atau jasa baru, perkembangan usaha biasanya membutuhkan pengeluaran yang besar untuk penelitian dan perkembangan (David, 2009:251).

### **D. Sumber Data**

Data yang diperlukan dalam penelitian ini bersifat kualitatif. Data data kualitatif berupa profil usaha serta data-data untuk keperluan analisis aspek pemasaran.

Sumber data dalam penelitian ini adalah subjek darimana data dapat diperoleh. Sumber data dalam penelitian digolongkan menjadi data primer dan data sekunder yang diklasifikasikan sebagai berikut:

#### 1. Data primer

Data primer adalah Data yang diperoleh langsung dari subyek penelitian dengan menggunakan alat pengukuran atau alat pengambil data langsung pada subyek sebagai sumber informasi yang dicari. Data yang dikumpulkan langsung dari pihak-pihak terkait guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan kelayakan usaha dan etika bisnis dalam islam pada Hisana Fried Chicken berbasis syariah data tersebut berupa wawancara dengan pemilik maupun dengan pengelola usaha serta pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini..

#### 2. Data sekunder

Data sekunder adalah Data yang diperoleh dari pihak lain, tidak langsung diperoleh oleh peneliti dari subyek penelitiannya. Dalam penelitian ini data sekunder yang digunakan berasal dari sumber, yaitu buku yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan sumber lain yang berkaitan dengan judul skripsi yang dimaksud.<sup>44</sup>

---

<sup>44</sup> Rony Kountur, Metode Penelitian, (Jakarta, Bumi Aksara,2005). Hlm:42

## **E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data**

### 1. Observasi

Observasi adalah sebuah kegiatan yang terencana dan terfokus untuk melihat dan mencatat serangkaian perilaku ataupun jalannya sebuah sistem yang memiliki tujuan tertentu. Metode pengamatan menuntut adanya pengamatan dari seseorang peneliti, baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek yang diteliti dengan menggunakan instrument yang berupa pedoman penelitian dalam bentuk lembar pengamatan atau lainnya. Peneliti akan mengadakan observasi mengenai alokasi perusahaan, pengetahuan dan perkembangan perusahaan.

### 2. Wawancara

Wawancara adalah proses tanya jawab antara interview dengan narasumber untuk bertukar informasi dan ide, sehingga interview dapat mengetahui hal-hal yang terkait dengan penelitian secara lebih akurat dan mendalam.<sup>45</sup>Wawancara adalah teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan beberapa pertanyaan baik lisan maupun tulisan kepada pihak-pihak yang terkait di Hisana Fried Chicken guna memperoleh keterangan sesuai dengan topic yang dibahas.

## **F. Teknis Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis serakan data yang terkumpul, supaya data yang tercecer mudah dipahami dan enak dinikmati sebagai temuan yang dirasakan orang lain. Dalam melakukan analisis data peneliti akan menggunakan metode deskriptif, yakni mendeskripsikan data yang diperoleh melalui sumber dan data sekunder. Penelitian ini disebut dengan penelitian deskriptif kualitatif yang tidak hanya menggambarkan akan tetapi juga menjelaskan tingkat status fenomena.

---

<sup>45</sup> Iqbal Hasan, Analisis Data Penelitian dengan Statistik,(Jakarta,PT Bumi Aksara,2004). Hlm:56

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Data hasil Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Tentang Hisana fried Chicken

###### a. Sejarah Singkat Hisana Fried Chicken

Hisana Fried Chicken (HFC) adalah merek ayam goreng krispi buatan asli anak bangsa Indonesia yang telah memiliki ratusan outlet yang tersebar di kota-kota besar. Hisana Fried Chicken berkembang pesat selama 6 tahun terakhir. Total sudah ada 630-an outlet yang tersebar di 11 provinsi di Indonesia. Pendirinya, Tatang Suharta ingin outlet Hisana Fried Chicken terus ekspansi ke seluruh penjuru Tanah Air.

Targetnya pada 2020 mendatang, kami ingin memiliki 2.000 outlet di seluruh provinsi di Indonesia. Dari satu gerai kaki lima di Bekasi, Tatang sukses merebut hati jutaan penduduk Indonesia. Selama 6 tahun terakhir, jumlah outlet Hisana Fried Chicken bertambah tiga kali lipat. Kualitas, kecepatan layanan, dan rasa ayam krispi yang tiada duanya membuat konsumen tak bisa berpaling ke merek lain.

DNA Hisana adalah *take away*. Untuk masyarakat yang ingin cepat dan menikmati ayam dengan rasa yang enak, seperti market leader, yakni KFC dan McD. Tak hanya wilayah Jabodetabek, Hisana Fried Chicken sudah berhasil menembus kota-kota besar lainnya di Indonesia seperti Surabaya, Purwakarta, Bandung, Batam, Balikpapan dan Medan. Yang tidak kalah penting adalah konsep syariah yang diterapkan perseroan. Karyawan juga sudah punya saham di perseroan. Dengan ikut memiliki, karyawan akan lebih semangat bekerja, bahu-membahu mengembangkan Hisana Fried Chicken ke seluruh pelosok nusantara. Konsep bagi hasil, tidak ada riba. Kepemilikan karyawan 20% inilah yang membuat Hisana Fried Chicken bisa bertahan sampai sekarang sudah 10 tahun. Semua produknya mendapat sertifikat halal dari MUI.

Untuk meningkatkan brand awareness, perseroan hanya mengandalkan skema *word of mouth*. Kuncinya adalah produk yang berkualitas dari segi rasa, kebersihan, kecepatan layanan, dan ragamnya. Setiap harinya Hisana

Fried Chicken mempunyai 7.000-8.000 ekor ayam ke seluruh gerai mereka. Tahun ini, mereka menargetkan pertumbuhan 22%. Meski begitu manajemen tidak bersedia merinci nominal target pendapatan dan laba pada tahun ini. Mereka yang mengembangkan rasa kemudian tepungnya. Mereka ini rutin memperbaiki rasa ayam yang menjadi produk utama Hisana.

Pertama berdirinya Hisana Fried Chicken sudah berdiri selama 2 tahun di Medan pada tahun 2016. Pada saat ini ada sekitar 27 outlet dan ditargetkan di tahun ini menjadi 50 outlet di Medan dan akan dibuka outlet di luar kota Medan. Menu utama yang ditawarkan adalah berupa paha, dada dan sayap ayam goreng. Ayam goreng ini juga memiliki struktur organisasi sederhana, yang terdiri dari pemilik dan karyawan. Pemilik bertugas memimpin, mengawasi, dan bertanggung jawab penuh terhadap seluruh kegiatan outlet miliknya. Hisana fried chicken ini merupakan usaha waralaba yang sifatnya berskala nasional dan outlet yang berada di Medan Johor merupakan salah satu cabang yang di Medan yang termasuk dari 27 toko yang berada di Kota Medan.

Usaha Hisana Fried Chicken ini merupakan waralaba yang berbasis al islam, yang di maksud dengan berbasis al islam adalah uniknya disini menggunakan sistem bagi hasil, karyawan di toko baik manajemen juga tidak hanya menerima gaji pokok bulanan tetapi ada juga mendapatkan bagi hasil sebesar 5%-10% dibagikan ke karyawan. Di Medan Johor merupakan salah satu kota kecil yang memiliki posisi yang strategis yang sudah ramai penduduknya relative masyarakat dan potensi pasarnya cukup lumayan. Saat ini Hisana Fried Chicken banyak bekerja sama dengan banyak lembaga salah satu lembaga terbesar yaitu yatim mandiri, setiap toko disiapkan kontak infaq, dan setiap tahun juga ada bakti sosial kepada anak yatim berbuka puasa. Cara mempromosikan usaha ini dengan datang ke kelompok-kelompok pengajian, sekolah-sekolah islam, dan mengikuti event-event di ceramah untuk meningkatkan promosi.

**b. Visi dan Misi Hisana Fried Chicken****a. Visi**

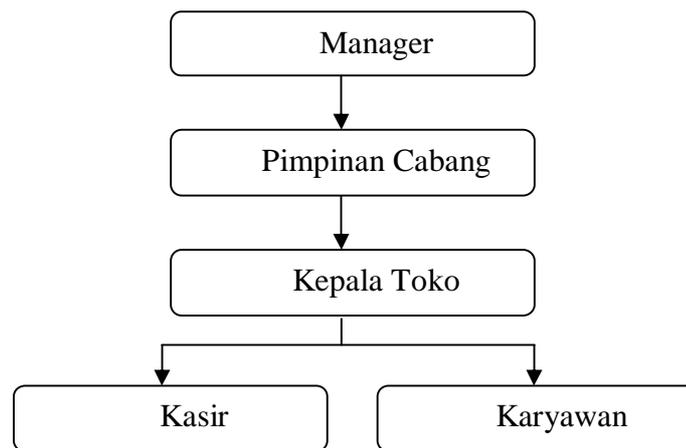
- 1) Menciptakan produk yang berkualitas, memberi pelayanan yang terbaik sebagai salah satu perusahaan restaurant cepat saji.
- 2) Membuat Ayam Goreng yang enak, terasa krispinya, halal dan mudah di jangkau harganya.
- 3) Menjadi hisana fried chicken yang terkenal dan unggul dalam kualitas produk.

**b. Misi**

- 1) Bisa mengembangkan perekonomian islam melalui waralaba.
- 2) Meracik bumbu ayam goreng dengan bahan yang berkualitas bagus.
- 3) Memotong ayam goreng dengan cara yang di halalkan oleh agama islam.
- 4) Ayam yang di gunakan dengan ayam yang baru di potong agar terlihat fress.

**c. Struktur Organisasi**

Struktur organisasi yang dimiliki oleh Hisana Fried Chicken masi tergolong sederhana. Struktur organisasi ini menggambarkan hubungan tanggung jawab dan wewenang yang terdapat dalam perusahaan. Struktur organisasi seperti ini memang lazim dan pada umumnya digunakan pada perusahaan yang tergolong skala kecil. Karena dengan bentuk struktur organisasi seperti ini memudahkan dalam manajemen perusahaan. Perusahaan dipimpin oleh pemilik yang bertanggung jawab atas semua resiko dan aktivitas perusahaan. Pemilik dibantu oleh bagian produksi kepala toko, kasir dan karyawan.



Gambar 2.3 Bagan Struktur Organisasi Hisana Fried Chicken

Keterangan :

- 1) Bapak, Imam Setiawan, S.Psi selaku manager operasional Hisana Fried Chicken di Medan.
- 2) Bapak, Khairul Badri Siregar selaku pimpinan cabang Hisana Fried Chicken di Medan
- 3) Bapak, Verdi selaku kepala toko Hisana fried chicken
- 4) Kasir bertugas untuk melayani konsumen atau pengunjung dalam hal pembayaran. Bertanggung jawab atas transaksi antara toko dengan konsumen/ pengunjung.
- 5) Karyawan bertugas melayani para konsumen, serta mengantarkan pesanan konsumen.

#### d. Lokasi Perusahaan

Hisana Fried Chicken berlokasi di Jl. Karya Jaya No. 15 D, Pangkalan Mansyur Kecamatan Medan Johor. Pemilihan lokasi ini dipertimbangkan karena memperhatikan lingkungan sekitar dan lokasi tersebut sangat memungkinkan, mudah terjangkau oleh masyarakat kecamatan medan johor dan sangat strategis untuk dibuka toko Hisana Fried Chicken.

#### e. Pengetahuan Pengusaha Tentang Hisana Fried Chicken

Usaha Hisana Fried sudah menggunakan syariat islam, karena usaha Hisana Fried Chicken ini adalah salah satu usaha bisnis waralaba yang bergerak didalam bidang restaurant. Hisana Fried Chicken ini merupakan usaha waralaba yang sifatnya berskala nasional, yang dimaksud berbasis al islam adalah sistem bisnis yang menggunakan cara bagi hasil. Pola pekerjaan dalam usaha ini berbeda dengan yang lain, usaha ini menggunakan profit oriented dan menggunakan nilai-nilai syariah.

Bisnis yang berbasis syariah itu sangat sedikit dan persentasenya sangat kecil dibawah 20%. Menjadi salah satu pengusaha dalam bisnis kuliner, berarti anda harus mempunyai pengetahuan dan keahlian juga dibidang kuliner. Dari pengetahuan dan keahlian inilah nantinya akan muncul ide-ide baru serta inovasi baru. Sehingga menjadikan makanan yang anda sajikan beda dari yang lainnya. Untuk proses pemotongan ayam dalam usaha ini itu benar-benar sesuai syariah, proses bisnis ini sesuai syariah dan kaedah-kaedah yang berlaku. Bisnis dalam Al-quran dikategorikan ke dalam tiga kelompok, yaitu:

- 1) Bisnis yang menguntungkan mengandung tiga elemen dasar, yaitu:
  - a) Mengetahui investasi yang baik.
  - b) Membuat keputusan yang logis, sehat dan masuk akal.
  - c) Mengikuti perilaku yang baik.
- 2) Bisnis yang merugi, bisnis ini merupakan kebalikan dari bisnis yang pertama karena ketidakadaannya kekurangan beberapa elemen dari bisnis yang menguntungkan.
- 3) Pemelihara prestasi, hadiah dan hukuman.

Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis bisnis yang paling banyak peminatnya. Bisnis kuliner memang tidak ada matinya. Tidak hanya itu, kreatifitas dan inovasi juga diperlukan dalam menginginkan usaha ini. Dengan kompetisi dunia kuliner semakin ketat. Beberapa hal dibawah ini harus diperhatikan untuk dapat sukses :

a) Target Pasar

Target pasar anda secara spesifik. Target pasar adalah acuan untuk merancang strategi pasar. Target pasar meliputi umur, pekerjaan, pendapatan, gaya hidup, dan sebagainya. Setelah menentukan target pasar, anda dapat menentukan strategi kedepannya.

b) Memilih Lokasi Strategis

Lokasi menjadi sangat penting untuk di tetapkan sebelum usaha akan berjalan. Sebagai pilihan, bisnis kuliner bisa didirikan sendiri di wilayah ramai lalu lalang, seperti kalangan kampus, sekolah dan yang sangat muda dijangkau oleh masyarakat setempat.

c) Selalu Berinovasi

Semakin ketatnya persaingan di dunia bisnis kuliner, anda harus dapat menyiasati hal ini. Inovasi meliputi rasa, tampilan atau bentuk kemasan kreasi dalam pembuatannya, dengan cara penyajiannya. Inovasi ini juga harus disesuaikan dengan target pasar.

**f. Perkembangan Usaha Hisaha Fried Chicken**

Perkembangan jaman bisnis yang ada di Indonesia mulai beraneka ragam mulai dari bisnis yang cukup besar. Bisnis makanan siap saji di Indonesia sekarang ini sudah cukup sukses, terbukti dari beberapa restoran cepat saji dengan merek asing sudah merajai restoran cepat saji di Indonesia. Biasanya restoran cepat saji ini menyediakan menu andalannya yaitu ayam goreng. Selain KFC, yang terbilang cukup sukses adalah Hisana Fried Chicken. Namun perkembangannya kurang begitu pesat, sehingga hisana fried chicken baru ada di kota-kota besar yang ada di Indonesia. Dengan terus melakukan perkembangan dari produk dan cita rasa, disajikan dengan tingkat kematangan yang sempurna, pemilihan ayam dari umur serta berat ayam yang pilih secara selektif terbaik, membuat hisana menyajikan menu pilihan fried chicken yang sangat nikmat.

Memalui outlet take away, Hisana di Medan mendapat perhatian dari penggemarnya di Medan. Memang selain merek restoran cepat saji hisana,

terdapat pula banyak merek waralaba fried chicken di Medan. Kemudian, dalam merespon kebutuhan pelanggan, Hisana terus melakukan program promosi yang terbaik sesuai dengan minat pelanggan untuk tetap setia dan dengan berbekal sertifikat halal, para pelanggan Hisana dari semua kalangan dilayani dengan semangat sebagai komitmen untuk memberikan yang terbaik kepada para pelanggan dan tetap menjaga kualitas dari rasa dan kesegaran ayam.

Produk-produk dari menu Hisana Fried Chicken yang disajikan di rancang khusus untuk memenuhi permintaan pelanggan yang di luncurkan secara berkala, kualitas rasa dan kebersihan yang terjamin adalah dua sifat dasar yang menjadikan Hisana tetap berkontribusi kepada masyarakat Medan. Sebelumnya bisnis ayam crispy atau fried chicken diusap dengan terigu kering didominasi oleh restoran-restoran cepat saji, seperti texas fried chicken atau Mcdonald. Meskipun dilihat dari segi cita rasa dan penampilan memang enak dan menarik sehingga nilai jual yang tinggi, namun rata-rata harganya mahal sehingga tidak semua orang bisa menikmatinya.

Berbeda dengan ayam-ayam murah tanpa merek tersebut, Hisana mempunyai kelebihan tersendiri,. Disamping dari kualitas ayam yang cukup baik, produknya juga dikemas secara bersih dan menarik, dan yang lebih penting dari segi harga dapat terjangkau oleh semua kalangan masyarakat. Untuk strategi pemasaran ayam Hisana, perusahaan ini menempatkan gerai-gerainya di lokasi-lokasi yang cukup strategis. Karena biasanya mereka membuka gerai berbentuk outlet yang terdapat di lorong-lorong kota.

Hisana juga merupakan merek membumi, sebab rasanya diterima oleh mayoritas masyarakat dan peluang usahanya juga sangat terjangkau. Strategis pengembangan bisnis Hisana dilakukan melalui berbagai pola dan pendekatan. Salah satunya terletak pada kualitas rasa dan kepuasan konsumen. Hal ini membuat perkembangan bisnis Hisana sangat pesat. Sukses brand Hisana Fried Chicken menguasai industry Fried Chicken booth, kini merek local ini siap mencoba peruntungannya dengan naik

kelas medium market. Kali ini dengan nama Hisana Fried Chicken, menu andalan yaitu ayam goreng dan kentang goreng.

## **B. Pembahasan Data Hasil Penelitian**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan di Hisana Fried Chicken mengenai perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah, maka dapat diketahui analisis pembahasan dari tema tersebut. Adapun narasumber yang diwawancarai ialah :

Nama : Imam Setiawan, S.Psi

Jabatan : HRD Hisana Fried Chicken

### **1. Pengetahuan Pengusaha Hisana Fried Chicken Tentang Berbasis Syariah.**

1) Bagaimana kemampuan bapak dalam mengetahui usaha Hisana Fried Chicken sesuai syariat islam ?

#### **a. Narasumber**

Kemampuan saya dalam mengetahui usaha sesuai syariat islam, salah satu bisnis yang memang muncul dari kondisi masyarakat yang saat ini memang sangat bergantung kepada perekonomian islam, bahkan produk-produk yang dikonsumsi lebih dari 80% bersyariat islam, maka dari itulah memulai bergabung dengan tim untuk memikirkan bagaimana membangun usaha yang berbasis syariah yang salah satunya dengan waralaba fried chicken ini. Dengan cara memahami etika bisnis dalam islam, yang dimana etika bisnis dalam islam yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran dalam bisnis.

#### **b. Referensi**

pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan mengenai etika bisnis dalam islam yang dijelaskan oleh Ika Yunia Fauzia (2013). Etika bisnis dalam islam merupakan perilaku atau sikap dalam bisnis.

Islam memiliki pedoman dalam mengarahkan umatnya untuk melaksanakan amalan.<sup>46</sup>

c. Analisis

Analisis penelitian untuk jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa pengetahuan masyarakat sekarang lebih cenderung ke perkonomian islam, etika dalam bisnis sangat penting dalam menjalankan usaha. Dan tujuan bisnis tidak selalu mencari nilai materi, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat.

2) Sejauh manakah pengetahuan bapak dalam menciptakan peluang bisnis ?

a. Narasumber

Pengetahuan saya untuk menciptakan peluang bisnis kita harus tau kondisi pasar, pasar bisnis kita dimana dan kemudian sekmntasi kita siapa. Dimana ketika lokasi usaha mendukung untuk menjalankan usaha tersebut. Dengan adanya lokasi yang mendukung maka terciptalah peluang bisnis.

b. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa pentingnya pengetahuan pengusaha untuk menentukan lokasi yang strategis agar terciptanya peluang bisnis. Bisnis fried chicken ini merupakan bisnis yang menjamur (banyak) brand local, nasiolan dan internasional, Dan saat ini lah di munculkan brand muslim yang sangat jarang bahkan di Medan sangat kurang.

3) Sejauh manakah proses pengetahuan bapak untuk mencapai tujuan dan target ?

a. Narasumber

Pengetahuan saya tentang mencapai tujuan dan target, misalkan kita mencapai tujuan dan target mempunyai cara dengan sistem bagi hasil

---

<sup>46</sup> Ika Yunia Fauzia, Etika Pengantar Bisnis Dalam Islam. ( Jakarta, PT Fajar Interpratama Mandiri,2013). Hlm:3

dimana mulai saat ini berlaku sistem kapitalis yang memang keuntungan itu tidak sepenuhnya untuk owner atau pengusaha dalam penjualan dapat dilihat dari pendapatan setiap harinya meningkat atau menurunnya omzet.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai tujuan dan target yang dijelaskan oleh Mardani (2014). Tujuan bisnis tidak untuk mencari nilai materi tetapi harus memperoleh keuntungan.<sup>47</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pengusaha dengan sistem bagi hasil dapat mencapai tujuan dan target. Pendapatan setiap harinya sangat berpengaruh dalam tujuan dan target usaha tersebut. Tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat nonmateri.

4) Bagaimana pengetahuan bapak untuk menciptakan lokasi yang strategis dan terjangkau ?

a. Narasumber

Pengetahuan saya untuk menciptakan lokasi yang strategis dan terjangkau tentunya menjadi titik pusat untuk mendirikan usaha, karena lokasi strategis merupakan salah satu yang menjadi faktor tinggi rendahnya inkam ataupun omzet usaha. Caranya utntuk menetapkan lokasi yang strategis harus survey lokasi karena tidak selamanya yang ramai itu tidak bakal jadi yang strategis dan yang sepi itu tidak strategis, mislanya menjalankan usaha diarea kalangan kampus, sekolah dan rumah sakit dengan lokasi tersebut bisa dibilang lokasi yang strategis dan terjangkau.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai lokasi strategis dapat dijelaskan oleh Render dan Jey Heizer (2001). Lokasi yang strategis sangat mempengaruhi seseorang dalam

---

<sup>47</sup> Mardani, Hukum Bisnis Syariah,(Jakarta,Kencana,2014). Hlm:12-13

menimbulkan keinginan untuk melakukan pembelian karena lokasinya yang strategis, terletak di arus bisnis dan sebagainya.<sup>48</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban di atas ialah dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis sangat penting untuk ditetapkan sebelum usaha akan berjalan, sebagai pilihan bisnis kuliner bisa didirikan sendiri dan mudah terjangkau oleh masyarakat. Suatu letak atau tempat yang tetap dimana pengusaha bisa mengetahui lokasi strategis untuk dijadikan tempat usaha atau untuk menentukan keberhasilan perusahaan. Lokasi usaha sangatlah penting karena membantu dalam menentukan bauran konsumen dan persaingan.

5) Bagaimana cara bapak mengetahui kinerja karyawan dalam melayani konsumen ?

a. Narasumber

Cara mengetahuinya saya tentu ada auditnya, nama audit tersebut ialah audit berkah. Dalam seminggu ada dua kali audit dari situ lah bisa lihat bagaimana kondisi mereka, dan bisa dilihat dari pendapatan setiap harinya.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh Lukman Hakim (2012). Islam mendorong kita untuk memperlakukan setiap muslim secara adil sebagai contoh dalam perekrutan dimana seorang manajer harus menilai kinerja seseorang terhadap orang lain, kejujuran dan keadilannya.<sup>49</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban di atas ialah dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pengusaha dapat dilihat dari audit perusahaan, kinerja karyawan memiliki tanggung jawab pribadi yang tinggi, berani mengambil dan menanggung resiko yang dihadapinya.

---

<sup>48</sup> Render dan Jay Heizer, Prinsip-prinsip Manajemen Operasi.(Jakarta, Salemba Empat,2001). Hlm:33

<sup>49</sup> Lukman Hakim, Prinsip-prinsip Ekonomi Islam, (Surakarta, Erlangga,2012). Hlm:197

6) Bagaimana cara bapak mengetahui kualitas produk yang akan digunakan aman atau tidak?

a. Narasumber

Cara saya mengetahui kualitas produk yang akan digunakan perusahaan mempunyai kualiti kontrol (tim khusus) dengan mengetahui produk (ayam) tersebut layak atau tidak untuk dijual seperti kebersihan dan batas expayed produk tersebut.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai produk yang dijelaskan oleh Murti Sumarni- John Soeprihanto (2010). Islam juga memerintahkan untuk memperhatikan kualitas produk. Barang yang dijual harus jelas kualitasnya, sehingga pembeli dapat dengan mudah memberi penilaian.<sup>50</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa pengetahuan pengusaha dengan menggunakan kualiti control untuk mengetahui produk tersebut. Pengusaha harus mampu mengawasi proses produksi mulai dari awal hingga produk jadi. Pilihlah supplier bahan baku yang terpecaya, namun harus tetapmemeriksa apakah bahan bakunya berkualitas dalam kondisi baik dan yang terpenting periksalah kualitas produk, hal itu untuk menjaga tingkat kepuasan konsumen.

## **2. Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah**

1) Bagaimana kemampuan bapak untuk mengembangkan usaha hisana fried chicken ?

a. Narasumber

Kemampuan saya dalam mengembangkan usaha ini dengan cara meningkatkan penjualan dengan prinsip keadilan serta meningkatkan kinerja karyawan.Perkembangan usaha hisana fried chicken juga sudah

---

<sup>50</sup> Murti Sumarni- John Soeprihanto, Pengantar Bisnis Edisi ke Lima.(Yogyakarta,2010). Hlm:261

mengikuti prosedur yang sesuai syariah islam. Mulai dari segi operasional dan non operasional juga sudah sesuai dengan etika bisnis islam.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan prinsip keadilan dalam penjualan yang dijelaskan oleh Selamat Pohan (2017). Yang mengenai mencari rezeki yang halal dan tidak dilarang hukum.<sup>51</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa bahwa prinsip keadilan dalam penjualan sangatlah penting untuk mengembangkan usaha ini sehingga dalam prinsip keadilan mengandung arti ganda yang penting mengenai makanan dan minuman yang halal dan tidak dilarang hukum.

2) Sebelum memulai usaha, apakah bapak merasa yakin adanya peluang bisnis yang besar untuk mengembangkan usaha ini ?

a. Narasumber

Yakin, karena rasulullah saw juga mengajarkan kepada kita bahwasannya 9 dari 10 pintu rezeki itu berdagang. Usaha Hisana Fried Chicken memiliki harga lebih terjangkau dibandingkan dengan harga KFC atau Mcdonald yang tidak berbasis syariah, dan otomatis masyarakat sekitar lebih memilih ke usaha yang sudah memiliki sertifikat halal, kemungkinan besar bisnis ini dapat berkembang dengan baik.

b. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa seiring berjalannya waktu kesadaran masyarakat terhadap produk-produk islam mulai meningkat sehingga ketika mencoba walaupun kegagalan itu memang sedikit banyaknya ada tetapi mencoba terus menerus ternyata peluang itu ada. Dan minat masyarakat untuk

---

<sup>51</sup> Selamat Pohan, ekonomi mikro islam (KBPM sumatera utara Medan, 2017).Hlm:38-41

mencoba membeli produk yang halal akan semakin meningkat. peluang ini memiliki potensi yang cukup besar dalam menuju kesuksesan ataupun mengembangkan usaha.

3) Apakah mengembangkan usaha itu harus mencapai proses nilai jual yang tinggi ?

a. Narasumber

Tidak, karena kalau harga nilai jual yang tinggi itu susah apalagi ekonomi masyarakat kita mempunyai pendapatan yang pas-pasan mungkin orang-orang tertentu saja yang bisa beli, tapi jika harga yang rendah itu mencapai pasar yang lebih luas, masyarakat yang berekonomian kebawah bisa merasakan.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai harga nilai jual yang tinggi dapat dijelaskan oleh suryana (2001). Harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan harga yang paling efisien bagi konsumen.<sup>52</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa Harga nilai jual yang tinggi sangat berpengaruh terhadap perkembangan usaha dan harga yang terjangkau yang paling efisien bagi konsumen. Harga nilai jual yang tinggi itu sangat susah untuk masyarakat kalangan rendah mereka tidak akan sanggup membelinya dan bahkan tidak bisa merasakannya, maka usaha ini harus berupaya mempunyai harga nilai jual yang lebih murah.

4) Apakah lokasi usaha dapat mendukung dalam mengembangkan usaha hisana fried chicken?

a. Narasumber

Sangat mendukung, dengan adanya lokasi usaha yang strategis maka usahakan berjalan sesuai dengan tujuan pengusaha.

---

<sup>52</sup> Suryana, Kewirausahaan. (Jakarta, PT Salemba Empat, 2001). Hlm:106

#### b.Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai lokasi dapat dijelaskan oleh Fandy Tjiptono (2009). Lokasi merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.<sup>53</sup>

#### c.Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa lokasi strategis menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan suatu usaha, lokasi juga berpengaruh terhadap kenyamanan pembeli dan juga kenyamanan sebagai pemilik usaha. Lokasi usaha sangat berpengaruh dengan perkembangan usaha ini karena lokasi pemacu biaya yang begitu signifikan, lokasi usaha sepenuhnya memiliki kekuatan untuk membuat berkembangnya usaha.

### 5) Apakah kinerja karyawan berpengaruh dalam perkembangan usaha ini ?

#### a. Narasumber

Sangat berpengaruh karena memang yang harus kita pahami bersama bahwasannya karyawan itu adalah asset jadi kalau karyawan itu dia berkinerja baik maka itu adalah asset bagi kita dan harus kita pertahankan dan berikan penghargaan, karena kalau karyawannya buruk maka hasil produk-produk juga buruk dan pasti pelayanan terhadap konsumen juga buruk dan itu akan mempengaruhi penjualan, dengan meningkatkan kinerja karyawan sangat mendukung untuk kepuasan konsumen.

#### b.Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai kinerja karyawan sangat mendukung kepuasan konsumen yang dijelaskan oleh Suwinto Johan (2011). Kepuasan konsumen merupakan

---

<sup>53</sup> Fandy Djiptono, Manajemen Operasional. (Jakarta, Ghalia Indonesia.2009). Hlm:92

sebuah ukuran dari apa yang dirasakan oleh konsumen setelah menikmati produk yang dijual.<sup>54</sup>

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa pelayanan karyawan baik dan buruknya sangat berpengaruh dengan perkembangan usaha ini. Tingkat seorang karyawan yang nantinya akan dapat menjalankan fungsi kerjanya komitmen, merupakan suatu tingkat dimana karyawan mempunyai komitmen kerja dengan instansi dan tanggung jawab karyawan terhadap kepuasan konsumen.

6) Apakah kualitas produk dapat menunjang perkembangan usaha hisana fried chicken?

a. Narasumber

Iya sangat menunjang, karena memang hisana fried chicken juga sadar bahwasannya kita memakai nama syariat islam, tidak terlalu banyak berpengaruh kalau tidak diimbangi dengan kualitas produk. perkembangan usaha dengan kualitas produk konsumen menjadi pelanggan yang setia. Jadi dengan adanya pelanggan yang setia maka usaha yang saya jalankan berkembang.

b. Referensi

Pembahasan dalam penelitian ini dikaitkan dengan referensi mengenai kualitas produk yang dijelaskan oleh Murti Sumarni- John Soeprihanto (2010). Konsumen mengetahui tinggi rendahnya kualitas dan perbedaan dalam penampilan diantara sebagai merek barang lain yang sejenis. Konsumen membeli produk tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhannya, konsumen menaruh perhatian pada kualitas produk dan bersedia membayar pada harga yang layak sesuai dengan kualitas produk.<sup>55</sup>

---

<sup>54</sup> Suwinto Johan, Studi Kelayakan Pengembangan Bisnis.(Yogyakarta, Graha Ilmu Edisi Pertama,2011). Hlm:61-62

<sup>55</sup> Murti Sumarni-John Soeprihanto, Pengantar Bisnis (Yogyakarta, edisi ke lima, 2010). Hlm: 262

c. Analisis

Analisis untuk penelitian jawaban diatas ialah dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Pembeli akan merasa cocok, karena itu produk harus disesuaikan dengan keinginan ataupun kebutuhan pembeli agar pemasaran produk dapat berhasil. Kualitas produk yang baik akan menunjang perkembangan usaha yang baik.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasanyang telah penulis laksanakan pada Hisana Fried Chicken, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengetahuan Pengusaha hisana fried chicken tentang usaha berbasis syariah sudah cukup baik. Pengusaha hisana fried chicken telah memahami bagaimana cara menjalankan usaha dengan berbasis syariah. Masyarakat sekarang lebih cenderung ke perkonomian islam, etika dalam bisnis sangat penting dalam menjalankan usaha. Dan tujuan bisnis tidak selalu untuk mencari nilai materi, tetapi harus dapat memperoleh dan memberikan keuntungan atau manfaat. Dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber yaitu Bapak Imam selaku HRD hisana fried chicken menjawab, bahwa usaha yang dilakukan sudah sesuai dengan etika bisnis islam. Pengetahuan pengusaha juga dapat diketahui dari kondisi masyarakat yang peduli dengan makanan siap saji yang halal, namun bukan hanya sekedar halal dalam bentuk logo saja, tetapi halal berarti cara pengusaha mengelola dan menjalankan harus sesuai dengan syariat islam. Pengetahuan pengusaha tentang strategis peluang juga sudah cukup baik.
2. Perkembangan usaha hisana fried chicken berbasis syariah cukup baik. Usaha ini berkembang cukup pesat dan cepat, prinsip keadilan dalam penjualan sangatlah penting untuk mengembangkan usaha ini sehingga dalam prinsip keadilan mengandung arti ganda yang penting mengenai makanan dan minuman yang halal dan tidak dilarang hukum. Dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada narasumber yaitu Bapak Imam selaku HRD di

hisana fried chicken menyatakan bahwa usaha hisana fried chicken berkembang dengan baik dimana banyak outlet-outlet baru yang dibuka. Banyaknya jumlah toko yang telah dibuka di setiap daerah membuat usaha HFC semakin berkembang. Masyarakat juga semakin mengetahui dan berminat serta mulai percaya dengan HFC. Perkembangan usaha HFC juga sudah mengikuti prosedur yang sesuai syariah islam. Mulai dari segi operasional dan non operasional juga sudah sesuai dengan etika bisnis islam.

## **B. Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memberikan pemahaman kepada para karyawan Hisana Fried Chicken bahwa dengan menggunakan strategi dagang yang baik tentunya bisa mendapatkan penghasilan yang menjanjikan. Berikan pemahaman kepada konsumen bahwa saat ini tidak perlu khawatir jika ingin membeli dengan harga yang murah, kualitas dan mutu hampir mirip dan juga halal. Dan meningkatkan kemampuan dalam mengelolah usaha Hisana Fried Chicken agar menghasilkan fried chicken yang enak dan berkualitas.
2. Hisana fried chicken harus mengkreasikan menu yang bervariasi dari menu sebelumnya, agar minat konsumen untuk membeli semakin meningkat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii.2001. *Bank Syariah : Teori dan Praktik*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Arianjo, Agus.2012. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers
- Abdullah, Ma'ruf. 2010 *Wirausaha Berbasis Syariah*. Banjarmasin: Antasari Press
- A.Hassan.1406. *Tafsir Al-Furqan Guru persatuan Islam*.
- Djakfar, Muhammad. 2007. *Etika Bisnis dalam Persepektif Islam*. Malang: UIN Malang Press.
- Fauzia, Ika Yunia.2013. *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: PT Fajar Interpretama Mandiri.
- Hasan, Iqbal,2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hakim, Lukman,2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Hardjanto, Amirullah Imam.2005. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Heizer Jay, Render.2001.*Prinsip-prinsip Manajemen Operasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Juliandi, Azuar.dkk.2015. *Metodelogi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Johan, Suwinto.2011. *Study Kelayakan Pengembangan Bisnis: Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jumingan.2009. *Studi Kelayakan Bisnis: Teori & Pembuatan Proposal Kelayakan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kountur, Rony, 2005. *Metode Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Mardani.2014. *Hukum Bisnis Syariah*. Jakarta:Kencana.
- Pohan, Selamat. 2107. *Ekonomi Mikro Islam*.Medan: UMSU Press.
- Purwanto, Djoko.2002. *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- Pradja, Juhaya.2002.*Manajemen Pemasaran Bank Syariah*. CV Pustaka Setia.
- Rianto, Muhammad Nur. 2012. *Lembaga keuangan Syariah: Suatu Kajian Teori Praktis*. Bandung: Cv Pustaka setia.

- Rozalinda.2014.*Ekonomi Islam, Teori dan Aplikasinya Pada Aktivitas Ekonomi*. Jakarta: Rajawali Press.
- Rifai, Muhammad. 1978. *Fiqih Islam Lengkap*. Semarang: Cv. Toha Putra.
- Sulistiani, Ambar Teguh.2003. *Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep Teori dan Pengembangan dalam Kontek Organisasi Publik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukarno, Sandono. 2005. *Pengantar Bisnis: Edisi Pertama*.Jakarta: Kencana.
- Sukarno, Sandono. 2004. *Pengantar Bisnis: Edisi ke-5*. Jakarta: Kencana.
- Soeprihanto John, Sumarti Murti.2005. *Pengantar Bisnis: Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan*.Yogyakarta: Liberty.
- Syafe'I, Rachmat. 2001. *Fiqih Muamalah*. Bandung: Pustaka Setia.
- Suryana. 2001. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT Salemba Empat.
- Simanjuntak Sahat, F. Cahya Palupi Yohana. 2012. *Faktor Yang Mempengaruhi Beli Makanan dan Minuman Usaha Kecil Menengah*, Vol.14. No.2. September.
- Tjiptono, Fandy.2009. *Manjemen Operasional*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- <http://Peunyeungcipatat.blogspot.co.id>. Diakses Pada Tanggal 10 November 2107.
- <http://Hisanafriedchichen.blogspot.co.id>. Diakses Pada Tanggal 10 November 2017.

Adapun daftar pertanyaan wawancara yang akan peneliti lakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kemampuan bapak dalam mengetahui usaha Hisana Fried Chicken sesuai syariat islam ?
2. Bagaimana kemampuan bapak untuk mengembangkan usaha Hisana Fried Chicken?
3. Sejauh manakah pengetahuan bapak dalam menciptakan peluang bisnis?
4. Sebelum memulai usaha, apakah bapak merasa yakin adanya peluang bisnis yang besar untuk mengembangkan usaha ini?
5. Sejauh manakah proses pengetahuan bapak untuk mencapai tujuan dan target?
6. Apakah mengembangkan usaha itu harus mencapai proses nilai jual tinggi?
7. Bagaimana pengetahuan bapak untuk menetapkan lokasi yang strategis dan terjangkau?
8. Apakah lokasi usaha dapat mendukung dalam mengembangkan usaha hisana fried chicken?
9. Apakah kinerja karyawan berpengaruh dalam perkembangan usaha ini?
10. Bagaimana cara bapak mengetahui kinerja karyawan dalam melayani konsumen?
11. Bagaimana cara bapak mengetahui kualitas produk yang akan digunakan aman atau tidak?
12. Apakah kualitas produk dapat menunjang perkembangan usaha hisana fried chicken?
13. Dapatkah bapak jelaskan mengenai sejarah perusahaan ini dan apa tujuan didirikannya?

\*Jawaban wawancara dapat dicatat pada kolom di bawah ini:

<b>No.</b>	<b>Pertanyaan</b>	<b>Hasil Wawancara</b>
1	Bagaimana kemampuan bapak dalam mengetahui usaha Hisana Fried Chicken sesuai syariat islam ?	Kemampuan saya dalam mengetahui usaha sesuai syariat islam, salah satu bisnis yang memang muncul dari kondisi masyarakat yang saat ini memang sangat bergantung kepada perekonomian islam, bahkan produk-produk yang dikonsumsi lebih dari 80% bersyariat islam, maka dari itulah memulai bergabung dengan tim untuk memikirkan bagaimana membangun usaha yang berbasis syariah yang salah satunya dengan waralaba fried chicken ini. Dengan cara memahami etika bisnis dalam islam, yang dimana etika bisnis dalam islam yang mengacu pada kebenaran atau kejujuran dalam bisnis.
2	Bagaimana kemampuan bapak untuk mengembangkan usaha Hisana Fried Chicken?	Kemampuan saya dalam mengembangkan usaha ini dengan cara meningkatkan penjualan dengan prinsip keadilan serta meningkatkan kinerja karyawan.
3	Sejauh manakah pengetahuan bapak dalam menciptakan peluang bisnis?	Untuk menciptakan peluang bisnis kita harus tau kondisi pasar, pasar bisnis kita dimana dan kemudian segmentasi kita siapa. Dimana ketika lokasi usaha mendukung untuk menjalankan usaha tersebut. Dengan adanya lokasi yang mendukung maka terciptalah peluang bisnis.

4	Sebelum memulai usaha, apakah bapak merasa yakin adanya peluang bisnis yang besar untuk mengembangkan usaha ini?	Yakin, karena rasulullah saw juga mengajarkan kepada kita bahwasannya 9 dari 10 pintu rezeki itu berdagang. Usaha Hisana Fried Chicken memiliki harga lebih terjangkau dibandingkan dengan harga KFC atau Mcdonald yang tidak berbasis syariah, dan otomatis masyarakat sekitar lebih memilih ke usaha yang sudah memiliki sertifikat halal, kemungkinan besar bisnis ini dapat berkembang dengan baik.
5	Sejauh manakah proses pengetahuan bapak untuk mencapai tujuan dan target?	Pengetahuan saya untuk mencapai suatu tujuan dan target, misalkan kita mencapai tujuan dan target mempunyai cara dengan sistem bagi hasil dimana kahmulai saat ini mulai berlaku sistem kapitalis yang memang keuntungan itu tidak sepenuhnya untuk owner atau pengusaha dalam penjualan dapat dilihat dari pendapatan setiap harinya meningkat atau menurunnya omzet.
6	Apakah mengembangkan usaha itu harus mencapai proses nilai jual tinggi?	Tidak, karena kalau harga nilai jual yang tinggi itu susah apalagi ekonomi masyarakat kita mempunyai pendapatan yang pas-pasan mungkin orang-orang tertentu saja yang bisa beli, tapi jika harga yang rendah itu mencapai pasar yang lebih luas, masyarakat yang berkeekonomian kebawah bisa merasakan.
7	Bagaimana pengetahuan bapak untuk menetapkan lokasi yang strategis dan terjangkau?	Pengetahuan saya untuk menciptakan lokasi yang strategis dan terjangkau tentunya menjadi titik pusat untuk mendirikan usaha, karena lokasi strategis merupakan salah satu yang

		menjadi faktor tinggi rendahnya inkam ataupun omzet usaha. Caranya utntuk menetapkan lokasi yang strategis harus survey lokasi karena tidak selamanya yang ramai itu tidak bakal jadi yang strategis dan yang sepi itu tidak strategis, mislanya menjalankan usaha diarea kalangan kampus, sekolah dan rumah sakit dengan lokasi tersebut bisa dibilang lokasi yang strategis dan terjangkau.
<b>8</b>	Apakah lokasi usaha dapat mendukung dalam mengembangkan usaha hisana fried chicken?	Sangat mendukung, dengan adanya lokasi usaha yang strategis maka usaha akan berjalan sesuai dengan tujuan pengusaha.
<b>9</b>	Apakah kinerja karyawan berpengaruh dalam perkembangan usaha ini?	Sangat berpengaruh karena memang yang harus kita pahami bersama bahwasannya kariyawan itu adalah asset jadi kalau kariyawan itu dia berkinerja baik maka itu adalah asset bagi kita dan harus kita pertahankan dan berikan penghargaan, karena kalau karyawannya buruk maka hasil produk-produk juga buruk dan pasti pelayanan terhadap konsumen juga buruk dan itu akan mempengaruhi penjualan, dengan meningkatkan kinerja karyawan sangat mendukung untuk kepuasan konsumen.
<b>10</b>	Bagaimana cara bapak mengetahui kinerja karyawan dalam melayani konsumen?	Cara mengetahuinya saya tentu ada auditnya, nama audit tersebut ialah audit berkah. Dalam seminggu ada dua kali audit dari situlah bisa lihat bagaimana kondisi mereka, dan bisa dilihat dari pendapatan setiap harinya.

11	Bagaimana cara bapak mengetahui kualitas produk yang akan digunakan aman atau tidak?	Iya perusahaan mempunyai kualiti kontrol (tim khusus) dengan mengetahui produk (ayam) tersebut layak atau tidak untuk dijual seperti kebersihan dan batas expayed produk tersebut.
12	Apakah kualitas produk dapat menunjang perkembangan usaha hisana fried chicken?	Iya sangat menunjang, karena memang hisana fried chicken juga sadar bahwasannya kita memakai nama syariat islam, tidak terlalu banyak berpengaruh kalau tidak diimbangi dengan kualitas produk. perkembangan usaha dengan kualitas produk konsumen menjadi pelanggan yang setia. Jadi dengan adanya pelanggan yang setia maka usaha yang saya jalankan berkembang.

### **Daftar Riwayat Hidup**

Nama Lengkap : Dwi Lestari  
Tempat, Tanggal Lahir : Sendang Rejo, 03 Desember 1996  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Pendidikan Terakhir : SMA Negeri 7 Binjai  
Alamat : Jl. Tembilang Cengkeh Turi Lk. IV  
No. Tlp/ Hp : 082274389549

#### **Nama Orang Tua**

Ayah : Supriatin  
Ibu : Minah Sulastrri  
Alamat : Jl. Tembilang Cengkeh Turi Lk. IV

#### **Pendidikan**

Tahun 2000-2005 : SD Negeri 058241 Pungai  
Tahun 2005-2008 : SMP Negeri 6 Binjai  
Tahun 2008-2011 : SMA Negeri 7 Binjai  
Tahun 2014-2018 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Demikianlah daftar riwayat hidup ini saya perbuat dengan sebenar-benarnya.

Yang menyatakan,

  
Dwi Lestari



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id



**BERITA ACARA PENILAIAN SEMINAR PROPOSAL PROGRAM STUDI**  
**PERBANKAN SYARIAH/ BISNIS MANAJEMEN SYARIAH**

Pada hari **Kamis 11 Januari 2018** telah diselenggarakan Seminar Program Studi **Perbankan Syariah/ Bisnis Manajemen Syariah** dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Dwi Lestari  
**Npm** : 1401270085  
**Semester** : VII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Proposal** : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Disetujui/ Tidak disetujui

Item	Komentar
Judul	Studi Kasus dihapus / dihilangkan, HSC => 630 outlet di Indonesia 11 provinsi -> 1 prop = 55 outlet
Bab I	- Batasan masalah => HSC -> Hanya di HSC Medan Jember, di Jl. Kaya Jay Kawasan: Bekas UMKM atau UKM.
Bab II	Perbaiki Skema Kerangka Berpikir
Bab III	Tekah variabel X dan Y => Keren penelitian tsb baka penelitian kuantitatif
Lainnya	
Kesimpulan	Lulus <input checked="" type="checkbox"/> Tidak Lulus <input type="checkbox"/>

Medan, 11 Januari 2018

Tim Seminar

Ketua

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Sekretaris

Dewi Maharani, S.Pd, M.Si

Pembimbing

( Selamat Pohan, S.Ag, MA )

Pembahas

( Ainul Mardhiyah, SP, M.Si )



Unggul, Berdikar & Berprestasi

Bila menyalah surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan Kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Pengesahan Proposal**

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah/ Bisnis Manajemen Syariah yang diselenggarakan pada Hari **Kamis 11 Januari 2018** dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Dwi Lestari  
**Npm** : 1401270085  
**Semester** : VII  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Perbankan Syariah/Perbankan Syariah  
**Judul Proposal** : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah  
(Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Proposal dinyatakan sah dan memenuhi syarat untuk menulis Skripsi dengan Pembimbing.

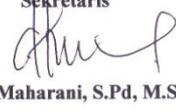
Medan, 11 Januari 2018

**Tim Seminar**

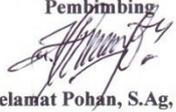
**Ketua**

  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

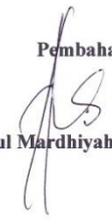
**Sekretaris**

  
Dewi Maharani, S.Pd, M.Si

**Pembimbing**

  
(Selamat Pohan, S.Ag, MA)

**Pembahas**

  
(Ainul Mardiyah, SP, M.Si)

**Diketahui/ Disetujui**  
A.n Dekan  
Wakil Dekan I

  
Zailani, S.PdI, MA



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**Pengesahan Pergantian Judul Proposal**

Berdasarkan Hasil Seminar Proposal Program Studi Perbankan Syariah/ Bisnis Manajemen Syariah yang diselenggarakan pada Hari « **Kamis 11 Januari 2018** » dengan ini menerangkan bahwa :

**Nama** : Dwi lestari  
**Npm** : 1401270085  
**Semester** : 7 ( Tujuh)  
**Fakultas** : Agama Islam  
**Program Studi** : Perbankan Syariah  
**Judul Proposal** : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah ( Studi Kasus Pada HFC di Kota Medan)

Disetujui untuk mengganti judul proposal dengan :

**Judul** : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah ( Studi Kasus Pada HFC di Kecamatan Medan Johor)

Medan, 16 Januari 2018

Diketahui/ Disetujui  
Dekan

Dr. Muhammad Qorib, MA

Ketua Program Studi  
Perbankan Syariah

Selamat Pohan, S. Ag, MA



*Unggul, Cerdas & Terpercaya*

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

**MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**  
**FAKULTAS AGAMA ISLAM**

Pusat Administrasi : Jalan Kapten Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 Fax. (061) 6623474, 6631003  
Website : www.umsu.ac.id Email : rektor@umsu.ac.id

Nomor : **IO./II.3/UMSU-01/F/2018**  
Lamp : -  
Hal : **Izin Riset**

22 J Awal 1439 H  
09 Februari 2018 M

Kepada Yth : **Pimpinan Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah**  
Di  
Tempat.

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum wr.wb.*

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan Skripsi Mahasiswa guna memperoleh Gelar Sarjana S1 di Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (FAI UMSU) Medan, maka kami mohon bantuan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi data dan fasilitas seperlunya kepada Mahasiswa kami yang mengadakan Penelitian/Riset dan Pengumpulan Data dengan :

Nama : **Dwi Lestari**  
NPM : **1401270085**  
Semester : **VIII**  
Fakultas : **Agama Islam**  
Jurusan : **Perbankan Syariah**  
Judul Skripsi : **Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kecamatan Medan Johor )**

Demikianlah hal ini kami sampaikan atas perhatian dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih. Semoga Allah meridhoi segala amal yang telah kita perbuat. Amin.

*Wassalamu'alaikum wr.wb.*



Dekan,

**Dr. Muhammad Qorib, MA**

CC. Fil

Kepada Yth,  
Dekan Fakultas Agama Islam  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
Di - Tempat

19/3  
Medan, 5 Maret 2018

**Perihal : Keterangan Izin Pengambilan data (Riset)**

Dengan Hormat,

Teriring salam dan do'a kami, semoga Bapak/Ibu selalu dalam lindungan Tuhan Yang Maha Esa dan dapat menjalankan aktivitas sehari – hari dengan sukses.

Menindaklanjuti surat yang telah bapak/ibu kirimkan ke kami perihal izin riset atas nama **Dwi Lestari** maka kami sampaikan bahwasanya surat permohonan pengambilan data telah diterima dan efektif tanggal **2 Maret 2018** yang bersangkutan telah melakukan pengambilan data/informasi di perusahaan kami.

Demikian surat ini kami sampaikan agar dapat dipahami dengan baik, atas perhatian dan kerja sama yang baik dari Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Hormat Kami

**HISANA FRIED CHICKEN**



**Imam Setiawan, S.Psi**  
HRD



Unggul Berprestasi & Berkeadilan

Bila menjawab surat ini agar ditunjukkan nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VII (Tujuh)  
Program Studi : Perbanka Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
4/11/2017	1. pd LBM. munculkan kembali bagi yg berkaitan dgn judul 2. penerjela dan bgn - dipikarlis		
12/11/2017	1. No. 1. di atas telah terpenuhi. kembali. 2. landasan teori pd LBM, juga lengkap & runtut sesuai dgn judulnya.		

Medan, 13-12-2017

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Selamat Pohan, S.Ag, MA



Unggul Ilmu & Capaian

Bila menjabar surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VII (Tujuh)  
Program Studi : Perbanka Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
28/11/2017	1. Buat batasan masalah 2. Caput bab I dan III		
29/11/2017	1. format penulisan dgn tabel yg dgn bejwalah 2. masalah variabel & bentuk 3. Buat daftar pustaka 12 buku utp 4. format penulisan & publikasi		

Medan, 13-12-2017

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Selamat Pohan, S.Ag, MA



Unggul Prestasi & Capaian

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400  
Website : www.umsu.ac.id E-mail : rektor@umsu.ac.id  
Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VII (Tujuh)  
Program Studi : Perbanka Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
21/12/2017	1. penulisan Bab proposal / pengantar pd Hisana 2. kaitungan kawatabel belanjitas	<i>[Signature]</i>	
12/12/2017	1. kaitungan kawatabel x belanjitas Seperti. 2. Kerangka Berpikir yg di buat melalui Alur yg benar.	<i>[Signature]</i>	

Medan, 13-12-2017

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

*[Signature]*  
Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

*[Signature]*  
Selamat Pohan, S.Ag, MA



Unggul Prestasi & Cita-cita

Bila menjawab surat ini agar disebutkan Nomor dan tanggalnya

# MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA FAKULTAS AGAMA ISLAM

Jalan kaptem Mukhtar Basri No 3 Medan 20238 Telp (061) 6622400

Website : [www.umsu.ac.id](http://www.umsu.ac.id) E-mail : [rektor@umsu.ac.id](mailto:rektor@umsu.ac.id)

Bankir : bank Syariah Mandiri, Bank Bukopin, Bank Mandiri, Bank BNI 1946, Bank Sumut



## BERITA ACARA BIMBINGAN PROPOSAL

Nama Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan  
Fakultas : Agama Islam  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Jenjang : S1 (Strata Satu)

Ketua Program Studi : Selamat Pohan, S.Ag, MA  
Dosen Pembimbing : Selamat Pohan, S.Ag, MA

Nama Mahasiswa : DWI LESTARI  
Npm : 1401270085  
Semester : VII (Tujuh)  
Program Studi : Perbanka Syariah  
Judul Skripsi : Analisis Perkembangan Usaha Hisana Fried Chicken Berbasis Syariah (Studi Kasus Pada HFC Di Kota Medan)

Tanggal	Materi Bimbingan	Paraf	Keterangan
13/12 2017	ACE, Utlh di Semarang		

Medan, 13-12-2017

Diketahui/ Disetujui  
Ketua Program Studi

Selamat Pohan, S.Ag, MA

Pembimbing Proposal

Selamat Pohan, S.Ag, MA