

**SUB TEMA:**  
**AKUNTANSI DAN PERBANKAN SYARIAH**



**MANAJEMEN RESIKO BISNIS *FRANCHISE* KUCH2HOTAHU  
DALAM PERSPEKTIF SYARIAH DI KABUPATEN KUDUS**

**Bayu Tri Cahya dan Moh Abdul Latif**  
*Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kudus*  
*Jalan Conge Ngembal Rejo PO BOX 51 Kudus*  
*email: bayu\_plur@yahoo.com*

***Abstract***

*Business franchise is a method of distributing goods and services to the consumer society, which is sold to other interested parties. Every business certainly contains a risk as well as the franchise business, franchisee in risk management using an appropriate concept of Islam which is to get Falah, hayat tayyibah, and brotherhood, socio-economic justice, and spiritual needs in the management of property. The study was conducted by library research and observation based on previous studies and currently applied legal frameworks. The results showed that the risk management applied by the franchisee Kuch2Hotahu namely: is in conformity with the purpose – the purpose of law in the management of his property that they do not leave the Islamic concept of falah, khayatan tayyibah, and brotherhood. Furthermore, the theory associated IASLM that man was created by God and to worship God. The form of worship here seen from the risk management is done as the above, namely: already happy customers, creating a good life, and build a brotherhood. At once a form of gratitude for the blessings given by God. and risk is the risk of a business nature, competition risk and geographic risk.*

***Keywords:*** *franchise, Kuch2Hotahu, risk management*

**A. PENDAHULUAN**

Pada era dewasa ini, fenomena yang menarik telah terjadi di beberapa tahun yaitu tumbuh suburnya bisnis *franchise* makanan (Astuti, 2005). Kalau kita amati saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat kreatif menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha makanan modern. Beberapa diantara mereka membuka gerainya dipusat-pusat pertokoan, di jalan utama, atau dilokasi yang strategis seperti halnya usaha makanan McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, tak ketinggalan juga Kuch2Hotahu, dan lain sebagainya.

Kemudian, selama ini banyak orang yang berfikir bahwa membeli sebuah *franchise* pasti selalu menguntungkan karena dalam sistem *franchise* atau waralaba, resiko sudah diminimalisir sedemikian oleh pihak *franchisor*. Namun tidak selalu benar dalam prakteknya dan kenyataannya Tingkat kesuksesan waralaba di Indonesia hanya mencapai 60% saja, sedangkan dinegeri asalnya, Amerika mencapai 90%. Selain itu, menurut Amir Karamoy, Ketua Waralaba dan Lisensi Indonesia yang juga pemilik konsultan AK & partners,

menyatakan bahwa terjadi perbedaan tingkat kegagalan yang sangat mencolok antara waralaba lokal dibandingkan waralaba asing. Tingkat kegagalan waralaba lokal berkisar antara 50% – 60%, sedangkan tingkat kegagalan waralaba asing hanya berkisar 2% - 3% saja. Kegagalan dari sebuah bisnis waralaba atau *franchise* bisa dari faktor *franchisor* – nya maupun dari *franchisee* – nya atau faktor akumulasi keduanya (Khoiri, 2010).

Maka dari itu perlu adanya penerapan manajemen resiko dalam menjalankan kegiatan usaha. Karena, manajemen resiko merupakan suatu usaha untuk mengetahui, menganalisis serta mengendalikan resiko dalam setiap perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh efektifitas dan efisiensi yang lebih tinggi (Herman, 2006). Dalam pengertian yang lain, manajemen resiko merupakan suatu sistem pengawasan resiko, dan perlindungan atas harta benda, keuntungan, serta keuangan suatu badan usaha atau perorangan atas kemungkinan timbulnya suatu kerugian karena adanya resiko tersebut (Muhammmad, 2005)

Berangkat dari latar persoalan di atas, maka tulisan ini akan mengkaji bagaimana manajemen resiko bisnis *franchise* Kuch2Hotahu dalam perspektif Syariah juga akan menjelaskan strategi yang akan dilakukan dalam pengelolaan resiko.

## **B. FRANCHISE KUCH2HOTAHU**

Bisnis *franchise* (waralaba) tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga waralaba sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi, maka *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya (Rivai, 2012)

Kemudian, istilah *franchise* coba di-Indonesiakan dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung), sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa

Dalam pengertian yang lain *franchise* adalah terjemahan bebas dari kata *franchise* dimana menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 tahun 1997 tanggal 13 Juni, pengertian *franchise* (*franchising*) adalah suatu bentuk kerjasama dimana pemberi *franchise* (*franchisor*) memberikan izin kepada penerima *franchise* (*franchisee*) untuk menggunakan hak intelektualnya. Seperti nama, merek dagang produk, dan jasa dari sistem operasi usahanya. Kata *franchise* berasal dari bahasa perancis (*franchise*) yang berarti bebas dari kungkungan atau belenggu (Saosa, 2002)

Selain itu, menurut Peraturan Menteri Industri dan Perdagangan Indonesia No 259/MPP/Kep/7/1997, *franchise* adalah suatu perikatan dimana pihak yang satu diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak lain dalam rangka untuk mempersiapkan dan atau menjual barang atau jasa.

Hisrich peters memberikan definisi tentang *franchising*:

*Franchising maybe defined as "an arrangement where by the menu facturer or sale distributor of a trade marked product or service gives exclusive rights of local d istribution to independent retailers in return for their payment of royalties and conformance to standardized operating procedures.*

Artinya:

*Franchising didefinisikan sebagai pelimpahan dari pabrikan atau distributor suatu produk atau jasa yang diberikan kepada agen agen lokal atau pengecer dengan membayar sejumlah royalti (Alma, 2006)*

Selanjutnya, Kuch2Hotahu adalah camilan tahu goreng dan bukan tahu goreng tepung biasa, tetapi tahu yang digoreng dengan tepung yang telah diolah dengan menggunakan resep rahasia dari Herman Susilo. Supaya punya ciri khas dan cita rasa khusus, beliau di Surabaya berkreasi dengan menambah beragam rasa pada tahu goring buatannya (*kuch2hotahu.com*).

Kemudian, dari berbagai macam percobaan dengan menambah beragam rasa pada tahu goreng buatannya maka, lahirlah camilan yang dinamai Kuch2HoTahu. Beliau memilih nama itu supaya menarik dan mudah diingat. Usaha bisnis ini dirintis pada tahun 2011 yang ber-alamatkan di Jl. Kyai Telingsing No 9, Kabupaten Kudus. Beliau langsung berani menawarkan kemitraan.

Awalnya hanya ada 2 *outlet* saja yang bertempat dijalan melati dan di samping Klenteng depan Menara Kudus. Waktu penjualannya ialah pukul 15.00-20.00 WIB. Dalam perkembangannya bisnis *franchise* Kuch2Hotahu mengalami peningkatan yang sangat pesat yang awalnya 2 *outlet* saja hingga menjadi 27 *outlet* untuk yang di Kudus, sedangkan jumlah *outlet* yang ada di Indonesia sekarang berjumlah 635 mitra yang berada dari Aceh sampai Papua. Dalam Kuch2Hotahu Ada 20 pilihan rasa, diantaranya rasa keju, rasa pedas, rasa pizza, rasa sapi panggang, balado, jagung dan ekstra hot.dan lain-lain. Setiap bungkus berisi 15 potong tahu, dan dibanderol dengan harga berkisar Rp 3.000-Rp 3.500.

*Franchise* Kuch2Hotahu mempunyai Visi Dan Misi sebagai berikut:

Visi : Meningkatkan mutu makanan biasa menjadi luar biasa (tahu).

: Menciptakan lapangan kerja untuk masyarakat sekitar.

Misi : Membrikan motivasi pada masyarakat khususnya kalangan muda agar berani berwirausaha walaupun dalam skala yang sangat kecil.

Tujuan : Memberikan pekerjaan pada masyarakat sekitar dengan ketentuan menjadi mitra.

: Mampu untuk bersaing dengan produk yang lain.

### C. KEMITRAAN

Mengenai kemitraan samapi saat ini *franchise* Kuch2Hotahu telah memiliki 635 mitra yang tersebar diseluruh Indonesia yaitu dari Aceh hingga Papua. Untuk menjadi mitra dalam usaha ini maka harus melalui berbagai tahap yaitu tahap *pertama* yaitu mengisi formulir pendaftaran *online* di [www.kuch2hotahu.com](http://www.kuch2hotahu.com)/melalui telepon yang sudah disediakan, tahap *kedua* yaitu Pembayaran uang muka 50% dan pembayaran outlet, setelah itu dilakukan pengiriman MOU, SOP, dan training kepada mitra, selanjutnya penanda tanganan dan pengiriman kembali MOU kepada Kuch2Hotahu, lalu mitra melakukan pelunasan dan pihak Kuch2Hotahu melakukan pengiriman outlet kelokasi, kemudian setelah semua itu selesai mitra bisa melakukan opening/pembukaan. Untuk modal yang harus dikeluarkan guna menjadi mitra pada Kuch2Hotahu maka perlu dana investasi sebesar Rp 8,5 juta yang berada di Pulau Jawa. Namun, jika di Luar Pulau Jawa, maka dana yang harus dikeluarkan investasinya yaitu Rp 9,5 juta. Dan fasilitas yang didapat oleh mitra ialah satu unit gerobak/gerai Kuch2Hotahu yang berukuran 60x130x170 cm, satu set perlengkapan standard kuch2Hotahu (cooking set lengkap dengan kompor gas, satu tungku dan tabung elpiji 3kg), *banner*, daftar menu, *training* karyawan lewat VCD, manual SOP (Standar Operasional Prosedur), bahan baku perdana, promo berkesinambungan melalui sosial media melalui Facebook dan twitter, *Update* menu-menu baru, dan *support* bahan baku seperti tepung *handmade* dengan ciri khas Kuch2Hotahu beserta bumbu yang selalu *update* yang tidak ada dipasaran karena hasil racikan sendiri dan harga jual produk tergantung lokasi daerah.

#### **D. SISTEM *FRANCHISE* KUCH2HOTAHU**

Mengenai sistem yang diterapkan pada bisnis Kuch2Hotahu ini ialah mitra hanya diwajibkan membeli bahan baku dari pusat dan tidak ada *royalti feedan franchise fee*. Karena itu adalah salah satu nilai tawar yang diberikan oleh *franchise* Kuch2Hotahu untuk menarik minat para masyarakat, dan yang terpenting bagi *franchisee* yaitu hanya diwajibkan untuk membeli bahan baku seperti tersebut diatas.

#### **E. RESIKO YANG DIHADAPI *FRANCHISEE* KUCHHOTAHU**

Berkenaan dengan resiko yang telah dihadapi oleh *franchisee* Kuch2Hotahu ialah:

*Pertama* resiko sifat usaha beragamnya jenis usaha dalam ekonomi mengandung resiko yang berbeda satu dengan yang lainnya. Usaha-usaha yang sifatnya perintis yang sebelumnya belum pernah dilakukan mempunyai resiko tinggi. Kuch2Hotahu adalah usaha yang tergolong baru dengan jenis produk berbentuk makanan camilan. Pada dasarnya usaha baru itu mempunyai resiko sifat usaha seperti halnya rasa bosan yang dialami oleh konsumen dalam mengkonsumsi produk tersebut.

*Kedua* yaitu resiko persaingan, yang mana persaingan ini muncul dariberbagai jenis produk yang bahan bakunya sama maupun berbeda. Karena *franchise* Kuch2Hotahu adalah makanan jenis camilan dan bukan makanan pokok.

*Ketiga* ialah resiko geografis, resiko geografis ini adalah resiko yang disebabkan oleh factor alam. Semisal hujan, ketika musim hujan yang lebat penjualan produk semakin menurun sebab orang yang akan membeli terasa malas untuk keluar rumah, selanjutnya ketika musim panas, panas yang begitu menyengat maka selera konsumen akan menurun terhadap produk *franchisee* Kuch2Hotahu tersebut.

#### **F. MANAJEMEN RESIKO PADA *FRANCHISEE* KUCH2HOTAHU DALAM PERSPEKTIF SYARIAH**

Manajemen Resiko merupakan suatu sistem pengawasan resiko, dan perlindungan atas harta benda, keuntungan, serta keuangan suatu badan usaha atau perorangan atas kemungkinan timbulnya suatu kerugian karena adanya resiko tersebut. Dalam pengertian praktis dapat diartikan sebagai proteksi ekonomis terhadap kerugian yang mungkin timbul atas asset dan pendapatan suatu perusahaan (Muhammad, 2005)

Menurut W. Djohan, bahwa setiap usaha yang dilakukan dalam kegiatan bisnis akan selalu dihadapkan dengan berbagai bentuk resiko. Pada umumnya *profit* yang diperoleh akan senantiasa berbanding lurus dengan tingkat resiko yang dihadapi. Sehingga, semakin besar

tingkat resiko dari suatu bisnis, akan semakin besar pula tingkat *profit margin* yang diperolehnya (Djohan, 2000)

Tujuan dari manajemen resiko adalah sebagai upaya untuk penanganan dan pencegahan resiko yang terjadi pada bisnis *franchise* supaya bisnis tersebut tetap berjalan dan tetap berkembang. Adapun fungsi dari manajemen resiko merupakan guna mengidentifikasi dari resiko yang dihadapi pada bisnis *franchise*.

Manajemen resiko dalam perspektif Syariah ialah di dalam Islam bisnis dapat dipahami sebagai serangkaian aktivitas, bisnis dalam berbagai bentuknya yang tidak dibatasi jumlah (kuantitas) kepemilikan hartanya termasuk *profitnya*, namun dibatasi cara perolehan dan pendayagunaan hartanya (Yusanto, 2011) Dan juga diajarkan agar umatnya untuk senantiasa melakukan berbagai aktivitas yang bermanfaat, begitu pula dengan aktivitas sebuah perusahaan yang memang dalam menjalankan kegiatannya selalu berhubungan antara satu orang dan yang lainnya atau masyarakat, harus senantiasa berani mengambil resiko.

Resiko merupakan keadaan atau hasil yang akan diperoleh seseorang pada waktu yang akan datang dari suatu perbuatan atau tindakan yang akan dikerjakan atau diamalkannya. Tinggi rendahnya tingkat resiko akan sangat tergantung bagaimana tata cara yang digunakan dan kesungguhan yang bersangkutan dalam bekerja atau beramal. Allah yang maha adil memberikan penilaian kepada manusia didasarkan atas amal perbuatannya

Sebagaimana firman Allah dalam Q.S. Al Hasyr ayat 18:

*Hai orang-orang yang beriman, bertakwalah kepada Allah dan hendaklah setiap diri memperhatikan apa yang telah diperbuatnya untuk hari esok (akhirat); dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.*

Manajemen resiko yang sesuai dengan *maqoshid AsySyariah*. *Maqoshid AsySyariah* salah satu strategi yang digunakan dalam penanganan resiko yang mana itu adalah alternatif yang diberikan oleh Islam yang berbeda dari sistem – sistem sekuler yang menguasai dunia hari ini. Merupakan tujuan – tujuan syariat yang mengandung semua yang diperlukan manusia untuk merealisasikan *falah* (kebahagiaan manusia) dan *hayatan thoyyibah* (kehidupan yang baik), *ukhuwah* (persaudaraan), keadilan sosio ekonomi dan pemenuhan kebutuhan spiritual (Chapra, 2000).

Sebagaimana dikutip dalam bukunya Umar Chapra, Imam Ghazali berkata:

*Tujuan utama syariat adalah memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda mereka. apa saja yang menjamin terlindungnya lima perkara ini adalah maslahat bagi manusia yang dikehendaki.*

Resiko dalam konsep IASLM (Yusuf, 2013). yaitu dalam usahanya mencari nafkah seorang muslim dihadapkan pada kondisi ketidakpastian terhadap apa yang akan terjadi. Kita boleh merencanakan suatu kegiatan usaha, namun kita tidak bisa memastikan apa yang kita dapatkan dari usaha tersebut apakah kita untung atau rugi. Hal ini merupakan sunnatullah atau ketentuan Allah, sesuai dengan firman-NYA dalam Q.S. Luqman: 34:

*"Sesungguhnya Allah, Hanya pada sisi-Nya sajalah pengetahuan tentang hari Kiamat; dan Dia-lah yang menurunkan hujan, dan mengetahui apa yang ada dalam rahim. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui (dengan pasti) apa yang akan diusahakannya besok. dan tiada seorangpun yang dapat mengetahui di bumi mana dia akan mati. Sesungguhnya Allah Maha mengetahui lagi Maha Mengenal."(Q.S. : Al-Luqman : 34)*

Konsep IASLM, IASLM adalah teori baru yang merupakan gabungan dari tiga unsur yang dapat membentuk suatu *grand design* yang *kaffah*. IASLM dan terbentuk dari kata Islam, mencoba mencari pemecahan teori terhadap semua masalah yang ada dimuka bumi ini dengan konsep islam. IASLM dibentuk oleh huruf *alif, sin, lam dan mim* yang jika dihubungkan dengan kaitan apapun dalam kehidupan ternyata dapat menjadi sebuah keterkaitan yang tidak disangka-sangka.

Dalam konsep IASLM manusia sebagai ciptaan Allah memiliki kewajiban untuk beribadah kepada Allah sekaligus sebagai bentuk syukur atas segala nikmat yang telah diberikan. Ketiga unsur tersebut saling terkait sehingga membentuk suatu bentuk hubungan yang *kaffah*. Dengan demikian untung dan rugi akan senantiasa menjadi sesuatu yang harus diperhitungkan oleh setiap usahawan atau pembisnis.

Dalam menangani suatu perusahaan berdasar Utama (2012), pada intinya mengikuti tahapan sebagai berikut

#### 1. Identifikasi Resiko

Pada tahap ini, analis berusaha mengidentifikasi berbagai resiko yang telah dihadapi oleh perusahaan. Langkah pertama yang dilakukan adalah menganalisis pihak *stakeholder* seperti pemegang saham, kreditur, pemasok, karyawan, pemerintah, masyarakat, pihak manajemen perusahaan dan pihak lain yang berkepentingan terhadap perusahaan. Langkah berikutnya adalah menggunakan 7S dari McKenzie, yaitu: *shared value, strategy, structure, staff, skills, system dan style*.

Resiko dalam bismis *franchise* Kuch2Hotahu adalah berkurangnya minat konsumen dalam mengkonsumsi produk *franchise* Kuch2Hotahu. Dalam perspektif manajemen resiko perlu diidentifikasi secara rinci hal – hal yang menyebabkan berkurangnya minat konsumen dalam mengkonsumsi produk *franchise* Kuch2Hotahu, yaitu banyak bermunculan produk yang jenis bahan bakunya sama juga bahan baku yang berbeda, dan juga disebabkan musim

yang tidak tertentu seperti halnya, hujan yang begitu lebat, cuaca yang sangat panas, dan lain sebagainya. Dalam hal ini resiko yang disebabkan munculnya bahan baku yang sejenis maupun non sejenis itu bisa dikatakan dengan resiko persaingan, dan yang disebabkan musim yang tidak menentu maka itu disebut dengan resiko geografis.

## 2. Pengukuran Resiko

Pengukuran resiko mengacu pada dua faktor, yaitu kuantitas resiko yang terkait dengan berapa banyak nilai atau eksposur yang rentan terhadap resiko dan kualitas resiko yang terkait dengan kemungkinan suatu resiko terjadi. Semakin tinggi kemungkinan resiko terjadi maka semakin tinggi pula resikonya. Dari setiap jenis resiko yang menyebabkan berkurangnya minat konsumen dalam mengkonsumsi produk *franchise* Kuch2Hotahu, perlu dilakukan perhitungan mengenai seberapa besar terjadinya serta seberapa besar dampak yang akan ditimbulkannya.

Dampak yang diperhitungkan tidak hanya terbatas pada aspek finansial tetapi juga aspek nonfinansial seperti dampak reputasi. Selanjutnya juga dipertimbangkan pertumbuhan dari bisnis *franchise* Kuch2Hotahu tersebut. Dampak dari resiko yang telah terjadi ialah turunya pendapatan dari penjualan produk *franchise* Kuch2Hotahu.

## 3. Pemetaan Resiko

Resiko itu perlu mendapatkan perhatian khusus, tetapi ada pula resiko yang dapat diabaikan, karena itu perusahaan perlu membuat peta resiko. Tujuan pemetaan ini adalah untuk menetapkan prioritas resiko berdasarkan kepentingan bagi perusahaan.

## 4. Pengendalian dan penanganan resiko

Setelah mengetahui besarnya setiap resiko yang dihadapi, selanjutnya manajemen menyusun *risk priorities*, yakni menggolongkan resiko kedalam resiko tinggi, menengah, ataupun ringan berdasarkan analisis frekuensi dan *severity* pada tahap sebelumnya. *Risk priorities* memudahkan pengelolaan menentukan langkah-langkah penanganan resiko. Pada dasarnya penanganan resiko ada tiga, yakni mengurangi, mengalihkan, dan menanggung sendiri. Pengelola sedapat mungkin mengurangi kemungkinan terjadinya resiko dengan berbagai macam langkah, utamanya sebelum resiko itu terjadi. Hal ini dikenal dengan pencegahan. Namun, pengelola juga harus siap meminimalisir kerugian apabila resiko itu benar-benar terjadi. Selanjutnya resiko yang masih tersisa dialihkan ke pihak lain melalui lembaga-lembaga seperti asuransi, atau lembaga penjamin atau melalui instrumen-instrumen keuangan seperti *option* dan *bedging*. Pengalihan resiko yang demikian disebut dengan *risk transfer* atau *risk sharing*.

Dalam pengelolaan bisnis *franchise* Kuch2Hotahu, pilihan – pilihan pengalihan resiko tidak boleh bertentangan dengan syariah. Bagaimanapun, tidak semua resiko dapat dialihkan. Resiko – resiko yang tidak dapat dialihkan tersebut ditanggung sendiri kerugiannya. Manajemen resiko yang baik adalah merencanakan besarnya resiko yang harus ditanggung sendiri setelah upaya mengurangi dan mengalihkan resiko dilakukan secara optimal.

Upaya yang dilakukan dalam menangani resiko yang terjadi pada bisnis *franchise* Kuch2Hotahu dimulai dengan peningkatan strategi pemasaran dan juga kualitas pelayanan. Seperti halnya yang dilakukan oleh mitra bisnis *franchise* Kuch2Hotahu yaitu: pada setiap jum'at sekali dalam setiap bulan membagikan produk jadi kesekitar tempat jualan dengan gratis. Dan mempromosikan produk melalui jejering sosial atau media internet. Selanjutnya untuk pembelian 5 bungkus gratis 1 bungkus, dan juga peningkatan terhadap pelayanan seperti halnya ucapan terima kasih pada orang yang telah membeli.

Dalam menangani sebuah resiko tersebut dikaitkan dengan *maqshoshid AsSyariah*.

*Maqshoshid AsSyariah* itu adalah strategi yang digunakan untuk menangani sebuah resiko yang terjadi. Berdasarkan konsep – konsep islam sendiri yaitu:

1. *Falah* (kebahagiaan manusia),

Kebahagiaan adalah tujuan. Ada dua tujuan, tujuan sementara dan tujuan akhir. Begitu juga dengan kebahagiaan, terbagi menjadi dua; ada kebahagiaan sementara dan ada kebahagiaan akhir atau hakiki. Tujuan akhir atau kebahagiaan akhir adalah kebahagiaan yang jika telah didapatkan tidak ada keinginan lain. Dunia ini adalah tempat manusia meniti perjalanannya untuk sampai pada tujuan akhir, karena kehidupan didunia hanya kehidupan sementara, namun, tidak bisa kita pungkiri bahwa dunia yang sementara (Abdillah Bagi seorang mukmin, ukuran kebahagiaan bukanlah hanya semata – mata dari aspek duniawi, tapi yang terpenting adalah bila bisa menjalani kehidupan dalam kerangka pengabdian dan ketaatan kepada Allah SWT. Sebagai orang yang beriman bentuk ketaatan kepada Allah yang dilakukan pada bisnis *franchise* Kuch2Hotahu dalam menjalankannya tidak hanya sekedar meraih keuntungan semata, tetapi mereka telah melakukan *shodaqoh* seperti yang dijelaskan sebelumnya, sebagai bentuk usaha pencapaian kebahagiaan baik di dunia maupun akhirat.

2. *Hayatan Thayyibah* (kehidupan yang baik),

Kehidupan yang baik diistilahkan oleh Alquran dengan *hayatan thayyibah* sebagaimana firman Allah SWT : Barangsiapa yang mengerjakan amal saleh, baik laki-laki maupun perempuan dalam keadaan beriman. Maka sesungguhnya akan kami berikan kepadanya kehidupan yang baik dan sesungguhnya akan kami beri balasan kepada mereka

dengan pahala yang lebih baik dari apa yang telah mereka kerjakan (QS An Nahl ayat 97). Terkait dengan yang dilakukan dibisnis Kuch2Hotahu seperti penjelasan diatas tidak bertentangan dengan ayat tersebut.

### 3. *Ukhuwah* (persaudaraan),

Persaudaraan dengan kata lain yaitu *Human relation* merupakan inti dalam manajemen karena pada hakikatnya proses pencapaian tujuan manajemen harus didukung oleh orang lain. Oleh karena itu, seorang manajer harus mampu berinteraksi secara efektif dengan orang yang dipimpinnya. Keberhasilan seorang manajer dapat diukur dari kemampuan dan ketepatannya dalam mengadakan *human relation* secara proporsional. Banyaknya waktu yang diluangkan dalam berkomunikasi oleh seorang manajer terhadap orang yang dipimpinnya tidak menjamin keberhasilan suatu manajemen karena tidak semua proses komunikasi yang dilakukan dapat terakumulasi dalam lingkup makna *human relation*. (Zuchairiny, 2008) Berkenaan dengan *ukhuwah*, bisnis Kuch2Hotahu ini telah menciptakan sebagaimana hal tersebut. Sebab bisnis ini bentuknya adalah kemitraan guna tercapainya tujuan yaitu kesejahteraan.

### 4. Keadilan Sosio Ekonomi

Keadilan sosio ekonomi adalah ikatan yang mempersatukan suatu masyarakat, suatu persatuan yang harmonis dari individu – individu, dimana masing – masing menunaikan tugas hidupnya sesuai dengan bakat dan pendidikannya. Pada bisnis Kuch2Hotahu telah tercipta keadilan sebab bisnis tersebut berbentuk Kemitraan yang terikat satu sama lainnya.

### 5. Pemenuhan Kebutuhan Spiritual.

kebutuhan spiritual merupakan salah satu kebutuhan dasar yang yang dibutuhkan oleh setiap manusia. Makna spiritual yaitu: agama, keyakinan, hubungan manusia dengan tuhan dan sesama manusia, persepsi kebutuhan spiritual yaitu kebutuhan ibadah, semangat, nyaman, kasih sayang. Dalam bentuk pemenuhan kebutuhan spiritual Kuch2Hotahu menciptakan hubungan manusia dengan manusia (kemitraan) juga terhadap tuhan yaitu dalam hal bekerja tidak hanya untuk diri sendiri tetapi juga diimbangi dengan melakukan *shodaqoh* sebagai bentuk rasa syukur atas nikmatNYA, dan selalu semangat dalam bekerja.

Manajemen resiko yang diterapkan oleh *franchise* Kuch2Hotahu sudah sesuai dengan tujuan – tujuan syariat yaitu dengan tidak meninggalkan konsep Islam tentang *falah*, *hayatan thayyibah*, *ukhuwah*, keadilan sosio ekonomi dan juga pemenuhan kebutuhan spiritual dalam pengelolaan harta (Zuchairiny, 2008)

Harta dalam Islam pada hakikatnya adalah amanah (titipan) dari Allah SWT. Sedangkan pemilik mutlak segala sesuatu yang ada dimuka bumi ini, termasuk harta benda adalah milik Allah SWT. Kepemilikan oleh manusia hanya bersifat relatif, sebatas untuk melaksanakan amanah mengelola dan memanfaatkan sesuai dengan ketentuan – NYA.

Selanjutnya, dikaitkan dalam teori IASLM ialah teori terbentuk dari kata Islam yang terdiri dari huruf *alif*, *sin*, *lam*, dan *mim* artinya yaitu *sin* sebagai manusia, *lam* sebagai Allah dan *mim* sebagai ibadah bahwasanya manusia diciptakan oleh Allah dan untuk beribadah kepada Allah. Wujud dari ibadahnya disini terlihat dari penanganan resiko yang dilakukan sebagaimana hal tersebut di atas, yaitu: sudah membahagiakan konsumennya, menciptakan kehidupan yang baik, dan membangun persaudaraan. Sekaligus bentuk rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah kepadanya.

#### 5. Pengelolaan Resiko, Monitoring dan Evaluasi

Manajemen perlu memastikan bahwa pelaksanaan resiko bejalan sesuai dengan rencana. Manajemen juga perlu memastikan bahwa model pengelolaan resiko cukup efektif. Kegiatan manajemen resiko merupakan kegiatan yang berkesinambungan serta memerlukan monitoring dan evaluasi secara berkala (Abdillah, 2013) Pada dasarnya monitoring dan evaluasi bermaksud memastikan bahwa pengelolaan resiko dalam pengembangan bisnis *franchise* Kuch2Hotahu berlangsung dengan baik. Manfaat sesungguhnya ialah meningkatkan konsumen agar tetap loyal pada produk *franchise* Kuch2Hotahu.

### G. PENUTUP

Resiko yang telah dihadapi oleh *franchisee* Kuch2Hotahu adalah sebagai berikut *pertama* resiko sifat usaha, *Kedua* resiko persaingan, *Ketiga* ialah resiko geografis. Manajemen resiko yang diterapkan oleh para *franchisee* Kuch2Hotahu yaitu: dalam pengelolaan hartanya mereka tidak meninggalkan konsep Islam tentang *falah*, *hayatan thayyibah*, dan *ukhuwah*. keadilan sosio Ekonomi dan juga pemenuhan kebutuhan spiritual. Selanjutnya, dikaitkan dalam teori IASLM bahwasanya manusia diciptakan oleh Allah dan untuk beribadah kepada Allah. Wujud dari ibadahnya disini terlihat dari penanganan resiko yang dilakukan sebagaimana hal tersebut di atas, yaitu: sudah membahagiakan konsumennya, menciptakan kehidupan yang baik, dan membangun persaudaraan. Sekaligus bentuk rasa syukur atas nikmat yang diberikan oleh Allah kepadanya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah. 2013. “Manusia dan Kebahagiaan “, *Jurnal HMJ Aqidah dan Filsafat UIN SGD Bandung*, Vol. I No. 1, April 2013: hlm 56-57.
- Alma, Buchari. 2006. “*Kewirausahaan untuk Mahasiswa Umum*”. Bandung: Alfabeta.
- Astuti, Dewi. 2005. “Kajian Bisnis Franchise Makanan di Indonesia”, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 7, No. 1 Maret 2005.
- Chapra, M. Umar. 2000. “*Islam dan Tantangan Ekonomi*”. Jakarta: Gema Insani.
- Darmawi, Herman. 2006. “*Manajemen Resiko*”, Ed.1, Cetakan 10. Jakarta: Bumi Aksara.
- Djohan, Warman. 2000. “*Kredit Bank Alternatif Pembiayaan dan Pengajuannya*”. Jakarta: Widya Offset.
- Khoiri, Hoyyima. 2010 “*Cepat Kaya Dengan Teknik Franchise (Waralaba) Yang Cerdas dan Efektif*”, Cetakan pertama. Yogyakarta: Buku Biru.
- Muhammad. 2005. “*Manajemen Dana Bank Syariah*”, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Rivai, M. Muchtar. 2012. “*Pengaturan Waralaba Di Indonesia Perspektif Hukum Bisnis*”, *Jurnal Liquidity*, Vol. 1, No.2, Juli-Desember 2012: hlm.159-166.
- Saosa, Pietra, RFA. 2006. “*Mefranchiskan Usaha Anda Panduan Praktis dan Komprehensif Mengembangkan Usaha dengan sistem Franchis*”. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Utama, Bey Septa. 2012. “Aspek Manajemen Resiko dalam pengembangan Wakaf dalam Manajemen Resiko Investasi Wakaf Uang”, *Jurnal ISLAMICA*, Vol 6, No 2, Maret 2012.
- Yusanto, Muhammad Ismail dan Muhammad Karebet Widjajakusuma. 2002. “*Menggagas Bisnis Islami*”. Jakarta: Gema Insani Press.
- Yusuf, Agang. 2013. “*Teori Resiko IASLM*”, [wordpress.com](http://wordpress.com), Diunduh tanggal 6 Mei 2013.,
- Zuchairiny, Andi. 2008. “Human Relation Dalam Perspektif Islam”, *Jurnal Hunafa*, Vol. 5, No.2, Agustus 2008: hlm 194.