

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Konsep Kerjasama Usaha

1. Pengertian Kerjasama

Kerjasama merupakan suatu bentuk perilaku yang dilaksanakan dengan bersama-sama tanpa memperhatikan latar belakang orang lain yang turut bekerjasama guna mencapai tujuan bersama yang telah ditentukan. Kerjasama juga diartikan sebagai sikap gemar bergotong royong dengan orang lain guna mencapai tujuan atau hasil bersama.¹

Kerjasama berlangsung secara alami yakni kelompok masyarakat dapat berkembang dengan baik jika memiliki hubungan kerjasama yang baik dengan kelompok yang lain atau dengan anggota dalam kelompok yang sama. Setiap komponen dalam suatu kelompok masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab masing-masing. Peran yang dijalankan dengan baik oleh setiap anggota dalam suatu kelompok akan berpengaruh terhadap tercapainya tujuan kelompok. Setiap komponen atau anggota dalam suatu kelompok saling berhubungan dan saling mempengaruhi satu sama lainnya.²

Kerjasama dalam menjalankan bisnis juga disebut dengan istilah kemitraan usaha. Hafsah menerangkan bahwa kemitraan atau kerjasama usaha merupakan suatu bentuk strategi dalam menjalankan bisnis yang

¹ Abdulsyani, *Sosiologi Skematika; Teori dan Terapan* (Jakarta: Bumi Aksara, 1996), 156.

² *Ibid.*, 159.

dilaksanakan oleh dua pihak atau lebih pada kurun waktu tertentu guna mendapatkan keuntungan bersama. Prinsip yang terdapat dalam kerjasama usaha ialah prinsip saling menguntungkan.³

Berdasarkan pada beberapa pengertian yang telah disampaikan maka dapat disimpulkan bahwa kerjasama usaha merupakan suatu bentuk usaha yang dilakukan oleh dua orang atau lebih. Kerjasama tersebut ditujukan untuk mencapai tujuan yang sama. Setiap anggota dalam kelompok yang melakukan kerjasama memiliki tugas dan peran yang harus dipenuhi sehingga tujuan bersama akan mudah tercapai. Kerjasama dalam suatu usaha juga disebut dengan kemitraan.

2. Tujuan Kerjasama Usaha

Kerjasama usaha dilakukan dengan beberapa tujuan tertentu yang ingin dicapai. Tujuan dari adanya kerjasama usaha sebagai berikut:⁴

a. Tujuan Kerjasama Usaha Secara Mikro

- 1) Meningkatkan pendapatan usaha dari perusahaan atau pihak yang saling bekerjasama.
- 2) Meningkatkan pemerolehan nilai tambah bagi perusahaan atau pihak yang bekerjasama.

b. Tujuan Kerjasama Usaha Secara Makro

- 1) Meningkatkan pemberdayaan terhadap masyarakat dan para pelaku usaha.
- 2) Menumbuhkan perekonomian negara

³ Muhammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha* (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1999), 43.

⁴ Ambar Teguh Sulistiyani, *Kemitraan dan Model-model Pemberdayaan* (Yogyakarta: Gava Media, 2004), 130.

- 3) Memperluas dan meningkatkan kesempatan kerja
- 4) Memperkuat ketahanan ekonomi nasional

3. Prinsip-prinsip Kerjasama Usaha

Kerjasama usaha dilandaskan pada beberapa prinsip. Prinsip-prinsip tersebut antara lain:

a. Prinsip saling membutuhkan

Mariotti menerangkan bahwa kerjasama usaha ialah suatu rangkaian kegiatan yang dilaksanakan dengan melakukan identifikasi terhadap pihak lain yang akan diajak untuk bekerjasama. Pihak yang ingin menjalin hubungan kerjasama dengan pihak lain harus memperhatikan fungsi serta keunggulan maupun kelemahan dari pihak yang akan diajak kerjasama. Memahami fungsi, keunggulan serta kelemahan dari pihak lain yang akan diajak kerjasama dapat mempengaruhi efisiensi perusahaan. Pada penerapannya, proses kerjasama yang dilakukan oleh perusahaan besar dengan perusahaan yang lebih kecil dapat membantu perusahaan besar tersebut untuk memenuhi target usaha dengan tenaga kerja dari perusahaan yang lebih kecil tersebut. Begitu pula sebaliknya perusahaan kecil yang notabene memiliki teknologi yang lebih rendah atau sarana dan prasarana yang masih belum lengkap dapat memanfaatkan teknologi dan sarana prasarana dari perusahaan yang lebih besar yang diajak bekerjasama.⁵

⁵ Muhammad Jafar Hafsa, *Kemitraan Usaha*, 51.

b. Prinsip saling menguatkan

Setiap pihak yang ingin melakukan kerjasama memiliki beberapa kebutuhan dan keinginan yang akan dipenuhi melalui kerjasama guna meningkatkan nilai tambah dari perusahaan. Nilai tambah yang diharapkan oleh setiap pihak selain nilai ekonomi seperti meningkatnya jangkauan pasar dan meningkatnya pendapatan usaha juga mengharapkan nilai tambah yang bersifat non-ekonomis seperti berkembangnya manajemen perusahaan, pemanfaatan teknologi dan sebagainya. Setiap pihak yang melakukan kerjasama memiliki kelebihan dan kelemahan. Oleh karena itu, setiap pihak yang menjalin kerjasama dengan pihak lain harus mampu menguatkan satu sama lain agar tujuan bersama dapat tercapai dengan baik.⁶

c. Prinsip saling menguntungkan

Tujuan dari adanya kerjasama usaha ialah “*winwin solution*”. Pihak yang menjalin kerjasama usaha tidaklah harus memiliki kekuatan atau kemampuan yang sama sama baik dan kuat. Esensi dari adanya kerjasama ialah kemampuan dari setiap pihak dalam menjalankan tugas dan perannya masing-masing. Kerjasama usaha atau kemitraan bukan merupakan suatu hubungan antara pihak yang berkuasa dengan pihak yang dikendalikan melainkan hubungan timbal balik yang saling menguntungkan. Setiap pihak yang

⁶ Ibid., 51.

bekerjasama memiliki kedudukan yang sama sehingga tidak ada pihak yang merasa dieksploitasi. Kerjasama dibangun dan ditumbuhkan atas dasar rasa saling mempercayai antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya sehingga akan mampu memperbesar keuntungan usaha.⁷

4. Pola Kerjasama Usaha

Kerjasama usaha dapat dilaksanakan dengan beberapa macam atau pola dari kerjasama usaha. Adapun pola-pola yang dapat dilakukan dalam melaksanakan kerjasama usaha sebagai berikut:

a. Inti plasma

Inti-plasma merupakan suatu hubungan kerjasama yang dilakukan oleh Usaha Besar dengan Usaha Kecil Menengah dimana UKM menjadi plasma dalam mempersiapkan lahan, menyediakan sarana prasarana produksi, meningkatkan penguasaan teknologi yang ditujukan guna meningkatkan produktivitas dan efisiensi usaha. Bentuk kerjasama ini mengarah pada pembinaan UKM oleh Usaha Besar agar mampu berkembang.⁸

b. Subkontrak

Subkontrak merupakan bentuk kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah maupun usaha besar. Usaha kecil berperan sebagai pihak yang memproduksi barang yang dibutuhkan oleh pihak yang lain sebagai bagian dari hasil produksinya.

⁷ Ibid., 52.

⁸ Daryanto dkk, *Manajemen Pemasaran* (Bandung: Satu Nusa Yogyakarta, 2011), 46.

Subkontrak dilaksanakan dengan menyetujui beberapa hal yang disepakati antara kedua pihak yakni harga, mutu produk, waktu dan volume.⁹

c. Perdagangan Umum

Hubungan kerjasama pada poin ini merupakan hubungan kerjasama yang dilaksanakan oleh usaha kecil dengan usaha besar dan usaha menengah dimana hasil produksi dari usaha kecil akan dipasarkan oleh usaha besar dan usaha menengah tersebut. Peran dari usaha kecil ialah memberikan pasokan produk pada usaha besar atau usaha menengah. Bentuk kerjasama ini dapat dilaksanakan dengan kerjasama untuk memasarkan produk, menerima pasokan dari produk yang disediakan oleh usaha kecil, menyediakan lokasi usaha serta memenuhi sesuatu yang dibutuhkan oleh usaha besar atau usaha menengah.¹⁰

d. Distribusi atau agen

Kerjasama dalam bentuk ini dilaksanakan dengan memberikan hak kepada pihak lain untuk memasarkan produk yang telah dihasilkan oleh suatu perusahaan.¹¹

e. Bentuk kemitraan lain

Bentuk kemitraan atau kerjasama selain dari pola diatas dapat dilakukan dengan beberapa pola seperti kerjasama operasional, bagi hasil, dan patungan usaha.¹²

⁹ Ibid., 46.

¹⁰ Ibid., 46.

¹¹ Ibid., 47.

5. Tahap-tahap Pelaksanaan Kerjasama Usaha

a. Membangun hubungan dan menjalin komunikasi

Langkah pertama untuk melakukan kerjasama usaha ialah mengenal orang atau perusahaan yang akan diajak bekerjasama. Hal tersebut dilakukan dengan menjalin hubungan dengan pihak yang akan diajak kerjasama serta menjalin komunikasi dengan pihak kedua. Pihak yang ingin menjalin kerjasama hendaknya mengenal dan mengetahui informasi seperti latar belakang dan karakter dari pihak yang akan diajak kerjasama. Seseorang tentunya tidak ingin bekerjasama dengan orang yang memiliki karakter dan latar belakang yang kurang baik.¹³

b. Mengidentifikasi kondisi dari pihak yang akan bekerjasama

Langkah berikutnya setelah menjalin komunikasi dengan pihak yang akan diajak bekerjasama ialah mengetahui kemampuan pihak tersebut. kemampuan yang dimaksudkan meliputi kemampuan dalam hal manajemen bisnis, pemanfaatan teknologi dan pemanfaatan sumber daya yang ada. Kemampuan dan keterampilan yang dimiliki oleh pihak yang akan diajak bekerjasama penting diketahui untuk menentukan layak atau tidaknya pihak lain untuk diajak bekerjasama sehingga mampu meningkatkan keuntungan. Pada proses ini seseorang akan melakukan seleksi berdasarkan data tentang kemampuan serta keterampilan pihak yang akan diajak bekerjasama.

¹² Ibid., 47.

¹³ E. Sarwoko dkk, "Peningkatan Nilai tambah Pengrajin Dupa Desa Petungsewu Kecamatan Wagir Kabupaten Malang" *Jurnal Abdinus*, Vol. 2, No. 2, 129.

Apabila kemampuan yang dimiliki baik dan mampu memperbesar keuntungan maka dapat diajak untuk bekerjasama begitu pula sebaliknya jika kemampuan yang dimiliki oleh pihak lain kurang baik maka kerjasama dapat dibatalkan.¹⁴

c. Menyusun strategi

Apabila pihak yang diajak kerjasama telah ditentukan maka langkah selanjutnya ialah menyusun strategi untuk mengembangkan bisnis melalui kerjasama. Strategi dapat dibuat dengan membagi tugas dan peran dari setiap pihak yang bekerjasama. Peran dan tugas yang diberikan sesuai dengan kemampuan yang dimiliki oleh masing-masing pihak. Strategi yang tepat akan mampu membawa perusahaan untuk berkembang lebih baik dan tentunya mendapatkan keuntungan yang lebih besar.¹⁵

d. Mengembangkan program

Setelah strategi ditentukan maka kedua pihak akan mengembangkan program. Program tersebut dilaksanakan guna mendukung berjalannya strategi bisnis yang telah disusun. Program yang telah disusun kemudian dibicarakan bersama agar setiap pihak mengetahui rencana dan program yang akan dilaksanakan.¹⁶

e. Melaksanakan program yang telah dibuat

Setelah strategi bisnis dan program-program disusun maka kedua pihak dapat melaksanakannya. Setiap pihak akan

¹⁴ Ibid., 129.

¹⁵ Ibid., 129.

¹⁶ Ibid., 129.

melaksanakan tugas dan perannya masing-masing sesuai dengan tugas yang telah dibagi dan dibicarakan bersama.¹⁷

f. Mengevaluasi hasil pelaksanaan kerjasama

Langkah terakhir ialah melakukan pemantauan terhadap program-program yang telah dilaksanakan. Pemantauan ditujukan guna melakukan evaluasi untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan dari setiap program. Tujuan dari adanya evaluasi tersebut ialah untuk memperbaiki dan mengembangkan langkah-langkah selanjutnya yang akan dilaksanakan.¹⁸

B. Pendapatan Usaha

1. Pengertian pendapatan usaha

Pendapatan merupakan segala perkara yang diperoleh seseorang terhadap pencapaiannya saat melakukan suatu pekerjaan dan dalam waktu yang ditentukan baik harian, mingguan, bulanan atau tahunan.¹⁹ Wahjono mendefinisikan pendapatan sebagai suatu hasil yang diperoleh dari proses penjualan produk yang dikelola oleh seseorang melalui proses produksi dengan nilai atau harga yang ada di pasar.²⁰

Wamadi dan Aris Triyono menyatakan bahwa pendapatan ialah jumlah penerimaan baik berupa uang ataupun barang yang diterima oleh seseorang dalam periode tertentu. Penerimaan tersebut merupakan bentuk

¹⁷ Ibid., 129.

¹⁸ Ibid., 129.

¹⁹ Ira Setiawati dan Widyartati, "Pengaruh Strategi Pemasaran Online Terhadap Peningkatan Laba UMKM", *Strategi Komunikasi Pemasaran*, Vol. 20, 2017, 4.

²⁰ Sentot Imam Wahjono dkk, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 34.

balasan atas produk yang telah dijual atau jasa yang telah dilaksanakan.²¹ Skousen dan Stice juga menyatakan bahwa pendapatan merupakan proses pembentukan hasil berupa uang dari pendistribusian suatu barang, produksi barang, pelayanan jasa maupun kegiatan yang lain yang membentuk suatu entitas yang berjalan terus menerus.²²

Pendapatan merupakan hasil atau capaian yang diperoleh dari biaya dan upaya yang dilakukan. Seseorang ketika ingin mendapatkan pendapatan maka juga harus mengeluarkan biaya yang harus dibayar sebagai gantinya. Melalui hal tersebut dapat diartikan bahwa biaya dan pendapatan merupakan suatu implikasi. Pendapatan muncul dikarenakan suatu transaksi pada waktu tertentu dan bukan karena suatu proses dalam waktu tertentu.²³

Melalui beberapa pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan ialah sesuatu yang diterima oleh seseorang. Sesuatu tersebut dapat berupa uang maupun barang. Adapun dalam memperoleh pendapatan seseorang juga harus mengeluarkan biaya. Biaya yang dimaksud dapat berupa uang, barang atau jasa.

2. Faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha

Pendapatan yang diperoleh seseorang atau suatu usaha terkadang mengalami kenaikan dan penurunan. Hal tersebut dipengaruhi oleh

²¹ Wamadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran* (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 55.

²² Nurnasrina dan P Adiyes Putra, *Kegiatan Usaha Bank Syariah* (Yogyakarta: Kalimedia, 2018), 23.

²³ Sentot Imam Wahjono dkk, *Pengantar Bisnis* (Jakarta: Prenadamedia Group, 2018), 77.

beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi pendapatan usaha yang diperoleh antara lain:²⁴

a. Lamanya usaha yang dijalankan

Lamanya usaha seseorang merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi pendapatan. Semakin lama usaha seseorang berjalan maka semakin banyak pula pengalaman yang diperoleh. Lamanya usaha juga membuat seseorang terus berinovasi dan berubah menjadi lebih baik. Setiap kesalahan yang pernah dilalui dan setiap kekurangan yang dimiliki tentunya akan dicarikan solusinya. Melalui hal tersebut, seorang pengusaha dapat meningkatkan efisiensi dan mampu meminimalisasi biaya yang diperlukan ketika produksi sehingga pendapatan yang diterima juga semakin besar. Pengusaha yang telah lama menjalankan usahanya tentu akan mengetahui kebutuhan-kebutuhan konsumen sehingga minat konsumen pada usaha tersebut meningkat. Semakin lama suatu usaha juga meningkatkan relasi dari pengusaha sehingga pendapatan yang diperoleh juga meningkat.

b. Lokasi usaha

Memilih lokasi tempat usaha merupakan bentuk strategi yang diterapkan oleh pengusaha dalam menjalankan usahanya. Lokasi yang strategis, nyaman dan mudah dijangkau tentunya akan menarik

²⁴ Dewa Made Aris Artaman, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan Pedagang Pasar Seni Sukawati di Kabupaten Gianyar", Tesis: Universitas Udayana Denpasar, 2015, 49.

banyak pelanggan. Pelanggan yang banyak menjadi sumber pendapatan yang banyak juga bagi pengusaha.

c. Jam operasional kerja

Jam operasional kerja juga mempengaruhi pendapatan yang akan diperoleh. Semakin panjang jam operasional kerja maka pelanggan yang diperoleh juga semakin banyak begitu pula sebaliknya.

C. Kerjasama Usaha dalam Teori Ekonomi Islam

Pengertian ekonomi dalam pandangan Islam ialah berasal dari kata *iqtishad* dari kata dasar “*qosdun*” yang berarti keseimbangan (*equilibrium*) dan keadilan (*equally balanced*).²⁵ Salah satu cara dalam perekonomian Islam supaya mendapatkan keuntungan dalam setiap usahanya dengan melakukan kerjasama (*Syirkah*). Karena memang manusia tidak bisa menjalankan kehidupannya sendiri tentunya membutuhkan bantuan dari pihak yang lain. Berikut penjelasan mengenai pengertian *Syirkah* dan macam-macam *Syirkah* :

1. Pengertian Syirkah

Secara etimologi, *Syirkah* atau *syarikah* dapat didefinisikan sebagai kemitraan antara mitra atau persero. Anggota dalam perseroan dan mitranya dalam suatu urusan disebut dengan *syarik*, sedangkan *Syarikah* yaitu perserikatan dalam kepemilikan hak untuk melakukan *tasharruf* (pendayagunaan harta). Secara bahasa *syirkah* berarti al-ikhtilat (percampuran) atau persekutuan dua hal atau lebih, sehingga antara

²⁵ Ika Yunia Fauzia, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid Al-Syariah* (Jakarta: Kencana, 2014), 93.

masing-masing sulit dibedakan. Seperti persekutuan hak milik atau perserikatan usaha.²⁶

2. Macam-macam syirkah

Syirkah dibagi menjadi tiga macam sebagaimana berikut :²⁷

- a. *Syirkah ibahah*, yaitu orang pada umumnya berserikat dalam hak milik untuk mengambil atau menjaga sesuatu yang mubah yang pada asalnya tidak dimiliki oleh seorangpun.
- b. *Syirkah Milk*, yaitu jika dua orang atau lebih memiliki suatu barang atau hutang secara bersama-sama karena suatu sebab kepemilikan, seperti membeli, hibah, dan menerima wasiat.
- c. *Syirkah uquud* yaitu akad kerja sama antara dua orang yang bersekutu dalam modal dan keuntungan, misalnya, dalam transaksi jual beli atau lainnya. Teori ekonomi islam yang dipakai untuk skripsi ini adalah syirkah uquud.

3. Rukun *Syirkah*

Dalam melaksanakan suatu perikatan dalam Islam harus dilandasi dengan akad agar pihak satu dengan lain nya memiliki rasa percaya satu sama lain. Berikut syarat-syarat umum yang harus dilakukan dalam melaksanakan syirkah.²⁸

²⁶ Dewi Maharani, "Ekonomi Islam: Solusi Terhadap Masalah Sosial-Ekonomi", *Jurnal Agama dan Pendidikan Islam*, 2018, 23.

²⁷ Harun, *Fiqh Muamalah* (Surakarta: Muhammadiyah University Press, 2017), 69.

²⁸ Hendri Hermawan Adinugraha, "Norma dan Nilai dalam Ilmu Ekonomi Islam", *Jurnal Media Ekonomi dan Teknologi Informasi*, Vol. 21, No. 1, 2013, 54.

a. *Shighat*

Shighat merupakan ungkapan atau pembicaraan yang diucapkan oleh setiap pihak yang akan bekerjasama. Ungkapan tersebut merupakan ungkapan bahwa kedua belah pihak telah sepakat dan ingin melakukan kerjasama. *Shighat* terdiri dari *ijab qabul*. *Ijab* merupakan suatu ungkapan dari pihak yang menawarkan untuk bekerjasama sedangkan *qabul* merupakan ungkapan yang diucapkan oleh pihak yang menerima tawaran kerjasama tersebut. *Ijab qabul* harus dilakukan dan diketahui oleh kedua pihak yang akan bekerjasama baik secara lisan maupun tulisan.²⁹

b. Pihak yang melakukan kerjasama

Kerjasama atau *syirkah* dinyatakan sah apabila diketahui dan dilakukan oleh kedua pihak yang akan bekerjasama. Syarat bagi pihak yang akan melaksanakan akad *syirkah* ialah baligh, berakal dan tidak terpaksa atau terancam.³⁰

c. Objek *Syirkah*

Objek *syirkah* berupa modal yang berbentuk harta atau pekerjaan. Modal dalam bentuk harta harus nyata dan diketahui. Setelah itu, keuntungan yang akan diperoleh melalui adanya kerjasama tersebut akan dibagikan sesuai kesepakatan yang telah disetujui. Besarnya keuntungan yang diperoleh oleh setiap pihak

²⁹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 127.

³⁰ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah; Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), 219.

harus sesuai dengan jumlah yang telah disepakati seperti seperempat atau setengah dan sebagainya.³¹

4. Jenis-jenis *Syirkah*

Kerjasama atau *syirkah* dalam Islam dapat dibagi menjadi 5 jenis antara lain:³²

- a. *Syirkah Inan*, yakni kerjasama antara dua pihak dengan menggunakan modal yang dimiliki bersama serta ketentuan pemerolehan keuntungan yang telah disepakati sebelumnya. Kerjasama usaha ini diwujudkan dalam bentuk kepemilikan saham dari usaha yang akan dijalankan. Apabila mengalami keuntungan maka hasil keuntungan tersebut akan dibagi sesuai kesepakatan. Namun, apabila mengalami kerugian maka setiap pihak yang bekerjasama akan menanggung kerugian berdasarkan jumlah kepemilikan saham.
- b. *Syirkah Mufawadlah*, yakni kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih dimana setiap pihak harus memberikan modal yang sama. Setiap pihak yang bekerjasama selain harus memberikan modal yang sama juga memiliki kewenangan yang sama dalam menjalankan usaha.
- c. *Syirkah Abdan*, yakni kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu usaha dimana keuntungan dihitung melalui besarnya tenaga dan usaha yang dilakukan oleh setiap pihak untuk

³¹ Ibid., 219.

³² Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali, 2016), 200.

- mengembangkan usaha dengan modal yang sama. Namun apabila mengalami kerugian maka akan ditanggung secara merata.³³
- d. *Syirkah Wujuh*, yakni bentuk kerjasama yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih tanpa adanya modal yang diberikan. Kerjasama tersebut merupakan kerjasama yang didasarkan atas kepercayaan dari setiap pihak. Contoh dari *syirkah wujuh* ialah seorang pedagang mengambil produk dari pedagang lainnya dengan harga yang telah ditentukan. Kemudian, pedagang pertama tadi akan membantu menjualkan produk kepada konsumen dengan harga yang telah ia tentukan sendiri.³⁴
- e. *Syirkah Mudlarabah*, yakni kerjasama antara dua pihak dimana salah satu pihak merupakan pemberi modal sedangkan pihak yang lainnya berperan sebagai tenaga kerja yang menjalankan modal usaha tersebut. Keuntungan akan dibagikan sesuai dengan kesepakatan antara kedua pihak sedangkan kerugian dalam bentuk modal usaha akan ditanggung oleh pemilik modal sedangkan kerugian dalam bentuk tenaga akan ditanggung oleh pihak yang menjadi tenaga kerja yang menjalankan modal usaha tersebut.³⁵

³³ Lukman Hakim, *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam* (Jakarta: Erlangga, 2012), 106.

³⁴ Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Rajawali, 2016), 199.

³⁵ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), 107.