

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam memahami bahwa perkembangan budaya bisnis berjalan begitu cepat dan dinamis. Berdasarkan kaidah di atas terlihat bahwa Islam memberikan jalan dan kebebasan bagi manusia untuk melakukan berbagai improvisasi dan inovasi melalui sistem, teknik, dan mediasi dalam melakukan perdagangan. Islam sebagai agama yang fleksibel di setiap tempat dan waktu memberikan antisipasi dalam kaitannya dengan sifat sosial manusia yang tidak dapat hidup secara menyendiri, melainkan selalu bersama-sama membutuhkan satu dengan lainnya.

Di samping memberikan kebebasan yang sangat luas dalam melakukan kegiatan transaksi bisnis, Islam juga memberikan batasan-batasan atau rambu-rambu yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis. Di antara rambu-rambu tersebut adalah bahwa kegiatan bisnis yang dilakukan tidak boleh mengandung unsur *dharar* (merugikan), *gharar* (manipulasi), *jahalah* (ketidakjelasan), dan *zhulm* (menganiaya pihak lain), serta *maisir* (judi), *riba* (bunga), *ihtikar* (penimbunan), dan *bathil*.¹ Sistem pemberian bonus harus adil tidak menzalimi dan tidak hanya menguntungkan orang atau pihak yang berada di level atas saja.

¹Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: AMZAH, 2010), 615

Akhir-akhir ini, kita sering mendengar kata *franchise* (waralaba). Transaksi bisnis yang bertaraf *franchise* kini mulai marak karena selain biaya murah dan bahan sudah disediakan juga tidak terlalu memakan tempat yang begitu luas. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan oleh *franchisor*.

Franchise adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.² Bisnis waralaba atau *franchise* belakangan mewabah dunia usaha di Tanah Air, terutama kalangan muda yang bermodal kuat. Sebagian pengusaha berpendapat, mengembangkan bisnis ini relatif mudah dibanding memulai bisnis dari nol.

Bentuk produk bisnis *franchise* dapat berbagai macam jenis, seperti makanan, minuman, peralatan furniture, aksesoris, pelayanan service elektronik, service mobil dan motor, kursus bahasa Inggris, bimbingan belajar, dan lain sebagainya.³

Hal ini diperkuat dengan adanya tonggak kepastian hukum akan format *franchise* (waralaba) di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang

²Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2002), 20

³Irfan Fahmi, *Kewirausahaan (Teori, Kasus dan Solusi)* (Bandung : Alfabeta, 2013), 92

Waralaba. PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP No 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Dengan adanya peraturan tersebut maka memberikan peluang untuk *franchise* mengembangkan diri.⁴

Di Indonesia, *franchise* mulai dikenal pada tahun 1950-an dengan munculnya *dealer* kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merek. *Franchise* di Indonesia semakin berkembang ketika masuknya *franchise* asing pada tahun 80-90an. KFC, McDonald's, Burger King, dan Wendys adalah sebagian dari jejaring *franchise* asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya *franchise* di Indonesia.⁵ Di Indonesia sendiri, yang mulai berkembang yaitu munculnya *franchise* Alfamart dan Indomart.

Alfamart adalah suatu perusahaan yang bergerak di bisnis waralaba swalayan yang memiliki banyak cabang di Indonesia. Gerai ini umumnya menjual berbagai produk makanan, minuman, dan barang kebutuhan hidup lainnya. Lebih dari 200 produk makanan dan barang kebutuhan hidup lainnya tersedia dengan harga bersaing, memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Sebagai upaya untuk dapat mencakup pangsa pasar yang lebih luas lagi, Alfa meluncurkan Alfamart, Alfamidi, dan Alfa Express.⁶

⁴Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2008), 26

⁵Ibid., 19

⁶Alfamart, <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Alfamart>, diakses tanggal 03 Oktober 2015

Alfamart merupakan perusahaan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Alfamart hadir pertama kali di Jalan Raya Beringin Karawaci Tangerang pada tanggal 18 Oktober 1999 dengan nama Alfa Minimart dan baru di tahun 2002 berganti nama menjadi Alfamart. Sesuai visi Alfamart untuk menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki masyarakat luas, Alfamart pun membuka sistem kerjasama *franchise* di tahun 2001. Tahun 2009 Alfamart melakukan *Initial Public Offering of Shares* di Bursa Efek Indonesia. Tahun 2013 Alfamart melakukan akuisisi saham mayoritas dari Alfamidi Group sebagai salah satu strategi pertumbuhan dan sinergi usaha yang lebih baik serta mulai memasuki pasar Asia dengan melakukan ekspansi di Filipina.⁷

Kerjasama *franchise* Alfamart tidak mengharuskan *franchisee* untuk repot mengurus keseharian gerainya dikarenakan *franchisor* memberikan dukungan penuh dalam operasional gerai selama masa kerjasama berlangsung. *Franchisee* hanya cukup mendirikan badan usaha, mempelajari laporan keuangan dan mengurus perpajakan dari gerai tersebut.

Konsep *franchise* dari Alfamart menawarkan 3 konsep secara umum, yaitu:

1. Gerai baru, dimana *franchisee* mengusulkan lokasi, kemudian disetujui dan berujung pada pembukaan gerai.

⁷Shifafauziah888, “*Franchise Alfamart*”, [http:// ALFAMART/FRANCHISE ALFAMART _shifafauziah888.htm](http://ALFAMART/FRANCHISE ALFAMART_shifafauziah888.htm), diakses tanggal 13 November 2015

2. Gerai konversi, merupakan minimarket atau toko yang dikelola secara mandiri oleh *franchisee*, kemudian di konversi dan berujung pada pembukaan gerai.
3. Gerai *take over*, merupakan gerai *franchise* yang berasal dari gerai yang sudah berjalan yang kemudian dialihkan statusnya menjadi gerai *franchise*.⁸

Alfamart sangat spesial hingga dijadikan bisnis *franchise*, karena lini bisnis yang menjual kebutuhan pokok dan sehari-hari menjadikan Alfamart memiliki pasar yang sangat besar serta pengalaman lebih dari 15 tahun dan di 9.500 toko menjadikan Alfamart terdepan dalam hal *merchandising mix* untuk memberikan keuntungan yang optimal.

Ilmu pengetahuan semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Begitupun dengan gagasan tentang *bermuamalah*. Pada zaman dahulu, berdagang hanya dilakukan dengan cara-cara sederhana seperti berdagang di pasar atau menjajakan barang dagangannya secara *door to door*.

Dimana pada zaman Rasulullah, bisnis *franchise* ini belum ada dan hal tersebut dikaitkan dengan prinsip keadilan dalam *syirkah* di mana *franchise* merupakan salah satu bentuk variasi dalam *syirkah*. Dari sudut pandang syariah, perjanjian *franchise* termasuk kelompok *syirkah* (persekutuan), dan hukumnya dibolehkan berdasarkan kaidah:

⁸www.alfamarku.com, diakses tanggal 04 Oktober 2015

أَلَا صُلِّ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بَأْحَةٍ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ

Artinya: *Pada prinsipnya segala sesuatu itu hukumnya boleh kecuali ada dalil yang mengharamkannya.*⁹

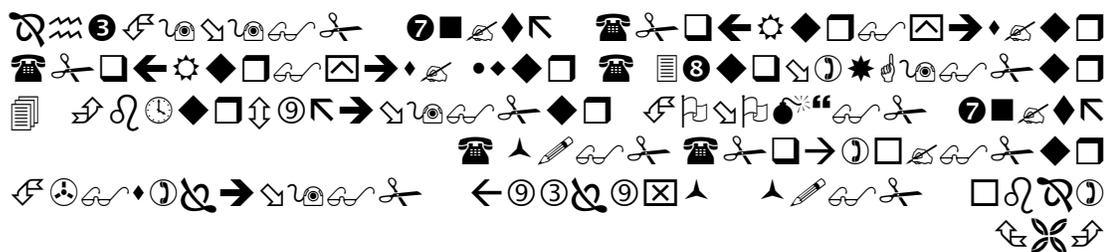
Syirkah merupakan suatu akad atau perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk bekerja sama dalam suatu kegiatan usaha di mana modal dan keuntungan dibagi bersama kepada semua peserta. Dalam konteks perjanjian *franchise*, pihak-pihak yang bekerja sama adalah pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Sedangkan modal dari pemberi waralaba (*franchisor*) adalah hak intelektual dalam bentuk nama perusahaan, logo, sistem, dan cara-cara yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Hak-hak tersebut meskipun bukan berbentuk harta (*mal*), namun bisa dinilai dengan harta. Modal yang dikeluarkan oleh penerima waralaba adalah harta untuk modal usaha.

Melihat teori dan praktik dalam pola bisnis *franchise* ini, layak kiranya sistem ekonomi syariah melakukan *sharing*, sehingga umat mendapat manfaat yang lebih besar dari pada madharatnya. Seperti halnya mode pakaian yang berasal dari luar negeri, ia harus disesuaikan dengan ketentuan syariah, selain pakaian itu betul-betul modis dan *trendy*, tetapi yang penting juga harus benar-benar menutup aurat.¹⁰

⁹Muhammad Ma'shum Zein, *Pengantar Memahami Nadhom Al-Faroidul Bahiyyah* (Jombang: Darul Hikmah, 2010), 80

¹⁰Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah* (Yogyakarta: CAKRAWALA, 2008), 105

Alasan dibolehkannya *franchise* adalah kemaslahatan. Bisnis *franchise* yang dikembangkan di berbagai tempat memberikan manfaat kepada banyak orang.¹¹ Dengan demikian, banyak orang yang terbantu karena mereka mempunyai kegiatan usaha. Hal ini termasuk dalam kerangka *ta'awun 'ala al-birri wa at-taqwa* sesuai dengan firman Allah:



Artinya: “Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah: 2).¹²

Nilai-nilai bisnis Islam telah menjadi tren baru dalam mengendalikan tujuan dan harapan ekonomi. Dalam jangka panjang, yang selalu mengedepankan akhlak, kejujuran dalam bisnis, menegakkan keadilan, serta menggunakan prinsip bagi hasil akan membawa spirit moral dalam bisnis sehingga melahirkan suatu bisnis ataupun usaha yang transparan.¹³ *Franchise* Alfamart juga harus memperhatikan nilai-nilai yang terdapat dalam Ekonomi Syariah yang tidak bertentangan dengan syariat Islam.

¹¹Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, 622

¹²Departemen Agama RI, *Al-Quran dan Terjemahnya* (Bandung: J-ART, 2005), 107

¹³Suseno, *Waralaba Syariah*, 106

Peneliti meneliti Alfamart yang sudah menjadi kepemilikan orang lain yakni pada Alfamart Blabak Kediri. Pemilik dari Alfamart Blabak Kediri yakni Bapak Habib, SH., M.Hum. Beliau membeli *franchise* Alfamart Blabak Kediri dengan membuka gerai baru pada tanggal 11 Juli 2012. Beliau di samping pemilik dari Alfamart Blabak Kediri, juga mempunyai kantor Notaris atau PPAT yang berada pada Jalan Soekarno Hatta No. 4A, Doko, Ngasem, Kabupaten Kediri. Di samping itu, beliau juga sedang menyelesaikan S3 di Universitas Airlangga Surabaya. Beliau akan berencana membuka gerai Alfamart di Jalan Raya Tugurejo Gumul dan di Jalan Soekarno Hatta.

Peneliti melakukan penelitian di Alfamart Blabak Kediri karena *brand* dari Alfamart itu sendiri juga sudah terkenal di kalangan masyarakat dan cabang dari Alfamart itu sendiri juga sudah ada dimana-mana. Selain itu, keistimewaan dari Alfamart Blabak Kediri yaitu tidak menjual barang yang dilarang oleh agama Islam seperti alkohol atau minuman keras. Kemudian Alfamart merupakan sebuah perusahaan yang melakukan kerjasama *franchise* (waralaba). Dilihat dari sistem *franchise* yang diterapkan oleh Alfamart, terbukti mampu mengalahkan pesaing-pesaing dari Alfamart itu sendiri. Terlebih lagi, sistem *franchise* yang diterapkan oleh Alfamart dikelola baik oleh *franchisor* yang sudah handal.¹⁴

¹⁴www.alfamartku.com, diakses pada tanggal 13 November 2015

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk meneliti secara mendalam implementasi *franchise* pada Alfamart Blabak serta juga meneliti apakah *franchise* Alfamart Blabak yang tengah dijalankan sudah sesuai dalam perspektif Ekonomi Syariah. Karena setiap tindakan pada sistem *franchise* Alfamart juga menyangkut kehidupan akhiratnya kelak. Dan setiap perbuatan pasti akan dimintai pertanggungjawaban. Padahal banyak sekali teladan etika berbisnis yang diajarkan oleh Rasulullah SAW. Yakni diantaranya adalah lebih mengutamakan kejujuran, tidak sumpah palsu, sikap ramah tamah dalam berbisnis, tidak menjelekkkan bisnis orang lain, dan yang lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk mengangkat judul “**IMPLEMENTASI *FRANCHISE* DALAM PERSPEKTIF EKONOMI SYARIAH (Studi Kasus pada *Franchise* Alfamart Blabak Kediri)**”.

B. FOKUS PENELITIAN

Dari uraian latar belakang dan judul di atas dapat di simpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana implementasi *franchise* pada Alfamart Blabak Kediri ?
2. Bagaimana implementasi *franchise* Alfamart Blabak Kediri dalam perspektif Ekonomi Syariah ?

C. TUJUAN PENELITIAN

Dari rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi *franchise* pada Alfamart Blabak Kediri
2. Untuk mengetahui implementasi *franchise* Alfamart Blabak Kediri dalam perspektif Ekonomi Syariah

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Adapun kegunaan penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Salah satu sarana penerapan Ilmu Ekonomi yang sudah didapatkan diperkuliahan dan untuk memperoleh pengalaman dalam penulisan karya ilmiah serta menambah wawasan tentang penerapan *franchise* Alfamart Blabak Kediri dalam perspektif Ekonomi Syariah.

2. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam penguasaan materi yang sudah diperoleh diperkuliahan serta dapat menambah literatur dan berguna bagi penelitian lebih lanjut berkenaan dengan topik penelitian ini.

3. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai sumber informasi pengetahuan atau menambah wawasan yang berniat untuk mempelajari permasalahan yang sama dalam mempelajari penerapan *franchise* Alfamart Blabak Kediri dalam perspektif Ekonomi Syariah.

E. TELAAH PUSTAKA

Telaah pustaka merupakan inspirasi penulis melakukan penelitian pada bidang ini atau dengan kata lain penelitian ini berawal dari penelitian sebelumnya. Adapun penelitian sebelumnya yang berkaitan adalah sebagai berikut:

1. Ixfi Choerotul Liulit Tauifiqoh, S.E.Sy tahun 2013 dengan judul “*Penerapan Sistem Bagi Hasil pada Waralaba Es Buto Ijo Desa Bandar Lor Kota Kediri dalam Perspektif Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*”. Dari penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian ini membahas tentang sistem bagi hasil pada es buto ijo serta usaha waralaba tersebut sudahkah menggunakan prinsip-prinsip yang ada di dalam Ekonomi Islam seperti: prinsip keadilan, kebenaran, kerelaan, tanggung jawab, haramnya riba, kesatuan, serta prinsip kebolehan.

2. Ika Mei Wulandari, SE.Sy tahun 2014 dengan judul “*Pengaruh Keberadaan Waralaba Alfamart terhadap Pendapatan Pedagang Muslim Pasar Warujayeng Kabupaten Nganjuk*”. Dari penelitian tersebut bahwa penelitian ini membahas tentang kondisi pedagang muslim pasar Warujayeng Kabupaten Nganjuk dengan adanya Waralaba Alfamart semakin terancam. Karena pasar tradisional yang panas, semerawut, kumuh, kotor, tidak aman, sangat bertolak belakang dengan Waralaba Alfamart. Karena pelayanan dari Waralaba Alfamart sendiri begitu cepat serta relatif aman dari pencopet, nyaman, ber-AC. Sehingga terjadinya pergeseran konsumen dari pasar tradisional ke pasar modern.

Adapun perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah pada objek penelitiannya yaitu *franchise* Alfamart dan implementasi *franchise* dalam perspektif Ekonomi Syariah. Yang dilihat dari perspektif Ekonomi Syariahnya yaitu sistem *franchise* yang tengah dijalankan oleh Alfamart Blabak Kediri apakah sudah sesuai dalam perspektif Ekonomi Syariah atau masih belum bisa menerapkan Ekonomi Syariah dalam sistem *franchise*-nya.