

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sejak zaman dahulu mulai zaman purba dalam kurun waktu yang lama manusia berpindah dari satu tempat ke tempat lain untuk memenuhi kebutuhan keberlangsungan hidupnya. Segala cara dilakukan mulai dari berburu sampai bercocok tanam untuk memenuhi kebutuhan primer manusia untuk bertahan hidup. Lambat laun dengan meningkatnya kemampuan, manusia mulai meracik makanannya dalam rangka inovasi rasa, yang pasti rasa akan berbeda tiap wilayahnya seiring bertambahnya populasi dan topologi wilayahnya.

Inovasi terus bertambah dengan seiring bertambahnya keinginan nafsu makan manusia, maka dibuatlah makanan dengan berbagai varian. Ditambah lagi manusia adalah manusia sosial dimana adanya keterkaitan dalam melakukan berbagai aktivitas dimana manusia akan sulit bertahan hidup tanpa adanya interaksi sesama manusia. Hal demikian membuat manusia memiliki sifat saling berkaitan dengan segala aspek kehidupan, terutama dalam suatu perjanjian. Sifat keterkaitan itulah yang membuat manusia saling membutuhkan antara satu dengan yang lainnya yang sering kita sebut dengan istilah makhluk sosial. Karena adanya hubungan seperti itu, manusia memanfaatkan kesempatan kebutuhan primernya dengan menciptakan suatu konsep tukar menukar (*barter*) yang lambat laun mengalami perkembangan menjadi suatu konsep dagang sebagai wujud berkembangnya kemajuan manusia untuk saling memenuhi kebutuhannya.

Konsep yang diciptakan tersebut berakar dari interaksi antar manusia, seperti dalam hal kerjasama. Maka seiring dengan makin berkembangnya manusia tersebut bahwa konsep dagang atau berbisnis merupakan hal kerjasama juga. Suatu contoh dalam bisnis syariah, kerjasama (*syirkah*) yaitu kerjasama yang melibatkan dua orang atau lebih yang sama-sama memiliki kesepakatan untuk menggabungkan dua atau lebih kekuatan misalnya (aset modal, keahlian, dan tenaga) yang digunakan sebagai modal bisnis atau usaha, misalnya perdagangan, agro industri, atau lainnya dengan tujuan untuk mencari keuntungan di dalamnya.¹ Contoh praktis yang dapat membantu penalaran ialah seperti pada usaha KFC dimana pada penjualannya berkolaborasi dengan produk coca-cola yaitu minuman sodanya. Hal ini terbukti ampuh untuk menambah kelezatan makanan juga dapat sebagai ajang kolaborasi produk makanan sehingga keberhasilan dalam bermitra dapat dirasakan oleh seluruh dunia.

Dalam Islam kerjasama merupakan sesuatu bentuk sikap saling tolong menolong terhadap sesama yang diperintahkan oleh agama Islam selama tidak dalam bentuk dosa dan permusuhan.² Kerjasama dalam bentuk bagi hasil dianggap sebagai cara yang saling menguntungkan dalam berusaha. Bentuk kerjasama ini dapat bervariasi sesuai dengan keinginan para pihak yang terlibat dalam perjanjian, dimana pihak pemilik dana/modal bertanggung jawab atas penyediaan modal, sementara pihak lain (pengelola modal/*mudharib*) bertugas mengelola modal serta mengurus segala kebutuhan dalam kerjasama tersebut tanpa memberikan modal dalam usaha tersebut.

¹ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, Cet. 1, 2009), hlm. 241

² Amir Syarifuddin, *Garis-Garis Besar Fiqh*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cet. 3, 2010), hlm. 239.

Kerjasama dalam agama Islam salah satunya yaitu berupa, akad *musyarakah*. Menurut Fatwa Dewan Syariah Nasional, *Musyarakah* adalah pembiayaan berdasarkan akad kerjasama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu, dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana dengan ketentuan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.³ Jenis dari *musyarakah* itu digolongkan menjadi dua bagian yaitu *syirkah amlak*, *syirkah uqud*.

Dasar hukum tentang kebolehan untuk kerjasama adalah berdasarkan Al-Qur'an, sebagaimana yang difirmankan Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ
وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا (٢٩)

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka diantara kamu dan janganlah kamu membunuh dirimu, sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”. (QS. AN-Nisa [4]:29).

Ayat ini menjelaskan bahwasanya kita dilarang untuk mengambil hak orang lain dengan cara yang bertentangan dengan syariat atau dengan cara yang tidak benar. Terkecuali kita melakukan transaksi perdagangan yang didasari unsur kesukarelaan atau keridhoan diantara kedua belah pihak. Dalam Islam, mengumpulkan kekayaan sangat dianjurkan, akan tetapi yang terpenting untuk diperhatikan adalah cara atau metode untuk mencari kekayaan tersebut, salah satu cara diantaranya adalah dengan

³ Trimulato, “Analisis Potensi Produk Musyarakah Terhadap Pembiayaan Sektor Riil UMKM”, *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 1 (April 2017), hlm. 47.

melakukan perdagangan, melakukan usaha, atau dengan berniaga yang mengutamakan kesepakatan antara semua pihak tanpa ada unsur keterpaksaan.

Al-Qur'an, hadis, dan sumber hukum Islam lainnya sepakat bahwa *Musyarakah* dianggap sah jika dilihat dari segi kebutuhan dan manfaatnya dalam aspek tertentu, serta kesesuaian dengan ajaran dan tujuan syariah. Oleh karena itu, kerjasama ini harus diawali dengan suatu akad atau perjanjian, baik secara resmi yaitu dengan *ijab* dan *qabul* maupun melalui cara lain yang menunjukkan kesepakatan kedua belah pihak dengan rela dan sukarela. Untuk kesahihan kerjasama, kedua belah pihak harus memenuhi syarat untuk melakukan akad atau perjanjian tersebut, termasuk kriteria dewasa dalam arti memiliki kemampuan bertindak dan akal yang sehat, serta dilakukan atas dasar kehendak bebas tanpa adanya tekanan dari pihak manapun. Karena jika tidak sesuai dengan syarat maka bisa saja di lain waktu akan timbul masalah yang dampaknya tidak hanya pada satu aspek dan bisa saja masalah tersebut akan berimbas ke generasi selanjutnya.

Franchise atau waralaba merupakan kerjasama perdagangan barang dan jasa antara pengusaha.⁴ Sistem waralaba, yang melibatkan kerjasama perdagangan dan jasa sangat umum karena dianggap menguntungkan, baik bagi pemberi maupun penerima waralaba. Bagi pemberi waralaba, ini merupakan metode yang efisien untuk memperluas jaringan distribusi dengan modal yang minimal, memungkinkan pertumbuhan tanpa biaya pengembangan manajer kunci secara internal, dan mendapatkan penghasilan dari penerima waralaba.⁵

⁴ Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Istilah waralaba merupakan gabungan dari kata “wara” artinya lebih atau istimewa dan kata “laba” artinya untung, sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa. Lihat Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 7

⁵ Iman Sjahputra Tunggal, *Franchising : Konsep & Kasus*, (Jakarta : Harvarindo, 2004), hlm. 18

Menurut informasi dari Kementerian Perdagangan, saat ini terdapat 700 varian waralaba di Indonesia. Dari jumlah tersebut, 63% adalah waralaba yang berasal dari dalam negeri, sementara sisanya merupakan waralaba dari luar negeri. Total omzet yang dihasilkan mencapai Rp.172 triliun per tahun, dengan penyerapan tenaga kerja mencapai 90.000 orang.⁶

Waralaba merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperluas jaringan usaha dalam menjawab tantangan jaman modern,⁷ karena sistem tersebut tidak memerlukan investasi langsung, namun melibatkan kerjasama dengan pihak lain. Waralaba merupakan bentuk kemitraan yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Bisnis dengan model waralaba bergantung pada kemampuan penerima waralaba untuk mengembangkan dan menjalankan usaha sesuai dengan tata cara yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Dalam sistem waralaba, penerima waralaba diberi hak untuk menggunakan hak atas kekayaan intelektual dan sistem operasional dari pemberi waralaba, seperti merk dagang, hak cipta, desain industri, dan rahasia dagang, dengan kewajiban membayar *royalti* sebagai imbalan.

Hal ini berarti, bahwa penerima waralaba menjalankan sendiri usahanya dengan memanfaatkan prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.⁸ Dampaknya, usaha dengan sistem waralaba merupakan usaha yang independen dan tidak dapat digabungkan dengan aktivitas bisnis lainnya, sehingga pemberian

⁶ _____, "Perdagangan Potensi Waralaba Nasional Masih Besar", Kompas, 22 Mei 201

⁷ P.Lindawaty S. Sewu, *Franchise : Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum & Ekonomi*, (Bandung : CV. Utomo, 2004), hlm. 2

⁸ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba : Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2002), hlm.16

waralaba harus eksklusif, bahkan dapat memuat klausul non-kompetisi bagi penerima waralaba hingga berakhirnya periode waralaba.

Menurut Richard Burton Simatupang, waralaba adalah sebuah metode bisnis yang berfungsi untuk memasarkan produk atau jasa ke masyarakat. Ini merupakan suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa dimana perusahaan induk memberikan hak istimewa kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah untuk menjalankan suatu sistem usaha tertentu sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan, dalam jangka waktu dan lokasi tertentu.⁹

Dalam konteks ini, peneliti tidak setuju dengan pendapat Richard Burton Simatupang yang menganggap waralaba sebagai suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa yang diberikan oleh sebuah perusahaan induk kepada individu atau perusahaan kecil dan menengah. Hal ini dapat disimpulkan bahwa penerima waralaba dianggap sebagai anak perusahaan dari pemberi waralaba. Oleh karena itu, pemberi waralaba tidak dapat dianggap sebagai perusahaan induk dari penerima waralaba, dan sebaliknya, penerima waralaba juga tidak dianggap sebagai anak perusahaan dari pemberi waralaba.

Waralaba sebagai konsep bisnis dapat diklasifikasikan ke dalam ranah mikro ekonomi, yang mempelajari perilaku individu dalam setiap unit ekonomi, baik bertindak sebagai konsumen, pekerja, investor, pemilik tanah atau sumber daya yang lainnya, serta perilaku sebuah industri.¹⁰ Dalam konteks mikro ekonomi Islam, tidak ada pemisahan antara ilmu ekonomi positif dan normatif.¹¹ Menurut Muh. Baqir as-Sadr, ilmu ekonomi Islam membagi masalah ekonomi menjadi dua aspek:

⁹ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2007), hlm. 57

¹⁰ Sulistiowati, *Aspek Hukum dan Realitas Bisnis*, Perusahaan Grup di Indonesia, (Jakarta : Erlangga, 2010), hlm. 24

¹¹ Sulistiowati, hlm. 5

ilmu ekonomi dan doktrin ilmu ekonomi. Perbedaan mendasar antara ekonomi Islam dan konvensional terletak pada filosofi ekonomi, bukan pada ilmu ekonomi itu sendiri. Filosofi ekonomi memberikan landasan pemikiran dengan nilai-nilai Islam dan batasan syariah, sementara ilmu ekonomi menyediakan alat analisis yang digunakan.

Karenanya, ekonomi Islam tidak hanya merupakan bidang ilmu, melainkan juga sebuah sistem. Proses penggabungan filosofi ekonomi ke dalam ilmu ekonomi murni didasarkan pada keyakinan bahwa kehidupan dunia dan akhirat tidak dapat dipisahkan, dan keseimbangan di antara keduanya sangat penting karena dunia dianggap sebagai ladang untuk mencapai kebaikan di akhirat, sebagaimana sabda Nabi Muhammad Saw yang berbunyi “*ad-dunya mazra'a al-khairat*”, yang artinya “dunia adalah ladang akhirat”.¹² Oleh sebab itu, perlunya seseorang untuk bersikap terhadap dunia untuk menjadikannya sebagai ladang dimana kita menanam berbagai amal baik untuk dipanen nantinya diakhirat.

Waralaba adalah model bisnis yang melibatkan pemberian hak penggunaan atas kekayaan intelektual dan sistem operasional oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Dalam model ini, terdapat sebuah perjanjian waralaba yang mengatur hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*), secara tertulis mendokumentasikan kewajiban keduanya.¹³ Artinya, waralaba dianggap sebagai sebuah entitas yang sah secara hukum. Dalam

¹² Ibid., hlm. 5-7. Pendapat hampir senada dikemukakan oleh A. Qodri Azizy yang menyatakan, bahwa perbedaan mendasar antara sistem ekonomi konvensional dan sistem ekonomi Islam adalah pada sumber utama, yaitu wahyu dan konsep atau ajaran, antara lain konsep mengenai kedudukan hak milik, peran manusia, cara memperoleh harta, penggunaan harta dan sebagainya. Lihat A. Qodri Azizy, *Membangun Fondasi Ekonomi Umat : Meneropong Prospek Berkembangnya Ekonomi Islam*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 191

¹³ Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Pewaralabaan*, (Jakarta : Harvarindo, 2006), hlm. 34

konteks waralaba sebagai sebuah entitas hukum, transaksi antara pemberi dan penerima waralaba didasarkan pada sebuah perjanjian, dengan objek perjanjian berupa harta benda. Hal ini menjadi dasar transaksi dalam ekonomi Islam.¹⁴ Sedangkan tujuan ekonomi Islam adalah *mashlahah* (kemaslahatan) dengan kata lain memiliki manfaat untuk umat manusia.¹⁵

Konsep dalam bisnis *franchise* merupakan suatu kegiatan bisnis yang bisa dikatakan memiliki prospek menjanjikan dan menguntungkan. Salah satu bukti yang menunjukkan usaha memiliki prospek yang baik yaitu makanan pizza. Bisnis ini memiliki nama Pizza Super yang bertempat di Pare dan mulai didirikan pada tahun 2020, sampai sekarang bisnis tersebut sudah memiliki 17 *outlet* yang di *franchise* kan, disamping itu juga memiliki 6 cabang usaha dari bisnis tersebut, jenis *franchise* yang baru ini sangat populer di kalangan remaja dan berkembang pesat. Dibutuhkan dana sebesar 12 juta dan 15 juta rupiah untuk memulai bisnis ini dan langsung bisa beroperasi. Pizza Super menjadi sangat diminati oleh berbagai kalangan karena kemampuannya dalam menyajikan makanan yang gurih dan mengenyangkan perut. Produk Pizza Super memiliki omset perhari yang dapat mencapai ratusan ribu, membuat bisnis *franchise* sangat menjanjikan bagi pemilik usaha.

Selain bisnis makanan, ada banyak model *franchise* yang lainnya, Bisnis dengan nilai lebih tinggi, seperti model Alfamart, Indomaret, dan lainnya, bisa menjadi pilihan, tetapi mereka membutuhkan dana yang besar untuk memulainya. Sistem bisnis ini masih tersebar luas, meskipun harus melalui gejolak ekonomi yang

¹⁴ Ruslan Abdul Ghofur Noor, *Konsep Distribusi dalam Ekonomi Islam dan Format Keadilan Ekonomi di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 6

¹⁵ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Perspektif Maqashid al-Syari'ah*, (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group, 2014), hlm. 12

naik turun. Hal ini disebabkan oleh fakta yang terjadi bahwa dalam sistem *franchise*, baik pewaralaba (*franchisor*) maupun pembeli (*franchisee*) mendapatkan keuntungan dari masing-masing pihak. Tentu saja, jika itu dilakukan dengan benar. Namun, apabila konsep bisnis *franchise* dilihat dari perspektif hukum Islam dan hukum positif, muncul masalah yang berkaitan dengan sistem usaha dan keuntungan tersebut, serta masalah kesesuaian akad yang ada dengan konsep *franchise*.

Dalam bisnis waralaba Pizza Super, peneliti menemukan beberapa kejanggalan diantaranya dalam menjalin sebuah hubungan kemitraan atau kerjasama. Dalam hubungan kerjasama, idealnya terdapat bukti tertulis yang berkaitan dengan perjanjian kerjasama, akan tetapi dari pihak *Franchisor* tidak memberikan salinan bukti perjanjian tersebut kepada *Franchisee*, sehingga secara tidak langsung *Franchisee* menganggap bahwa perjanjian kerjasama usaha tersebut dibidang ilegal, dengan demikian *franchisee* juga tidak berkewajiban untuk membayar *fee* kepada *franchisor* dikarenakan belum mendapatkan salinan bukti perjanjian tersebut.¹⁶

Dalam waralaba Pizza Super sebenarnya terdapat *fee* yang harus dibayar oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor*. Hal itu dilakukan karena pihak *franchisee* telah menggunakan brand atau nama dari pihak *franchisor* berupa nama “Pizza Super Pare” sehingga pihak *franchisee* diwajibkan membayar *fee* kepada pihak *franchisor* dan pembayaran ini dilakukan selama 1 bulan sekali dengan sistem bagi hasil 10% dari pendapatan bersih. Sebagai contoh, dalam 1 bulan penjualan oleh *Franchisee* mendapatkan pendapatan bersih Rp 1.000.000 maka bagi hasil yang diberikan kepada *franchisor* yaitu Rp 100.000 sesuai dengan kesepakatan bagi hasil

¹⁶ Hasil wawancara dengan salah satu mitra usaha Pizza Super, 19 April 2024

yang telah disepakati bersama. Akan tetapi, ini sangat bertolak belakang dengan yang terjadi di lapangan dimana terdapat beberapa *franchisee* yang tidak transparan dalam hal pembagian hasil ke pihak *franchisor*.¹⁷ Namun di sisi lain, ada ketidaktransparansi juga antara *franchisor* kepada *franchisee*.

Hal menarik lain yang ditemukan dalam bisnis Pizza Super Pare yaitu adanya *Standart Operational Procedure* (SOP) yang tidak dijalankan oleh *franchisee* sehingga itu berdampak pada penjualan bisnis tersebut, tidak adanya pemahaman dari pihak *franchisor* dan pihak *franchisee* yang sudah paham atau mengerti hak dan kewajiban yang harus dipenuhi dalam menjalankan kerjasama usaha waralaba.¹⁸ Misalnya di dalam *Standard Operational Prosedur* dijelaskan tentang mulai dengan cara penyajian makanan, kebersihan *outlet*, dan kedisiplinan penjual, akan tetapi *Standard Opertional Prosedur* khususnya berkaitan dengan kebersihan *outlet* dan cara penyajian tersebut tidak dijalankan dengan baik oleh pihak *franchisee* sehingga berdampak pada penurunan penjualan tersebut. Hal demikian *customer* memberikan penilaian usaha tersebut kurang menarik.¹⁹

Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih lanjut dalam skripsi yang berjudul **“KERJASAMA BISNIS WARALABA PIZZA SUPER PARE DITINJAU DARI HUKUM EKONOMI SYARIAH”**.

¹⁷ Hasil wawancara dengan owner Pizza Super, 16 Februari 2024

¹⁸ Maureen Brookres and Angela Roper, *International Master Franchise Agreements: An Investigation Of Control From Operational, Relational And Evolutionary Perspectives*, 2011, hlm. 5

¹⁹ Hasil wawancara dengan owner Pizza Super, 16 Februari 2024

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka pokok permasalahan yang akan diangkat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana praktik kerjasama waralaba Pizza Super Pare?
2. Bagaimana praktik kerjasama waralaba Pizza Super Pare ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah?

C. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu terhadap fokus dari penelitian tersebut, maka dibentuk tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini, adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan praktik kerjasama waralaba Pizza Super Pare.
2. Untuk mendeskripsikan praktik kerjasama waralaba Pizza Super Pare ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah

D. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penulis berharap hasil yang didapatkan dari adanya penelitian ini nantinya memberikan sumbangsih khazanah pemikiran untuk kemajuan serta perkembangan ilmu pengetahuan, terlebih dalam ruang lingkup hukum ekonomi syariah. Juga diharapkan menjadi jalan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada didalam muamalah, terkhusus masalah kerjasama waralaba dalam kegiatan ekonomi masyarakat awam agar saling memberikan keuntungan dan kebermanfaatan.

2. Manfaat Praktis.

Secara praktis, penulis berharap dengan hadirnya penelitian ini akan timbul sebuah informasi yang menjelaskan tentang sejauh mana kerjasama dalam sistem waralaba ini memiliki dampak yang baik dalam menjalankannya dan diharapkan penelitian ini memberikan manfaat untuk dijadikan sebagai bahan kajian.

E. Penelitian Terdahulu

1. Penelitian oleh Aris Maghfiroh berjudul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy Di Kabupaten Madiun”. Dalam penelitiannya, penulis menyimpulkan bahwa transaksi jual beli yang terjadi di perusahaan waralaba Tahu Q Krispy tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Perusahaan telah memenuhi syarat-syarat yang diperlukan dalam transaksi jual beli, seperti ijab dan qabul, dengan pembeli dan mitra melakukan transaksi dengan sukarela. Secara akad, transaksi juga telah memenuhi

persyaratan jual beli, dengan adanya pihak-pihak yang terlibat dalam akad, yaitu penjual dan pembeli. Pengaturan jual beli yang bersyarat juga sesuai dengan prinsip-prinsip hukum Islam karena lebih banyak memberikan manfaat daripada kerugian. Objek jual beli, yaitu merek dagang, diizinkan dalam hukum Islam, dengan penetapan harga merek dan peralatan yang jelas dan disepakati oleh kedua belah pihak.²⁰ Persamaan penelitian ini dengan penulis adalah menggunakan metode *Field Research* dalam melakukan penelitiannya dan juga membahas waralaba, Sedangkan perbedaannya yaitu penulis lebih menjelaskan mengenai tentang Praktik kerjasama waralaba yang ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

2. Penelitian oleh Rifa Mutia yang berjudul “Perjanjian Usaha Waralaba/*Franchise* Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada *Franchisee* Crispyku Fried Chicken Di Jl. Harjatani Kramatwatu Kabupaten Serang Banten)” dimana penulis menyimpulkan bahwa dalam hukum Islam usaha waralaba/*franchise* Crispyku Fried Chicken ini terdapat permasalahan pada perjanjian bebas *royalty fee* yang diterapkan Crispyku Fried Chicken antara *franchisor* dan *franchisee* jika dalam perjanjiannya tidak terdapat *royalty fee* lalu seperti apa penerapannya dalam hukum Islam tersebut?. Dari permasalahan tersebut peneliti ini tertarik mengkaji perjanjian bebas *royalty fee* pada *franchisee*,²¹ Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dibahas ialah sama membahas tentang waralaba. Namun ada perbedaan lain ialah penulis di

²⁰ Aris Maghfiroh “*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy Di Kabupaten Madiun*”, (Skripsi, Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah, IAIN Ponorogo, 2018)

²¹ Rifa Mutia “*Perjanjian Usaha Waralaba/ Franchise Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Pada Franchisee Crispyku Fried Chicken di Jl. Harjatani Kramatwatu Kabupaten Serang Banten)*”, (Skripsi, Fakultas syariah UIN Sultan Hasanuddin Banten, 2023)

penelitian ini lebih mengkaji tentang kerjasama yang difokuskan antara *franchisee* dengan *franchisor*. Sehingga dalam fokus penelitian ini peneliti mengambil subjek Praktik kerjasama waralaba yang ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

3. Skripsi oleh Norhayati yang berjudul “Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam”, dalam penelitian ini dihasilkan Pertama, menurut hukum positif KUHPerdara, perjanjian bisnis waralaba Es Teh Anak Negeri menghadapi kekurangan dalam isi kontrak karena tidak mengatur sanksi bagi *franchisee* (penerima waralaba) yang melanggar. Kekurangan ini memunculkan pertanyaan akan keabsahan hukum perjanjian tersebut. Kedua, tindakan *franchisee* yang menjual kembali merek dagang Es Teh Anak Negeri dapat dianggap sebagai bentuk monopoli atau pelanggaran hukum persaingan usaha yang tidak sehat menurut KUHDagang. Ketiga, tindakan *franchisee* Es Teh Anak Negeri yang menggandakan hak kekayaan intelektual dengan menjual kembali merek dagang yang telah dibeli dapat dianggap sebagai tindakan yang tidak adil atau sebagai bentuk kezaliman.²² Penelitian ini memiliki persamaan dengan yang akan dibahas oleh penulis yaitu sama-sama membahas waralaba, sedangkan dalam penelitian ini fokus peneliti mengambil tindakan dalam Praktik kerjasama yang ditinjau dari Hukum Ekonomi Syariah.

²² Norhayati “Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam”, (Skripsi, Fakultas Syariah UIN Antasari Banjarmasin, 2023)

4. Jurnal yang berjudul “Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam”, menjelaskan Perkembangan dunia industri semakin pesat. Ada banyak konsep yang digunakan dalam berbisnis, salah satunya ialah konsep waralaba. Konsep ini adalah salah satu model bisnis termudah dan telah terbukti keberhasilannya dalam dunia bisnis. Tulisan ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan bisnis sistem waralaba di Negeri kita Indonesia. Permasalahan yang akan dikaji adalah bagaimana perkembangan bisnis waralaba di Indonesia dan bagaimana perspektif ekonomi Islam tentang bisnis waralaba tersebut. Dalam Islam, sistem waralaba dikenal dengan nama *syirkah* yakni perserikatan antara dua orang atau lebih dan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan bersama. Sistem bagi hasil adalah sistem pembagian keuntungannya menurut konsep syariah Ekonomi Islam.²³ Pada penelitian ini memiliki beberapa kesamaan dengan penelitian yang akan dibahas penulis yaitu sama-sama membahas terkait waralaba, perjanjian *syirkah* dan juga tinjauan yang sama, akan tetapi ada letak perbedaan yang akan ditulis penulis, yaitu teknik pengumpulan datanya yang berbeda dimana peneliti tersebut menggunakan kajian pustaka sedangkan penulis menggunakan *field research*, yang lagi terkait objek penelitian dimana penelitian tersebut tidak ada objek lapangan dan disini penulis menggunakan objek lapangan yakni pada usaha Pizza Super di Kecamatan Pare Kabupaten Kediri, sehingga penelitian ini fokus pembahasan tidak membahas waralaba secara umum melainkan terkhususkan pada objek yang dikaji.

²³ Inas Fahmiyah, “Konsep Waralaba dalam Ekonomi Islam”. *Amwaluna: Jurnal Keuangan dan Ekonomi Syariah* Vol. 3 No. 1, (Januari: 2019), hlm. 130