

BAB II

LANDASAN TEORI

A. *Musyarakah*

1. Pengertian *Musyarakah*

Secara harfiah, *Musyarakah* atau *syirkah* (kerjasama) bermakna *al-ikhtilath* (penggabungan atau percampuran). Perkataan "percampuran" di sini mengacu pada saat seseorang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain, sehingga sulit untuk dibedakan.²⁴ Secara terminologi, *syirkah* adalah kolaborasi antara dua orang atau lebih dalam aspek modal, keterampilan, atau kepercayaan dalam suatu usaha tertentu dengan pembagian hasil keuntungan yang ditetapkan berdasarkan kesepakatan bersama.²⁵ Dalam konteks bisnis syariah, kerjasama (*syirkah*) merujuk pada kolaborasi dua orang atau lebih yang setuju untuk menggabungkan dua atau lebih sumber daya (modal, keahlian, dan tenaga) untuk digunakan sebagai modal dalam usaha, seperti perdagangan, agro industri, atau bidang lainnya, dengan tujuan mencapai keuntungan.

Adapun pengertian *syirkah* menurut istilah *syara'* sebagaimana yang diungkapkan para ulama dibawah ini sebagai berikut.²⁶

1. Menurut Ulama Hanafiyah *Syirkah* merupakan akad yang dilakukan antara dua orang yang berserikat dalam keuntungan dan modal.

²⁴ Qamarul Huda, *Fiqh Muamalah*, Yogyakarta: Teras, Cet. 1, 2011.

²⁵ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah: Fiqh Muamalah*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, Cet. 1, 2012, hlm. 218

²⁶ Firdaus Muhammad dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah* (Jakarta: Renaisan, 2005).

2. Menurut Ulama Malikiyah *Syirkah* merupakan izin yang diberikan oleh masing-masing pihak dari dua orang atau lebih yang berserikat untuk mengatur harta *syirkah* itu sendiri kepada yang lainnya.
3. Menurut Ulama Syafiiyah *Syirkah* ialah menetapkan hak bagi kedua belah pihak atau lebih berdasarkan kesepakatan bersama yang bertujuan mencari keuntungan.
4. Menurut Ulama Hanabilah *Syirkah* yaitu adalah izin yang diberikan masing-masing pihak dari dua orang atau lebih yang berserikat untuk menggabungkan harta kepada yang lainnya.²⁷

Oleh karena itu, *syirkah* menurut jumhur ulama' dapat didefinisikan sebagai suatu akad yang dilakukan dua orang atau lebih yang sedang melakukan perjanjian atau sedang berserikat baik berupa modal, profit, kerugian yang telah disepakati di awal dan menjadi tanggung jawab bersama.

2. Dasar Hukum *Syirkah*

Dalam Islam, Al-Qur'an merupakan sumber hukum yang pertama dan yang paling utama, Al-Qur'an merupakan *kalam* Allah yang diturunkan kepada Nabi Muhammad SAW. *Syirkah* merupakan kegiatan muamalah yang juga tertulis didalam Al-quran yang terdapat pada Q.S Shaad ayat 24.

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعْمَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ
عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ

فَاسْتَعْفَرَ رَبَّهُ وَحَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

²⁷ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007)

“Dia (Daud) berkata, “Sungguh, dia benar-benar telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (digabungkan) kepada kambing-kambingnya. Sesungguhnya banyak di antara orang-orang yang berserikat itu benar-benar saling merugikan satu sama lain, kecuali orang-orang yang beriman dan beramal saleh, dan sedikit sekali mereka itu.” Daud meyakini bahwa Kami hanya mengujinya. Maka, dia memohon ampunan kepada Tuhannya dan dia tersungkur jatuh serta bertobat.”(Q.S As Shaad :24).

Ayat di atas menjelaskan bahwasanya orang-orang yang *bersyirkah* atau bersekutu masih banyak yang melakukan perbuatan zalim yaitu merugikan orang lain kecuali orang-orang yang beriman dan beramal shaleh, akan tetapi yang demikian sangat sedikit jumlahnya. Oleh karena itu, sebelum melakukan kegiatan *bersyirkah* diperlukan unsur kehati-hatian dan kewaspadaan, sekalipun itu dengan orang yang dianggap sebagai muslim.

إِنَّ اللَّهَ تَعَالَى يَقُولُ : أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ

أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا

“Dari Abu Hurairah ia menghubungkan hadits tersebut kepada Nabi, ia berkata: Sesungguhnya Allah berfirman: Aku (Allah) adalah pihak ketiga dari dua orang yang berserikat selama salah seorang diantaranya tidak mengkhianati yang lain. Apabila salah satunya mengkhianati yang lainnya, maka aku keluar dari dua orang itu”. (HR. Abu Daud).

Maksud dari hadits di atas menjelaskan bahwasanya Allah SWT berperan sebagai pihak ketiga diantara orang-orang yang berkerjasama yang akan melindungi dan menolong orang yang bersekutu tersebut. Dan menurunkan keberkahan pada pandangan mereka, bilamana salah seorang yang bersekutu itu ada yang mengkhianati temannya, maka Allah SWT akan menghilangkan pertolongan dan keberkahan tersebut.²⁸

²⁸ Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (jakarta: kencana, 2019) hlm. 222

3. Rukun dan Syarat *Syirkah*

1) Rukun *Syirkah* diperselisihkan oleh para ulama, menurut ulama Hanafiyah berpendapat bahwa rukun *syirkah* ada satu saja yaitu *Shighat* (Ijab dan Kabul) karena *Shighat* lah yang mempengaruhi transaksi tersebut. Mayoritas ulama berpendapat bahwa rukun *syirkah* ada empat yaitu :

- a) *Shighat* merupakan sebuah ungkapan yang keluar dari dua pihak yang akan bertransaksi dengan menunjukkan kehendak untuk melaksanakannya. *Shighat* terdiri dari ijab kabul yang sah dengan semua hal yang menunjukkan maksud *syirkah*, baik berupa perbuatan maupun ucapan.
- b) *Aqidhain* adalah dua pihak yang melakukan transaksi. *Syirkah* dinyatakan sah bilamana ada kedua belah pihak dalam melakukan transaksi. Disyaratkan bagi keduanya adanya kelayakan melakukan transaksi.
- c) *Ahliyah Al-‘aqad* yaitu kecakapan seseorang untuk melaksanakan hak dan kewajibannya, dan didalamnya terdapat kriteria yaitu baligh, berakal, pandai, dan tidak dicekal dalam membelanjakan harta.
- d) Objek *syirkah* yaitu modal pokok *Syirkah*. Ini biasa berupa harta yang terutang atau benda yang tidak diketahui karena tidak dapat dijalankan sebagaimana yang menjadi tujuan *syirkah* yaitu mendapatkan keuntungan.²⁹

²⁹ Miftahul Khairi, *Ensiklopedi Fiqh Muamalah Dalam Pandangan Empat Madzhab* (Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2009).

2) Adapun untuk Syarat-syarat *Syirkah* adalah sebagai berikut.³⁰

- a) *Syirkah* dilakukan dengan modal uang tunai
- b) Dua orang atau lebih berserikat, menyerahkan modal, mencampurkan antara harta benda anggota serikat dan mereka bersepakat dalam jenis dan macam persusahaanya.
- c) Mencampurkan hartanya baik dua orang atau lebih, sehingga tidak dapat dibedakan antara satu dengan yang lainnya.
- d) Keuntungan dan kerugian diatur dengan perbandingan modal harta serikat yang diberikan.

Adapun syarat-syarat orang (pihak-pihak) yang mengadakan perjanjian serikat atau kongsi itu haruslah:

- a) Orang yang berakal
- b) *Baligh*, dan
- c) Kehendak sendiri atau tidak ada paksaan.

Sedangkan berkaitan dengan barang modal yang disertakan dalam serikat, hendaklah berupa:

- a) Barang modal yang memiliki nilai harga (secara umum disebutkan dalam bentuk uang).
- b) Masing-masing persero pada dasarnya modal yang disertakan dijadikan satu, yaitu menjadi harta perseroan, berkaitan dengan asal-usul modal tidak dipersoalkan lagi. Menyangkut besarnya saham-saham yang dimiliki oleh masing-masing persero tidak ada ditentukan dalam syariat, oleh karena itu dengan sendirinya para persero tidak mesti

³⁰ Mohammad Rifa'i, *Ilmu Fiqih Islam Lengkap*, Semarang, PT Karya toha Putra, 1999, hlm. 422

memiliki modal yang sama besar, dengan kata lain para persero boleh menyertakan modal tidak sama besar (jumlahnya) dengan persero yang lain.

Dijelaskan pula oleh Abd al-Rahman al-Jaziri bahwa rukun *syirkah* adalah dua orang yang berserikat, subjek dan objek akad *syirkah* baik harta maupun kerja.

Syarat-syarat *syirkah* dijelaskan oleh Idris Achmad berikut ini :³¹

- a) Mengeluarkan kata-kata yang menunjukkan izin masing-masing anggota serikat kepada pihak yang akan mengendalikan harta itu.
- b) Anggota serikat itu saling mempercayai sebab masing-masing mereka adalah wakil yang lainnya.
- c) Mencampurkan harta sehingga tidak dapat dibedakan hak masing-masing baik berupa mata uang maupun bentuk yang lainnya.

4. Prinsip *Syirkah*

Pada dasarnya prinsip merupakan suatu kaedah yang mengatur masyarakat agar tidak terjadi pelanggaran hukum dan destruksi didalamnya. Dalam ajaran Islam, sumber prinsip ekonomi dan keuangan adalah *syari'ah*. *Syari'ah* adalah prinsip yang terungkap (*revealed principles*) ini menjadi suatu acuan prinsip berkaitan dengan keuangan dalam Islam yang merupakan suatu keunikan dan perbedaan yang ada dalam norma keuangan konvensional.³²

³¹ Setiawan Deny, Kerja Sama (Syirkah) Dalam Ekonomi Islam, *Jurnal Ekonomi* 21.3 (2013), hlm. 5

³² Muhammad, *Dasar-dasar Keuangan Islam*, Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, Yogyakarta, 2004, hlm. 37

Dalam nilai-nilai syariah dan konvensional pasti memiliki perbedaan, perbedaan-perbedaan yang ada tidak hanya terletak praktik bunga, melainkan juga dalam hal transaksi pembentukannya, operasionalnya maupun pembentukan keuntungan dan tanggung jawab kerugian. Dalam memecahkan suatu permasalahan khususnya dalam hal permodalan, maka konsep *syirkah* merupakan salah satu solusi yang tepat dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Prinsip Islam menyatakan bahwasanya segala sesuatu yang dimanfaatkan oleh orang lain berhak memperoleh kompensasi yang menguntungkan baik terhadap barang modal, tenaga atau barang sewa, disisi lain Islam juga menolak dengan tegas kompensasi atas barang modal berupa bunga.

Dengan demikian, salah satu cara untuk mengukuhkan tali persaudaraan antara satu umat dengan yang lain yaitu dengan cara *bersyirkah*. Karena pada kenyataannya, banyaknya pekerjaan yang penting, sukar, dan sulit tidak dapat dikerjakan oleh perseorangan serta tidak dapat dengan modal yang sedikit, tetapi harus dengan tenaga modal bersama (gotong royong), sehingga dengan cara itu tujuan berusaha atau pekerjaan akan dilakukan dengan mudah dan cepat tercapai.

5. Macam-macam *Syirkah*

Secara garis besar *syirkah* terdiri dari dua jenis, yakni *syirkah* kepemilikan (*Syirkah al-amlak*) dan *syirkah* transaksi (*al-aqd*). *Syirkah* kepemilikan tercipta karena warisan, wasiat atau kondisi lain yang mengakibatkan pemilikan satu aset oleh dua orang atau lebih. Dalam

syirkah ini kepemilikan dua orang atau lebih terbagi dalam dua aset nyata dan berbagi dari keuntungan yang dihasilkan dari aset tersebut.

1) *Syirkah Amlak*

Syirkah amlak merupakan kepemilikan barang secara bersama-sama atas suatu barang tanpa didahului oleh akad atau perjanjian melainkan disebabkan oleh hak kepemilikan sebagai berikut :

a) *Syirkah Ikhtiari*

Perserikatan yang dilandasi karena adanya kontrak dari dua orang yang bersekutu atas dasar kehendaknya. Contohnya dua orang membeli atau memberi atau berwasiat tentang sesuatu dan keduanya menerima, maka jadilah pembeli, yang diberi, dan diberi wasiat bersekutu diantara keduanya, yakni perkongsian milik.

b) *Syirkah Ijbar*

Syirkah yang terjadi tanpa adanya keinginan atau kehendak pihak yang bersangkutan. Seperti dua orang yang mendapatkan warisan, sehingga barang yang diwariskan tersebut menjadi hak milik kedua orang yang bersangkutan.

2) *Syirkah Uqud*

Syirkah uqud ini terbentuk disebabkan para pihak memang sengaja melakukan perjanjian untuk bekerja sama atau bergabung dalam suatu kepentingan harta (dalam bentuk penyertaan modal) dan didirikannya serikat tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan dalam bentuk harta benda.

Adapun macam-macam *Syirkah uqud* yaitu :

- 1) *Syirkah 'Inan* ini adalah serikat harta yang mana bentuknya adalah berupa: “Akad” (perjanjian) dari dua orang atau lebih berserikat harta yang ditentukan oleh keduanya (para pihak) dengan maksud mendapat keuntungan (tambahan), dan keuntungan itu untuk mereka yang berserikat sesuai dengan kesepakatan diawal kontrak kerja.
- 2) *Syirkah abdan* merupakan persekutuan dua orang dengan masing-masing pihak menyerahkan kontribusi tenaga atau keahlian tanpa adanya modal. Persekutuan ini boleh dilakukan baik pekerjaan keduanya sama maupun berbeda. Persekutuan ini dinamakan *syirkah a'mal* (pekerjaan), *abdān* (badan), *shana'i* (kerajinan) atau *taqabbul* (penerimaan).³³
- 3) *Syirkah wujuh* secara terminologis adalah dua prang berserikat untuk membeli suatu barang tanpa modal, tetapi dengan jaminan nama baik dan kepercayaan para pedagang kepada keduanya, kemudian keduanya menjual kembali barang itu yang keuntungan dan kerugiannya dibagi berdua sesuai dengan kesepakatan.
- 4) *Syirkah mudharabah* disebut juga dengan *qiradh*. *Syirkah* ini terbentuk antara dua belah pihak dimana pihak pertama menyerahkan keseluruhan modal (*shahib al-mal*) dan pihak kedua adalah orang yang mengelola modal tersebut (*mudharib*). Dalam *syirkah* ini keuntuntungan akan dibagi sesuai proporsi yang telah disepakati oleh dua belah pihak. Sedangkan kerugian dalam *syirkah* ini akan di tanggung oleh pemodal selama itu bukan kelalaian dari pengelola.

³³ Sayyid Sabiq, *Fiqhus Sunnah*, (Jakarta: Pena Pundi Aksara, 2008), hlm. 246-247.

- 5) *Syirkah mufawadhah* ini dapat diartikan sebagai serikat untuk melakukan suatu negosiasi, dalam hal ini tentunya untuk melakukan sesuatu pekerjaan atau urusan, yang dalam istilah sehari-hari sering digunakan istilah *partner* kerja atau grup. Dalam serikat ini pada dasarnya bukan dalam bentuk permodalan, tetapi lebih ditekankan kepada keahlian.

6. Berakhirnya *Syirkah*

Ada beberapa sebab berakhirnya *syirkah* yang telah diadakan oleh pihak-pihak yang melakukan *syirkah*, yaitu:

- 1) *Syirkah* akan berakhir apabila salah satu pihak membatalkannya meskipun tanpa persetujuan yang lainnya. *Syirkah* adalah akad yang bersifat tidak mengikat menurut mayoritas ulama. Akad ini terjadi atas dasar rela sama rela antara kedua belah pihak yang tidak semestinya dilaksanakan apabila salah satu pihak tidak menginginkannya lagi.
- 2) Salah satu pihak meninggal dunia. Apabila anggota *syirkah* lebih dari dua orang yang batal hanya yang meninggal saja.
- 3) Salah satu pihak kehilangan kecakapannya bertindak hukum, seperti gila yang sulit disembuhkan.
- 4) Salah satu pihak jatuh bangkrut yang berakibat tidak berkuasa lagi atas harta yang menjadi saham *syirkah*.
- 5) Modal para anggota *syirkah* lenyap sebelum dibelanjakan atas nama *Syirkah*. Bila modal tersebut lenyap sebelum terjadi percampuran harta hingga tidak dapat dipisah-pisahkan lagi yang menanggung resiko adalah para pemiliknya sendiri.

B. Waralaba

1. Pengertian Waralaba

Waralaba merupakan padanan dari istilah *franchise* yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Istilah waralaba merupakan perpaduan atau gabungan dari kata “wara” artinya lebih atau istimewa dan kata “laba” artinya untung, sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.³⁴ Menurut Black’s Law Dictionary, bahwa yang dimaksud dengan *franchise* adalah :

“A special privilege to do certain things conferred by government on individual or corporation, and which does not belong to citizens generally of common right; A privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or services. The right given by a manufacturer or supplier to a retailer to use his products and name on terms and conditions mutually agreed upon. In its simplest terms, a franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a “franchise” has evolved into an elaborate agreement under which the franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedure prescribed by the franchisor, and the franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising, promotion and other advisory services.”³⁵

“Suatu hak istimewa untuk melakukan hal-hal tertentu yang diberikan oleh pemerintah pada individu atau perusahaan, dan hak tersebut tidak dimiliki oleh penduduk pada umumnya. Suatu hak istimewa yang diberikan atau dijual, seperti untuk menggunakan nama atau menjual produk atau jasa. Hak tersebut diberikan oleh pabrikan atau penyedia kepada penjual eceran untuk menggunakan produk dan namanya berdasarkan ketentuan dan syarat-syarat yang telah disetujui bersama. Secara sederhana, waralaba adalah lisensi dari

³⁴ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, hlm. 7

³⁵ Henry Campbell Black, *Black’s Law Dictionary*, Sixth Edition, St.Paul, Minn : West Publishing C,1992, hlm. 658

pemilik merek dagang atau nama dagang yang mengizinkan orang lain untuk menjual produk atau jasa di bawah nama atau merk. Dalam arti luas, bahwa waralaba telah berkembang menjadi perjanjian yang lebih luas dan terinci, di mana penerima waralaba melakukan bisnis atau menjual produk atau jasa sesuai dengan metode dan prosedur yang ditentukan oleh pemberi waralaba, dan pemberi waralaba menyanggupi untuk membantu penerima waralaba melalui iklan, promosi dan jasa konsultasi lainnya.”

Dengan demikian IPPM (Institute Pendidikan dan Pengembangan Manajemen) mendefinisikan bahwa pewaralaba merupakan suatu teknik atau metode pemasaran untuk mendistribusikan barang dan jasa, dimana pewaralaba memberikan atau menjual pada terwaralaba hak untuk menggunakan nama dagang, citra, dan sistem milik pewaralaba dengan imbalan yang berupa uang pangkal (*initial Franchise fee*) dan *royalty* dari terwaralaba. Sedangkan pewaralaba memberikan dukungan tetap dan jasa-jasa yang diberikan terwaralaba.³⁶

Dari beberapa uraian diatas terlihat bahwa sistem bisnis waralaba melibatkan dua belah pihak:

a. Pewaralaba (*Franchisor*)

Yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak kepada pihak lain (*Franchisee*) untuk memanfaatkan segala ciri khas usaha dan segala kekayaan intelektual seperti nama, merek dagang, dan sistem usaha yang dimilikinya.

b. Terwaralaba (*Franchisee*)

³⁶ Martin Mendelson, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, I, (IPPM: Jakarta, 1993). Hlm. 3

Pihak yang memperoleh hak (lisensi) menggunakan merk dagang dan sistem bisnis, yaitu perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pewaralaba untuk menjadi terwaralaba, dengan memberikan imbalan “bagi hasil” kepada pewaralaba berupa *fee* (uang jaminan awal) dan *royalty* (uang bagi hasil terus-menerus) serta keduanya bersepakat melakukan kerja sama saling menguntungkan dengan berbagai persyaratan yang telah disetujui dan dituangkan dalam perjanjian kontrak yang disebut Perjanjian Waralaba.

2. Bentuk- bentuk Waralaba

Menurut *International Franchise Association* (IFA), secara umum terdapat beberapa bentuk format bisnis waralaba:

a. *Unit Franchising*

Yang paling umum adalah jenis waralaba ini. Dalam unit *franchise*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba untuk menjalankan sejumlah bisnis waralabanya di lokasi tertentu. Terwaralaba dan pewaralaba adalah dua pihak yang berkepentingan dalam bentuk ini.

b. *Area Development Franchising*

Dalam *Area Development Franchising*, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba yang disebut *area developer* untuk suatu wilayah tertentu yang akan dibangun. Terwaralaba memiliki otoritas dan tanggung jawab untuk membuka dan mengoperasikan sendiri sejumlah unit waralaba tertentu sesuai dengan jadwal rencana pengembangan waralaba yang telah ditetapkan sebelumnya. Jika target jadwal rencana pengembangan waralaba yang bersangkutan tidak tercapai, pewaralaba

akan memutuskan kontrak perjanjian pengembangan waralaba, sehingga unit waralaba yang telah berdiri tetap dapat beroperasi. Dalam jenis ini, terwaralaba dan pewaralaba adalah dua pihak yang berkepentingan.

c. *Subfranchising*

Selain dikenal sebagai *master franchising*, jenis waralaba ini mirip dengan *area development franchising*, tetapi melibatkan tiga pihak. Dalam jenis waralaba ini, *franchisee* memiliki pilihan untuk membuka unit waralabanya sendiri atau menjual kembali unit waralabanya, juga disebut *sub franchising*, kepada pihak ketiga, selama tujuan pengembangan waralaba di suatu wilayah dapat dicapai. Sistem waralaba internasional, terutama pewaralaba Amerika Serikat, sering menggunakan kesepakatan ini. Ini biasanya disebut sebagai "*master franchising*", dan *franchisee* yang bertindak sebagai *sub franchisor* disebut sebagai "*master franchisee*".

d. *Affiliation or Conversion Franchising*

Jika seorang pemilik bisnis yang sudah beroperasi ingin berafiliasi dengan suatu jaringan waralaba yang terkenal, mereka akan memiliki waralaba jenis ini. Tujuannya adalah agar perusahaan dapat memanfaatkan merk terkenal dan sistem operasi dari jejaring waralaba yang bersangkutan. Dalam *affiliation franchising* ini, terwaralaba biasanya diperbolehkan untuk tetap menggunakan merk lama mereka sebelum diikuti dengan merk terkenal dari pewaralaba. Industri perhotelan melihat banyak contoh waralaba ini.

e. *Nontraditional Franchising*

Dalam jenis waralaba ini, pewaralaba menjual waralabanya untuk ditempatkan di lokasi tertentu. Misalkan suatu unit waralaba dijual di lokasi bisnis, yang merupakan ritel milik orang lain. Di sini, pewaralaba membuat dua perjanjian: satu dengan terwaralaba dan satu lagi dengan pemilik bisnis.³⁷

Secara spesifik terdapat dua bentuk waralaba yang berkembang di Indonesia

a. Waralaba Format Bisnis

Dengan kata lain, pemegang waralaba memiliki otoritas untuk memasarkan dan menjual barang atau jasa di area tertentu dengan menggunakan standar operasional dan pemasaran,³⁸ contoh: Restaurant, Fast Food, Hotel, dan Convance Store.

b. Waralaba Distribusi Produk

Dengan kata lain, seorang pemegang waralaba menerima lisensi eksekutif untuk memasarkan produk perusahaan tertentu di lokasi tertentu. contoh: toko sepatu, pompa bensin, dealer sepeda motor, dealer mobil, dll.

³⁷ <https://cari-peluang-usaha.blogspot.com/2008/12/jenis-waralaba.html> (diakses pada 01 April 2024, pukul 22.43 WIB).

³⁸ Douglas J. Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Frenchise I* (PT. Elek Media Komputindo, 1993). hlm. 6

3. Karakteristik Waralaba

Sistem bisnis Sistem bisnis yang satu ini memiliki suatu perjanjian atau kontrak tertulis yang mewakili kepentingan antara *franchisee* dan *franchisor*. Kemudian pemilik waralaba atau *franchisor* perlu memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang dimilikinya. *Franchisee* dalam kendali *franchisor* diperbolehkan beroperasi menggunakan format atau prosedur, merek dagang, dan segala reputasi baik yang dimiliki *franchisor*.

Franchisee atau terwaralaba secara penuh berhak mengelola bisnisnya sendiri dan membayar *royalty* kepada pewaralaba atas hak yang didapatnya. Kemudian *franchisee* atau terwaralaba berhak menentukan daerah/ lokasi pemasaran tertentu sebagai satu-satunya pihak yang memasarkan barang atau jasa. Terwaralaba juga mengadakan investasi yang bersumber dari dananya sendiri atau dukungan sumber lain, seperti kredit perbankan.³⁹

Adapun karakteristik dasar *franchise* antara lain sebagai berikut :

- a. Harus ada suatu perjanjian (kontrak) tertulis, yang mewakili kepentingan yang seimbang antara *franchisor* dengan *franchisee*.
- b. *Franchisor* harus memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang akan dimasukinya.
- c. *Franchisee* diperbolehkan (dalam kendali *franchisor*) beroperasi dengan menggunakan nama/merek dagang, format dan atau prosedur, serta segala nama (reputasi) baik yang dimiliki *franchisor*.

³⁹ Nadila, evi kurnia dkk, Franchise dalam Syariah Entrepreneurship Perspektif Islam, Jurnal Mirai Management, Vol. 8 No. 3, 2023, hlm. 217

- d. *Franchisee* harus mengadakan investasi yang berasal dan sumber dananya sendiri atau dengan dukungan sumber dana lain (misalnya kredit perbankan).
- e. *Franchisee* berhak secara penuh mengelola bisnisnya sendiri.
- f. *Franchisee* membayar *fee* dan atau *royalty* kepada *franchisor* atas hak yang didapatnya dan atas bantuan yang terus menerus diberikan oleh *franchisor*.
- g. *Franchisee* berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu dimana ia adalah satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya.
- h. Transaksi yang terjadi antara *franchisor* dengan *franchisee* bukan merupakan transaksi yang terjadi antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.⁴⁰

Franchise harus memiliki syarat dan kriteria yang benar agar dapat digolongkan sebagai *franchise* yang layak dan sesuai koridor hukum. Aturan tentang kriteria kelayakan *franchise* diatur secara jelas dalam PP 42/2007 tentang waralaba. Pasal 3 PP 42/2007 menyatakan waralaba harus memiliki 6 kriteria:

- a. Memiliki ciri khas usaha

Suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru atau dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan yang membuat konsumen selalu mencari khas tersebut. Misalnya,

⁴⁰ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm. 58-59

keunikan sistem manajemen, cara yang khas dalam penjualan, pelayanan dan penataan, atau cara distribusi yang bersifat khusus dari *franchisor*.

b. Terbukti sudah memberikan keuntungan

Menunjuk pada pengalaman *franchisor* dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

c. Memiliki standar pelayanan dan standar atas barang dan jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. Standarisasi yang dibuat secara tertulis oleh *franchisor* dengan maksud agar supaya *franchisee* dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama standarnya. Standar ini dinamakan Prosedur Operasional Standar atau *Standard Operational Procedure (SOP)*

d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan

Yang dimaksud adalah mudah dilaksanakan sehingga *franchisee* yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh *franchisor*.

e. Adanya dukungan yang berkesinambungan

Dukungan dari *franchisor* kepada *franchisee* secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi. Tanpa adanya

dukungan yang berkesinambungan, maka usaha yang dikembangkan oleh para *franchisee* akan sulit untuk berkembang.

f. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.⁴¹

4. Hak dan Kewajiban Para Pihak

a. Kewajiban Pemberi Waralaba

- a) Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan HAKI, penemuan, atau ciri khas waralaba, misalnya sistem manajemen usaha, cara penjualan atau cara penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.
- b) Memberikan bantuan pada penerima waralaba berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada penerima waralaba.⁴²

b. Hak Pemberi Waralaba (*Franchisor*)

- a) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba.
- b) Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba.
- c) Mewajibkan penerima waralaba untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen serta penemuan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

⁴¹ Hariyani, Iswi dan Serfianto, *Membangun Gurita Bisnis Franchise* (Jakarta: Pustaka Yustusia, 2011), hlm. 44-45.

⁴² Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Yogyakarta: Media Pressindo, 2008), hlm. 65-66.

- d) Mewajibkan agar penerima waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dalam kegiatan usaha yang diwaralabakan.
 - e) Menerima pembayaran *royalty* dalam bentuk, jenis, dan jumlah yang dianggap layak olehnya.⁴³
- c. Kewajiban Penerima Waralaba (*Franchisee*)
- a) Melaksanakan seluruh intruksi yang diberikan oleh pemberi waralaba guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen serta penemuan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
 - b) Memberikan keleluasaan kepada pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik.
 - c) Memberikan laporan-laporan secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba.
 - d) Membeli barang modal tertentu maupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari pemberi waralaba.
 - e) Menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen serta

⁴³ Andrian Sutedi, Hukum Waralaba, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. 41

penemuan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

- f) Melakukan pendaftaran waralaba.
- g) Melakukan pembayaran *royalty* dalam bentuk, jenis, dan jumlah yang telah disepakati secara bersama.
- h) Jika terjadi pengakhiran waralaba, maka wajib mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperolehnya.

d. Hak Penerima Waralaba (*Franchisee*)

- a) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan HAKI, penemuan, atau ciri khas waralaba, misalnya sistem manajemen usaha, cara penjualan, cara penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan.
- b) Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan atau penggunaan HAKI, penemuan, atau ciri khas waralaba misalnya sistem manajemen usaha, cara penjualan atau cara penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik waralaba, dalam rangka pelaksanaan yang diberikan waralaba tersebut.⁴⁴

⁴⁴ Lukman Hakim, hlm. 67.

5. Mekanisme Kerja Bisnis Waralaba

Waralaba adalah sistem pemasaran barang dan jasa yang melibatkan dua pihak, pewaralaba dan terwaralaba. Sistem ini berfungsi sebagai cara untuk memperluas bisnis dengan menyebarkan kesuksesan pewaralaba kepada orang lain. Oleh karena itu, harus ada pewaralaba yang sukses dan orang lain akan mendapatkan kesuksesan mereka.

Pemilik waralaba menawarkan banyak keuntungan, termasuk mengurangi resiko dan mengurangi investasi modal yang diperlukan untuk kebutuhan internal. Namun demikian, ia memiliki tanggung jawab tambahan atas bisnisnya, yang memerlukan banyak usaha. Terwaralaba dapat memiliki sistem yang teruji yang dimiliki oleh pewaralaba, yang biasanya memiliki nama dagang yang sudah dikenal publik.

Prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan adalah dasar mekanisme kerja waralaba. Kesetaraan berarti bahwa hubungan kerja antara pewaralaba dan terwaralaba bersifat kolegial (*horizontal*), tidak seperti hubungan atasan dan bawahan. Jika ada hubungan vertikal, terwaralaba hanya bertanggung jawab untuk mematuhi sistem dan peraturan yang telah ditetapkan oleh pewaralaba. Saling menguntungkan berarti bahwa semua pihak bekerja sama untuk mencapai tingkat keuntungan terbaik dan membagi keuntungan secara proporsional.

Selama keduanya terikat dalam kontrak, pewaralaba membantu terwaralaba dalam manajemen teknis dan pemasaran. Bantuan diberikan tidak hanya dalam situasi bisnis yang stabil, tetapi juga dalam situasi krisis. Ketika terwaralaba diharuskan membayar *royalty* kepada pewaralaba,

kemudian terwaralaba membayar izin menggunakan sistem bisnis, dan pembayaran *royalty* digunakan sebagai kompensasi atas bantuan manajemen, teknik, dan promosi yang diberikan oleh terwaralaba secara konsisten.

Perlu diketahui, bahwa aspek utama biaya yang ada didalam *Franchise* terdiri atas dua biaya, diantaranya :

a. Biaya Waralaba awal/ *Franchise fee*

Biaya ini dibebankan kepada *franchisee* untuk semua jasa awal yang disediakan, termasuk biaya rekrutmen sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh *franchisor* untuk kepentingan *franchisee*. Biasanya *franchisor* tidak mengambil keuntungan dari *fee* tersebut.⁴⁵

Jumlah dan jangka waktu pembayaran awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik pewaralaba dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan didalam perjanjian.⁴⁶

Fee awal diperlukan oleh pewaralaba untuk membantu terwaralaba, dan terdiri dari:⁴⁷

- a) Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis terwaralaba (*franchisee*).
- b) Pembuatan manual operasi untuk digunakan terwaralaba (*franchisee*).

⁴⁵ Martin Mendelshon, *Franchising: Petunjuk Praktis ...*, hlm. 154

⁴⁶ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*, (Yogyakarta: Cakrawala, 2008), hlm. 55

⁴⁷ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah...*, hlm. 56.

- c) Penyelenggaraan pelatihan awal dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
- d) Biaya promosi/ periklanan, khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*grand opening* terwaralaba).
- e) Survei pemilikan/seleksi lokasi.

b. *Royalty Fee*

Royalty fee sering juga disebut uang waralaba terus menerus. Uang tersebut merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan pewaralaba.⁴⁸ Jumlah pembayaran *royalty fee* dikaitkan dengan suatu persentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksi, dan/ atau penjualan barang atau jasa yang mengandung Hak Atas Kekayaan Intelektual yang diwaralabakan.⁴⁹ Besarnya *royalty* yang terkait dengan jumlah produksi, penjualan atau yang cenderung meningkat ini pada umumnya disertai dengan penurunan besarnya persentase *royalty* yang harus dibayarkan, meskipun secara absolut besarnya *royalty* yang dibayarkan tetap akan menunjukkan kenaikan seiring dengan peningkatan jumlah produksi, penjualan atau keuntungan penerima waralaba.⁵⁰

⁴⁸ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah...*, hlm. 56.

⁴⁹ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, cetakan ke-2, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, hlm. 50.

⁵⁰ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, hlm. 108.

Umumnya dalam perjanjian waralaba, menyebutkan bahwa terwaralaba membayar sejumlah biaya waralaba (*royalty*) kepada pewaralaba berdasarkan besarnya penjualan. Isinya antara lain mengenai:⁵¹

- a) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan penjualan kotor. Tingkat *royalty* seminimum mungkin, terutama di tempat terwaralaba memperoleh hak atas wilayah tertentu tanpa persyaratan tingkat kuota terendah.
- b) Pembayaran secara periodik (mingguan, bulanan, kuartalan, dan sebagainya).
- c) Waktu pembayaran misalnya, setiap hari kamis, atau berdasarkan penjualan pada minggu sebelumnya, setiap tanggal 10 berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya dan sebagainya.

⁵¹ Darmawan Budi Suseno, Waralaba Syariah: Risiko Minimal, ... hlm. 57.