

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk 266,91 juta jiwa. Jika dilihat berdasarkan jenis kelamin, jumlah 266,91 juta jiwa tersebut terdiri dari 134 juta jiwa perempuan dan 134 juta jiwa laki-laki.<sup>2</sup> Hal ini yang menjadi faktor meningkatnya jumlah konsumen di Indonesia. Dengan problematika kependudukan tersebut, bisnis merupakan usaha yang membawa peluang besar bagi perekonomian masyarakat, salah satunya ialah wirausaha.

Wirausaha merupakan bisnis yang membawa dampak positif bagi pemilik usaha. Dimana pemilik usaha dapat memperluas jangkauan usahanya serta menentukan aturan-aturan yang akan dijalankan. Untuk memperluas jangkauan usaha, bekerjasama dengan pihak lain atau yang biasa kita sebut sebagai kongsi dagang atau *syirkah* atau *musyarakah* adalah salah satu cara yang dapat digunakan.

Seiring perkembangan zaman, bisnis wirausaha semakin meningkat. Dimana, kerjasama dalam menjalankan usaha tidak hanya berkisar pada modal. Untuk mengembangkan usahanya hingga sampai pada konsumen dibutuhkan adanya metode pendistribusian barang dan jasa. Salah satu cara

---

<sup>2</sup><https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/01/04/jumlah-penduduk-indonesia-2019-mencapai-267-juta-jiwa>, diakses pada tanggal 4 Desember 2019.

yang digunakan yaitu penggunaan sistem waralaba. Cara ini digunakan oleh para pengusaha karena dianggap memberikan keuntungan lebih istimewa.<sup>3</sup>

Waralaba ialah salah satu bentuk kerjasama yang mana terdiri dari pihak pewaralaba yang memberikan hak kepada pihak terwaralaba untuk menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI) yang dimiliki oleh pewaralaba dengan imbalan dan dalam wilayah serta kurun waktu yang sudah disepakati.

Akad dalam waralaba merupakan pengembalian dari bentuk persekutuan (*syirkah*).<sup>4</sup> Pada dasarnya, sistem *franchise* terdiri dari tiga komponen pokok, yaitu: *franchisee*, *franchisor*, dan *franchise*.<sup>5</sup>

Menurut hukum Islam, *Syirkah* (perkongsian) diperbolehkan sepanjang untuk kemanfaatan berdasarkan sabda nabi:

*“Allah Ta’ala berfirman, “Aku adalah yang ketiga dari dua orang yang bersekutu selagi yang satu tidak berkhianat terhadap yang lain. Kalau dia berkhianat terhadap kawannya, maka akupun keluar dari persekutuan itu.”* (H.R. Abu Dawud dan Al-Hakim)<sup>6</sup>

Dilihat dari sudut pandang syariah (*fiqh*), jenis perjanjian *syirkah* diperbolehkan berdasarkan kaidah:

*“Pada dasarnya semua akad dan muamalat hukumnya sah sehingga ada dalil yang membatalkan dan mengharamkannya”.*<sup>7</sup>

---

<sup>3</sup>Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 192-193.

<sup>4</sup>Dewi, *Hukum Perikatan*, 198.

<sup>5</sup>*Ibid.*, 194.

<sup>6</sup>A. Zainudin, *Al-Islam 2 (Muamalah dan Akhlak)* (Bandung: CV Pustaka Setia, 1999), 25.

<sup>7</sup>Setiawan Budi Utomo, *Fiqh Aktual* (Jakarta: Gema Insani Press, 2003), 52.

Dalam perjanjian waralaba memuat ketentuan tentang hak dan kewajiban terwaralaba dan pewaralaba, sehingga keabsahan terletak pada akad dan perjanjian tersebut.

Menurut kesepakatan ulama, syarat *syirkah* terdiri dari: para pihak yang bertransaksi *ahliyah* dalam melakukan transaksi, modal *syirkah* diketahui dan jelas adanya, serta rasio laba diketahui dengan jelas. Sedangkan menurut Ustmani, syarat *syirkah* yaitu: syarat akad, pembagian serta penentuan rasio keuntungan, pembagian rugi, sifat modal, manajemen *syirkah*, serta berakhirnya *syirkah*.<sup>8</sup>

Di Indonesia bisnis dengan sistem waralaba sudah banyak didirikan dalam berbagai bidang, baik dalam bidang makanan, minuman, dan lain sebagainya dengan ragam perjanjian yang dibuat untuk saling menguntungkan. Salah satunya yaitu pada usaha *Proo Tea*. Usaha ini berpusat di Sidoarjo. Salah satu mitra kerja usaha ini yaitu pada *Proo Tea* di Jalan Sunan Ampel, Ngronggokecamatan kota Kediri yang dimiliki oleh ibu Yulia Dewi Masitah. Usaha ini didirikan karena adanya lahan yang kosong serta lokasi yang strategis yakni di wilayah kampus Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kediri. Usaha ini didirikan dengan sistem waralaba dimana *franchisor* (pewaralaba) mematok harga Rp 5.000.000 kepada *franchisee* yang mana harga tersebut sudah meliputi fasilitas serta bimbingan yang diberikan kepada *franchisee*.

---

<sup>8</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2016), 219-221.

Pada umumnya, *franchisor* menginginkan *royalty* yang diterima olehnya bebas dari segala macam beban pajak dan biaya-biaya maupun ongkos-ongkos, dengan demikian *franchisor* dapat melakukan perhitungan secara pasti akan *return* yang diharapkan dari *franchisee* terwaralaba yang diberikan jika dihadapkan dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan hak atas kekayaan intelektual maupun sistem atau proses atau ciri khas yang *difranchiseekan*. Namun, dalam praktik kemitraan yang dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee*, *franchisor* pada usaha Proo Tea in tidak memungut biaya atau *royalty* atas perkembangan usaha yang dilakukan oleh *franchisee*. Dengan demikian *franchisee* dapat mengembangkan usahanya dengan membuka anak cabang sebanyak-banyaknya dan tetap dalam bimbingan *franchisor*.<sup>9</sup>

Disisi lain dengan adanya peluang tersebut *franchisee* juga mengembangkan usahanya dengan menambah daftar menu yang lain namun tetap menggunakan merk dagang yang diwaralabakan tersebut dan sudah mempunyai 5 anak cabang usaha, dan dari keberhasilan usaha tersebut *franchisee* tidak dikenakan biaya. Pembagian keuntungan atas kemitraan yang dijalankan juga dianggap kurang sesuai yang mana pihak terwaralaba kurang terbuka mengenai keberhasilan usaha serta banyaknya anak cabang yang sudah ia miliki. Hal ini dikarenakan ada pendapat yang menyatakan bahwasannya usaha dikenakan *royalty* 25% dari keuntungan apabila sudah memiliki anak cabang minimal 3. Sedangkan dalam praktek waralaba atau

---

<sup>9</sup>Yulia Dewi Masitah, wawancara *Franchisee Proo Tea Kediri*, 4 Desember 2019.

*syirkah* juga diperlukan adanya transparansi yang mana menurut hukum Islam haruslah terhindar dari unsur MAGHRIB. Transparansi sangatlah penting dalam menjalankan kerja sama, yang mana dengan adanya transparansi dapat meminimalisir adanya kesalahpahaman antara pihak pewaralaba dengan pihak terwaralaba.

Sebagai induk perusahaan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan perekonomian negara, *franchisee* tidak terlepas dari berbagai upaya dan kerja keras untuk memunculkan minat dan image masyarakat terhadap kualitas produknya. Masyarakat merupakan sasaran utama atas perkembangan sebuah usaha. Dalam hal ini, seorang mitra atau pelaku usaha selain bertanggung jawab terhadap *franchisor* juga bertanggung jawab terhadap konsumen atas produk yang diperjual belikan tersebut.

Dalam praktik jual beli pada usaha Proo Tea, terdapat banyak varian rasa yang digunakan untuk menarik minat masyarakat. Dalam hal ini *franchisor* hanya memberikan varian rasa original, milk tea, serta lemon tea. Namun, yang terjadi di lapangan *franchisee* menambahkan menu varian lain sebagai varian dalam penjualan dengan menggunakan campuran perasa dari merek lain, dalam hal ini pihak terwaralaba menggunakan nutrisari untuk campuran teh tersebut. Tidak hanya pada varian rasa, *franchisee* juga mencampur atau menggunakan teh serta gelas yang berbeda.<sup>10</sup> Menurut kontrak kerjasama usaha Proo Tea pada Pasal 11 dijelaskan bahwasanya penerima waralaba wajib menggunakan semua atribut Proo Tea seperti

---

<sup>10</sup>Yulia Dewi Masitah, wawancara *Franchisee* Proo Tea kota Kediri, 4 Desember 2019.

design, stiker, label dan raw material seperti gelas bermerek Proo Tea dan teh yang dikeluarkan oleh Proo Tea. Mitra usaha juga wajib membeli semua keperluan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha Proo Tea seperti gelas plastik, teh, dan lain sebagainya. Dengan demikian tindakan yang dilakukan oleh pihak *franchisee* dianggap menyimpang atau tidak sesuai dengan kontrak kerjasama pada usaha Proo Tea.

Dalam melakukan suatu kerjasama, para pihak harus dapat memahami antara norma dan hukum yang dijalankan. Sehingga, dapat terbentuk sistem ekonomi Islam yang sesuai dengan al-Quran dan Hadist. Menurut Islam, dalam berekonomi harta yang diperoleh harus berasal dari usaha dan cara yang halal. Sehingga tidak diperbolehkan apabila cara yang digunakan dapat merugikan orang lain serta memperkaya kelompok tertentu saja. Sehingga Islam mengharamkan hal yang bersifat demikian.

Dari permasalahan tersebut, penulis ingin mengetahui Analisis hukum Islam terhadap penyimpangan pada pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba). Untuk mendalami secara penuh mengenai penelitian yang dilakukan oleh penulis, maka penulis mengajukan penelitian berjudul **“ANALISIS HUKUM ISLAM TERHADAP PELAKSANAAN PERJANJIAN ANTARA *FRANCHISOR* (PEWARALABA) DAN *FRANCHISEE* (TERWARALABA) (Studi Kasus pada usaha ProoTea di Kota Kediri)**

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimanakah penyimpangan pada pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba) pada usaha Proo Tea di Kota Kediri?
2. Bagaimanakah analisis hukum Islam terhadap pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *Franchisee* (terwaralaba) pada usaha Proo Tea di Kota Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian dalam rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui penyimpangan pada pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba) pada usaha Proo Tea di Kota Kediri.
2. Mengetahui analisis hukum Islam terhadap pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba) pada usaha Proo Tea di Kota Kediri.

## **D. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik dari segi teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan dari penelitian ini antara lain:

### **1. Manfaat Teoritis**

Dilihat dari aspek pengembangan ilmu (teoritis) penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan informasi dan ilmu dalam mengkaji dan menambah khazanah pengetahuan terhadap pelaksanaan perjanjian antara pewaralaba dan terwaralaba, selain itu penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan sebagai sumber informasi dalam menjawab permasalahan-permasalahan yang terjadi dalam proses pembelajaran, terutama dalam permasalahan implementasi pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba) dalam perspektif hukum Islam.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Peneliti**

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan pengalaman melakukan penelitian ilmiah sebagai penerapan ilmu yang telah diperoleh, serta meningkatkan kemampuan intelektual dan pemahaman mengenai permasalahan implementasi pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee* dalam perspektif hukum Islam.



b. Bagi Mahasiswa

Dalam penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya untuk meningkatkan kualitas pembelajaran.

### E. Telaah Pustaka

Berikut telaah pustaka yang digunakan penulis:

1. *Tinjauan Hukum Islam terhadap Waralaba Minimarket Alfamart* oleh Muhammad Fauzan Ikhwani (2013), mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.<sup>11</sup>

Penelitian ini menganalisis tentang kedudukan serta tanggung jawab para pihak dalam perjanjian waralaba, konsep syirkah yang digunakan, serta permasalahan yang timbul dari perjanjian tersebut. Perbedaan dengan penelitian penulis yakni, penelitian ini memfokuskan pada analisa hukum Islam serta pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba). Dengan persamaan objek penelitian tentang waralaba menurut hukum Islam.

2. *Tanggungjawab Franchisor Kebab Turki Baba Rafi terhadap Franchisee dalam Pembinaan Usaha Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*

---

<sup>11</sup>Muhammad Fauzan Ikhwani, "Tinjauan Hukum Ekonomi Islam Terhadap Waralaba Minimarket Alfamart" (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2013).

oleh Abid Nazilul Iman (2014), mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.<sup>12</sup>

Penelitian ini menganalisis tentang pemberian *training* atau pelatihan pada usaha waralaba, yang mana pelatihan sebaiknya dilakukan dalam lima jenis sehingga *franchisee* (terwaralaba) dapat mengembangkan usahanya. Perbedaan dengan penelitian penulis yakni, penelitian ini terfokus pada pelaksanaan perjanjian yang dilakukan oleh pewaralaba dan terwaralaba yang mana dapat membawa keberhasilan pada usaha yang dikembangkan oleh *franchisee* (terwaralaba) apakah sudah sesuai atau belum dengan hukum Islam. Dengan persamaan bahwa objek penelitian sama-sama mengenai waralaba.

3. *Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba* oleh Arfah Naila Rahmah (2018). Mahasiswi Universitas Islam Negeri (UIN) Syarif Hidayatullah Jakarta.<sup>13</sup>

Penelitian ini menganalisis tentang perlindungan hukum terhadap pelaku usaha waralaba berdasarkan PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba. Perbedaan dengan penelitian penulis yakni, penelitian ini memfokuskan penelitian waralaba dilihat dari kaca mata hukum ekonomi Islam. Dengan persamaan objek penelitian tentang waralaba.

---

<sup>12</sup>Abid Nazilul Iman, "Tanggungjawan Franchisor Kebab Turki Baba Rafi terhadap Franchisee dalam Pembinaan Usaha Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2014).

<sup>13</sup>Arfah Naila Rahmah, "Perlindungan Hukum terhadap Pelaku Usaha Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulloh Jakarta, 2018).

4. *Bisnis Waralaba (Franchisee) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam* oleh M. Nur Azwar Akbar (2013), mahasiswa Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.<sup>14</sup>

Penelitian ini menganalisis tentang konsep bisnis waralaba yang merupakan suatu konsep usaha yang dilakukan dengan jalan pemasaran/pendistribusian barang atau jasa kepada konsumen sebagai bentuk ekspansi (perluasan usaha) dengan menawarkan atau mewaralabakan usahanya tersebut kepada calon pihak kedua yakni terwaralaba (*franchisee*) dan pihak yang mewaralabakan (*franchisor*). Perbedaan dengan penelitian penulis yakni, meneliti pada pelaksanaan perjanjian antara *franchisor* (pewaralaba) dan *franchisee* (terwaralaba) menurut hukum ekonomi Islam. Dengan persamaan objek penelitian tentang waralaba.

## **F. Penegasan Istilah**

### 1. *Syirkah*

ialah persekutuan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dimana para pihak sepakat bahwa laba dan rugi dibagi bersama sesuai dengan kesepakatan.

### 2. Waralaba

ialah salah satu bentuk kerjasama yang mana terdiri dari pihak pewaralaba yang memberikan hak kepada pihak terwaralaba untuk menggunakan hak

---

<sup>14</sup>M. Nur Azwar Akbar, "Bisnis Waralaba (*Franchisee*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam" (Skripsi, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2013).

kekayaan intelektual(HAKI) yang dimiliki oleh pewaralaba dengan imbalan dan dalam wilayah serta kurun waktu yang sudah disepakati.

### 3. *Franchisor*

Ialah pihak yang memiliki usaha, dimana ia merupakan pihak yang menjual atau meminjamkan hak dagangannya atau merk dagangannya beserta sistem bisnis tersebut kepada *franchisee* (terwaralaba).

### 4. *Franchisee*

ialah pihak yang membayar atau membeli, meminjam hak dagangan atau merk dagangan beserta sistem usaha yang dimiliki pewaralaba (*franchisor*). Dengan kata lain pihak yang membayar kepada pemilik usaha yang dipersyaratkan untuk dapat menggunakan merk dagangannya serta sistem bisnis yang dirancang oleh pemilik usaha dalam hal ini *franchisor*.