

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Salah satu pendukung pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah berkembangnya sistem pemasaran dalam berbagai bidang usaha, hal ini menunjukkan semakin tingginya daya saing antar industri perdagangan dalam melakukan pemasaran, juga industri barang dan/atau jasa. Salah satu sistem pemasaran yang marak dan mulai diminati serta telah berhasil menarik perhatian para pengusaha lokal untuk bersaing dengan pengusaha asing adalah sistem waralaba atau *franchise*. Waralaba merupakan salah satu daya tarik yang tinggi bagi calon pengusaha yang ingin memiliki usaha mereka sendiri, tetapi bukan sepenuhnya milik mereka.

Waralaba merupakan sistem keterkaitan usaha *vertical* antara pemilik paten yang menciptakan paket teknologi bisnis pewaralaba (*franchisor*), dengan penerimaan hak pengelolaan operasional bisnis terwaralaba (*franchisee*). Dalam bisnis waralaba seperti yang telah dibahas di atas, seorang terwaralaba harus membayar sejumlah *royalty fee* kepada pewaralaba sebagai timbal balik karena telah mengizinkan terwaralaba ini melakukan usaha dengan merek dagangnya. Dan

sebaliknya pihak terwaralaba dari pihak pewaralaba untuk menggunakan kekhasan usaha atau spesifikasi usaha pewaralaba tersebut.¹

Perjanjian waralaba merupakan suatu tindakan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Melalui perjanjian waralaba, *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* sebagai mitra usahanya untuk menjalankan usaha di bidang yang sama dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang dan hak milik intelektual lainnya dengan menjaga standar kualitas dan reputasi *franchisor* sehubungan dengan penggunaan merek dari barang dan/atau jasa yang diperjanjikan tersebut.²

Berbicara tentang waralaba tentu tidak lepas dari konsep *franchise fee* dan *royalty fee* yang ada pada waralaba tersebut. *Franchise fee* adalah biaya investasi awal. Biaya ini termasuk biaya *set up*, biaya iklan, dan biaya pelatihan. Sedangkan *royalty fee* adalah kontribusi bagi hasil dari pendapatan terwaralaba.³ Lebih jelasnya, *royalty fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh terwaralaba (*Franchisee*) kepada pewaralaba (*franchisor*) sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba oleh yang merupakan presentase dari omzet penjualan.

Praktek waralaba (*franchise*) sudah menjamur di kalangan masyarakat, baik waralaba asing maupun lokal, waralaba asing adalah waralaba dimana produk yang ditawarkan merupakan produk luar negeri seperti McDonalds, Pizza Hut, dan

¹Martin M, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993), 5

²Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), 165

³Peni R. Pramono, *Cara Memilih Waralaba yang Menjanjikan Profit*, (Jakarta: PT. Eles Media Komputindo, 2007), 15.

lain-lain. Sedangkan waralaba lokal adalah waralaba yang dikembangkan di dalam negeri seperti Indomart, Alfamart, dan lain-lain.

Bakso Klenger Mas Agus adalah salah satu bisnis kuliner yang didirikan oleh Agus Winarno yang berada di Jl. Joyoboyo Ruko JTC nomor 57, Dandangan, Kota Kediri. Bakso Klenger Mas Agus didirikan pada tahun 2014, alasan beliau memilih membuka usaha bakso karena bakso merupakan salah satu makanan khas Nusantara yang sudah populer dari kalangan masyarakat ekonomi bawah hingga atas. Mas Agus sendiri menawarkan beberapa macam variasi bakso untuk menarik perhatian konsumen untuk mencari pelanggan. Diantara variasi Bakso Klenger Mas Agus adalah bakso super isi daging, bakso klenger spesial, bakso seceng special, bakso keju campur special, bakso mercon, aneka jus dan float segar, dan lain-lain.⁴

Melihat prospek penjualan baksonya yang cukup bagus, akhirnya Mas Agus memutuskan untuk memberikan promo-promo yang unik agar dapat menambah daya tarik bagi pelanggan pada tempat usahanya tersebut, diantara promo yang dikeluarkan Bakso Klenger Mas Agus adalah menggratiskan setiap pelanggan yang bernama “Agus” dan pelanggan yang ulang tahun ketika makan di tempat usahanya, Mas Agus melebarkan usaha kulinernya mulai tahun 2015 dengan cara membuka waralaba (*franchise*). Sekarang sudah ada sejumlah cabang mitra *franchise* Bakso Klenger Mas Agus di beberapa kota, diantaranya di Tulungagung, Blitar, Jombang dan Pare.⁵

⁴ <http://baksoklenger-masagus.com/menu/>, diakses tanggal 20 Desember 2017

⁵ Ibid.

Tabel 1
Data perbandingan *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* Usaha Waralaba
Mie Ayam Malioboro dan Bakso Klenger Mas Agus

Indikator		Mie Ayam Malioboro	Bakso Klenger Mas Agus
<i>Franchise Fee</i>	Produk	Mie ayam dan bakso	Aneka variasi bakso
	Interior Resto	80-100 m ²	100-150 m ² <i>full colour</i> dan design menarik
	Pelayanan	Ramah	Ramah dan menyambut konsumen
	Harga Jual	Rp 6.000 – Rp 10.000	Rp 10.000 – Rp 20.000
	Promosi	Tidak ada promosi khusus	Mempunyai promosi yang unik.
<i>Royalty Fee</i>	Persentase yang dibayarkan	3,5 % perbulan	3% perbulan
	Kerugian	Ditanggung bersama	Ditanggung <i>franchisee</i>

Sumber: Data Observasi

Dari observasi yang peneliti lakukan di salah satu *franchise* kuliner seperti mie ayam malioboro, peneliti menemukan bahwa di Mie Ayam Malioboro standarisasi kuliner yang di sajikan hanya mie ayam dan mie ayam bakso, sedangkan di Bakso Klenger Mas Agus kuliner baksonya mempunyai banyak variasi menu. Meskipun harga jual yang dipatok oleh Bakso Klenger Mas Agus lebih mahal dari pada harga bakso pada umumnya, namun karena banyak variasi menu yang ditawarkan kepada konsumen membuat Bakso Klenger Mas Agus ini juga banyak peminatnya. Bakso Klenger Mas Agus dengan standarisasi outlet ukuran 100-150m² mempunyai tampilan outlet yang lebih menarik. Dari segi promosinya di Bakso Klenger Mas Agus juga lebih unik. Namun di Bakso Klenger

Mas Agus ini jika ada kerugian maka kerugian akan ditanggung oleh *franchisee* seperti mengurus pindah lokasi usaha yang lebih strategis, sehingga menimbulkan minat penulis untuk meneliti lebih lanjut dari bisnis *franchise* Bakso Klenger Mas Agus.

Sistem *franchise* yang digunakan oleh Bakso Klenger Mas Agus menggunakan biaya *franchise fee* dan *royalty fee*. Jadi mitra (*franchisee*) Bakso Klenger Mas Agus dikenakan biaya *franchise fee* di awal perjanjian dan *royalty fee* perbulan. Setelah *franchise fee* terbayar Mas Agus memberikan peralatan dan Hak Intelektual dalam bentuk nama perusahaan, logo, sistem, dan cara-cara yang dimiliki dan dikembangkan oleh Mas Agus untuk menjalankan usahanya.

Islam membenarkan seorang Muslim berdagang dan berusaha secara perseorangan, membenarkan juga penggabungan modal dan tenaga kerja dalam bentuk perkongsian (*syarikat*) dagang yang berbagai bentuk. Banyak juga proyek dan perusahaan tidak cukup ditangani seorang diri, melainkan harus bergabung dan bekerja sama dengan orang lain.⁶ Bentuk dari kerja dan usaha manusia baik perseorangan maupun kelompok dan kelembagaan adalah salah satunya mengadakan kerja sama atau kemitraan dalam berbagai bidang kehidupan, termasuk dalam menjalankan sebuah usaha. Islam juga mengatur konsep *syirkah* atau kerjasama dalam berdagang. Dalam Islam kerjasama atau penggabungan modal dalam bisnis dinamakan *syirkah*. Dalam pembagian modal dan keuntungan akad mengunggulkan keadilan, artinya tidak ada pihak yang dirugikan dari kerjasama

⁶ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam* (Bandung: CV. Diponegoro: 1984), h. 259

tersebut. Dalam dunia modern akad *syirkah* sering digunakan pada kerjasama dalam bentuk *franchise* atau waralaba.

Selain itu dalam *bersyirkah* Islam juga mempunyai konsep tersendiri dalam berbisnis, dalam hal ini berdagang. Dimana bahwa dalam berdagang seorang penjual harus mempunyai etika bisnis yang baik seperti memiliki konsep ketuhanan, keadilan, dan bertanggung jawab dengan rekan bisnisnya. Hal tersebut merupakan sifat yang selalu diterapkan oleh Rasulullah dalam berdagang, sehingga sudah selayaknya kita mengikuti sifat beliau yang mulia tersebut dalam kegiatan sehari-hari terutama dalam *bersyirkah*.

Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Bakso Klenger Mas Agus karena sistem yang dilakukan oleh Mas Agus menggunakan kerjasama *franchise* (waralaba). Peneliti di sini juga ingin melihat bagaimana sistem biaya awal waralaba (*franchise fee*) dan *royalty fee* yang diterapkan pada Bakso Klenger Mas Agus kepada mitranya. Dengan melihat sistem kerjasama *franchise* tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji usaha *franchise* Bakso Klenger Mas Agus dilihat dari penerapan *franchise fee* dan *royalty fee*-nya dilihat dari perspektif syariah.

Oleh karena itu peneliti di sini akan mencoba menguraikan sejauh mana penerapan *franchise fee* dan *royalty fee* pada *franchise* pada Bakso Klenger Mas Agus dalam sebuah penelitian dengan mengangkat sebuah judul **“Analisis Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* dalam *Franchise* Ditinjau dari *Syirkah* (Studi Kasus pada Bakso Klenger Mas Agus)”**

B. Fokus penelitian

1. Bagaimana sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus?
2. Bagaimana sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus ditinjau dari *syirkah*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus.
2. Untuk mengetahui penerapan sistem *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus ditinjau dari *syirkah*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara teoritis

Sebagai salah satu literatur kajian ilmiah dalam bidang strategi management.

2. Secara praktis

- a. Bagi peneliti

Dari penelitian ini diharapkan agar peneliti bisa memperoleh pengalaman dan dapat menambah pengetahuan dibidang ekonomi mengenai analisis sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus ditinjau dari *syirkah*.

b. Bagi Lembaga Pendidikan

Dari hasil penelitian ini sangat diharapkan dapat menambah khasanah keilmuan dan sebagai masukan yang berharga dalam mengembangkan ilmu dibidang ekonomi terutama tentang analisis sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus ditinjau dari *syirkah*.

c. Bagi pembaca

Menumbuhkan kesadaran bagi pembaca akan pentingnya menciptakan kreatifitas baru yang sesuai dengan syari'ah Islam serta menumbuhkan kesadaran bagi mahasiswa STAIN Kediri khususnya sarjana ekonomi syari'ah untuk dapat mengambil nilai-nilai positif dari analisis sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam *franchise* Bakso Klenger Mas Agus ditinjau dari *syirkah*.

d. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan dan suatu pertimbangan keputusan sehingga menjadikan perusahaan semakin sukses di dunia maupun di akhirat.

E. Telaah Pustaka

1. Skripsi Agnes Trialita, tahun 2016, STAIN Kediri, dengan judul “Analisis Pembagian Keuntungan Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Nyoklat Klasik It’s Really Ice/Hot Chocolate Tulungagung)”.⁷ Tujuan

⁷ Agnes Trialita, *Analisis Pembagian Keuntungan Waralaba Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Nyoklat Klasik It’s Really Ice/Hot Chocolate Tulungagung)*, (Kediri: STAIN Kediri, 2016)

penelitian ini adalah untuk mengetahui pembagian keuntungan waralaba Nyoklat Klasik It's Really Ice/Hot Chocolate Tulungagung dan untuk mengetahui pembagian keuntungan waralaba Nyoklat Klasik It's Really Ice/Hot Chocolate Tulungagung dari perspektif ekonomi Islam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif.

Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah pembagian keuntungan yang ditetapkan oleh Pekaralaba (*franchisor*) terhadap terwaralaba (*franchisee*) di waralaba Nyoklat Klasik It's Really Ice/Hot Chocolate Tulungagung yang menggunakan sistem *cashback*. Sedangkan perbedaannya penulis di sini membahas tentang *franchise fee* dan *royalty fee* yang di terapkan pada usaha *franchise* dan ditinjau dari segi *syirkah*.

2. Skripsi Yuyun Wulandari, tahun 2016, STAIN Kediri, dengan judul Implementasi *Franchise* dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada *Franchise* Alfamart Blabak Kediri)".⁸ Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi *franchise* yang ada di Alfamart desa Blabak Kediri dan untuk mengetahui implementasi *franchise* yang ada di Alfamart desa Blabak Kediri dari perspektif ekonomi Islam. Metode yang digunakan peneliti disini menggunakan metode kualitatif.

⁸Yuyun Wulandari, *Implementasi Franchise dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus pada Franchise Alfamart Blabak Kediri)*, (Kediri: STAIN Kediri, 2016)

Kesimpulan penelitian tersebut adalah implementasi *franchise* yang dilakukan oleh Alfamart Blabak Kediri jika ditinjau dari perspektif syariah tidak sesuai dengan Islam. Sedangkan perbedaannya adalah dari penelitian ini membahas umum tentang hukum *franchise* Alfamart dari perspektif Islam sedangkan penulis membahas tentang sistem *franchise fee* dan *royalty fee* pada usaha *franchise* ditinjau dari *syirkah*.

3. Skripsi Syarah Septiana, tahun 2008, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, dengan judul “Konsep dan Aplikasi Franchise dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus LKS Berkah Madani)”.⁹ Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui aplikasi *franchise* pada LKS Berkah Madani; Mengetahui kesesuaian penerapan *foyalty fee* pada LKS Berkah Madani dengan prinsip ekonomi Islam. Mengetahui inovasi-inovasi yang dilakukan oleh LKS Berkah Madani dalam bisnis *franchise*. Metode penelitian yang di hunakan penulis disini adalah metode kualitatif.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa di LKS Berkah Madani menjalankan bisnis *franchisenya* sesuai dengan syariah Islam dan adil dalam menerapkan *royalty fee* bagi terwaralaba. Dalam penelitian ini mengkaitkan penerapan *royalty fee* ditinjau dari hukum ekonomi Islam, perbedaannya di

⁹Syarah Septiana, *Konsep dan Aplikasi Franchise dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi Kasus LKS Berkah Madani)*, (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2008)

sini penulis membahas tentang penerapan *franchise fee* dan *royalty fee* ditinjau *syirkah*.