

BAB II

LANDASAN TEORI

1. *Franchise* (Waralaba)

a. Pengertian *franchise* (waralaba)

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pemilik independent atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.¹

Franchisee sendiri berasal dari Bahasa latin yaitu *francorum* yang artinya “*bebas dari ikatan*”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian franchise berasal dari bahasa Prancis abad pertengahan, diambil dari kata “*franc*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan) yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa. Oleh sebab itu pengertian *franchise* diinterpretasikan sebagai pembebasan dari pembatasan tertentu atau kemungkinan untuk melaksanakan tindakan tertentu, yang untuk orang lain dilarang.²

¹Adrian Sutedi, *Hukum waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 6

²Ibid., 6

Kata *franchise* berasal dari Bahasa Perancis yang berarti “bebas” adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI) atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa.³

Di Indonesia, kata *Franchising* diartikan sebagai waralaba yang didasari oleh Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997, tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang kemudian diganti dengan peraturan pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dan keputusan menteri perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 Dan kemudian Didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Pasal 1 Ayat 1, tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba. Dalam arti maksud dan tata cara yang ditentukan dalam Peraturan Pemerintah tentang waralaba diatas, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba di Indonesia:

- a) Ada ikatan hukum yang jelas antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).

³ Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h.74.

- b) Ada proses pertukaran antara hak dan keistimewaan yang diberikan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah uang serta persyaratan lain sebagai syarat perjanjian.
- c) Penerima waralaba wajib memenuhi persyaratan yang telah disetujui dalam ikatan hukum.
- d) Pemberi waralaba juga harus menyediakan dukungan dan pelatihan SDM-nya

Menurut Dr Martin Mendelshon pakar waralaba asal Amerika Serikat, format bisnis *franchise* adalah modal izin dari satu orang (*franchisor*) kepada orang lain (*franchisee*) yang memberikan haknya (dan biasanya mempersyaratkan). *Franchise* mengadakan bisnis di bawah nama dagang *Franchisor*, meliputi seluruh elemen yang dibutuhkan untuk membuat orang yang sebelumnya belum terlatih dalam bernisnis yang dikembangkan/dibangun oleh *franchisor* di bawah brand miliknya, dan setelah training untuk menjalankannya berdasarkan pada basis yang ditentukan sebelumnya dengan pendampingan yang berkelanjutan. Amir Karamoy mengatakan bahwa secara hukum waralaba berarti persetujuan legal atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk/jasa dari pemilik (waralaba) kepada pihak lain terwaralaba yang diatur dalam suatu permainan tertentu.⁴

⁴Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Jakarta: PT Buku Kita, 2008 Cet 1), 15-16

b. Elemen-elemen Pokok dalam *Franchise*

Dari pengertian yang telah dipaparkan di atas menunjukkan bahwa *franchise* pada dasarnya mengandung elemen-elemen pokok sebagai berikut:

1) Pemberi Waralaba (*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.

2) Penerima Waralaba (*Franchisee*)

Adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan atau menerima hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh *Franchisor*.

3) Adanya penyerahan hak secara eksklusif (dalam praktek meliputi berbagai macam hak milik intelektual) dari *Franchisor* kepada *Franchisee*.

4) Adanya penetapan wilayah tertentu, *Franchise Area* dimana *Franchisee* diberikan hak oleh *Franchisor* untuk beroperasi di wilayah tertentu

5) Adanya imbal prestasi dari *Franchisee* kepada *Franchisor* yang berupa *Franchise Fee*, sebagai imbalan atas pemberian hak pemanfaatan dan penggunaan hak intelektual yang dimiliki oleh *Franchisor* yang dibayarkan hanya sekali untuk hak yang dapat diperoleh *Franchisee*. Dan *royalty fee* merupakan kontribusi *fee* dari operasional usaha yang

dibayarkan oleh *Franchisee* secara periodik kepada *Franchisor*, biasanya secara bulanan dari besarnya omzet penjualan.

- 6) Adanya standar mutu yang ditetapkan oleh *Franchisor* kepada *Franchisee*, biasanya tertuang dalam buku petunjuk operasional (*operating manuals*) yang berisikan metode untuk menjalankan bisnis *franchise*, serta supervisi berkala dalam rangka mempertahankan mutu. Adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh *Franchisor* kepada *Franchisee* guna meningkatkan keterampilan, yaitu pada pelatihan awal, maupun pelatihan yang berkesinambungan.⁵

Elemen-elemen seperti yang disebutkan di atas merupakan standar yang harus ada dalam bisnis *franchise* dan juga menjadi ciri khas bisnis ini.

c. *Franchise fee*

Terkait dengan biaya biaya yang timbul dalam bisnis waralaba, umumnya seorang terwaralaba berkewajiban menanggung berbagai macam biaya yang timbul dari pelaksanaan perjanjian waralaba seperti *franchise fee*. *Franchise fee* adalah jumlah yang harus dibayar sebagai imbalan atas pemberian hak intelektual pemberi waralaba, yang dibayar untuk satu kali (*one time fee*), yaitu pada saat bisnis waralaba akan dimulai atau pada saat penandatanganan akta perjanjian waralaba. Nilai *franchisee fee* ini sangat

⁵Pietra Sarosa, *Kiat Praktis Membuka Usaha; Mewaralabakan Usaha Anda*, (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), h. 2-3

bergantung pada jenis waralaba. Semakin terkenal suatu waralaba semakin mahal *franchisee fee* yang harus dibayarkan.⁶

Pembayaran *franchisee fee* jumlah dan jangka waktunya dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik pewaralaba dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan dalam perjanjian. *Franchisee fee* diperlukan oleh pewaralaba untuk membantu terwaralaba untuk operasional usaha waralaba. *Franchise fee* diperlukan *franchisor* untuk membantu *franchisee* dan terdiri dari:

- a) Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis terwaralaba.
- b) Penyelenggaraan pelatihan awal (*initial training*) dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
- c) Biaya promosi/iklan, khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*grand opening* terwaralaba).
- d) Survey pemilikan/seleksi lokasi.⁷

d. *Royalty Fee*

Royalty juga sering juga disebut uang waralaba terus menerus. Uang tersebut merupakan pembayaran atas jasa terus menerus yang diberikan pewaralaba. Dalam prakteknya, uang tersebut dihitung dalam bentuk prosentase dari pendapatan kotor terwaralaba secara rutin diperlukan untuk

⁶Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 73

⁷Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah*, (Yogyakarta: CAKRAWALA, 2008), 56

membiyai pemberian bantuan teknik, manajemen, atau promosi kepada terwaralaba secara berkelanjutan, selama kedua belah pihak terikat dalam perjanjian waralaba, menyebutkan bahwa terwaralaba membayar sejumlah biaya waralaba (*royalty*) kepada pewaralaba berdasarkan besarnya penjualan.

Isinya antara lain mengenai:

- a) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan keuntungan.
- b) Pembayaran secara periodik (mingguan, bulanan, kuartalan dan sebagainya).
- c) Waktu pembayaran (misal setiap hari Kamis, tau berdasarkan penjualan pada minggu sebelumnya, setiap tanggal 10 berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya dan sebagainya).⁸

e. Mekanisme pembayaran *Franchise Fee*

Setiap waralaba memiliki mekanisme pembayaran yang berbeda. Ada pewaralaba yang mengharuskan terwaralaba untuk membayar penuh uang *franchisee fee*, namun ada juga pewaralaba yang mengizinkan terwaralaba untuk membayar *franchisee fee* secara berangsur. Pembayaran *franchisee fee* biasanya dilakukan didepan, dalam arti pembayaran dilakukan setelah penandatanganan perjanjian waralaba antara pewaralaba dan terwaralaba. *Franchisee fee* ini digunakan oleh pewaralaba sebagai biaya investasi awal, dimana digunakan untuk mempersiapkan segala sesuatu untuk membuka

⁸Ibid., h. 56-57

usaha waralaba tersebut, seperti untuk membeli peralatan masak bagi waralaba yang terkait dengan usaha food and beverages, untuk biaya iklan, bahkan untuk biaya pelatihan yang diberikan pewaralaba terkait dengan usaha yang dijalankannya.

f. Mekanisme Pembayaran *Royalty Fee*

Dalam *franchise* sebagai suatu format bisnis yang dituangkan dalam suatu perjanjian antara *franchisor* sebagai pemilik dari hak intelektual, brand, logo dan sistem operasi dan *franchisee* sebagai penerima (konsep, sistem, penemuan, proses, metode/cara (HAKI), logo, merk/nama) *royalty fee* wajib dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor* sesuai yang diperjanjikan dan dalam hal ini wajib dibayarkan setiap bulan/triwulan, yang diambil dari penjualan dengan tingkat persentase tertentu. Besar *royalty fee* tergantung jenis usaha serta hitung-hitungan dari *franchisor* yang mencakup aspek *feasibility* atau kelayakannya suatu usaha *franchise*.⁹

Setiap waralaba memiliki mekanisme pembagian *royalty fee* tersendiri. Pada umumnya dalam perjanjian waralaba menyebutkan bahwa terwaralaba membayar sejumlah biaya waralaba (*royalty fee*) kepada pewaralaba berdasarkan besarnya penjualan. Isinya antara lain mengenai:

- 1) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan penjualan kotor

⁹ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), h. 108-109

- 2) Tingkat *royalty* seminimum mungkin, terutama ditempat terwaralaba memperoleh hak atas wilayah tertentu / *exclusive territory* tanpa persyaratan tingkat kuota terendah
- 3) Pembayaran secara periodik (mingguan, bulanan, kuartalan, dan sebagainya).
- 4) Waktu pembayaran (misalnya setiap hari kamis, atau berdasarkan penjualan pada minggu sebelumnya, setiap tanggal sepuluh berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya dan sebagainya).¹⁰

Sedangkan besarnya *franchisee fee* dan *royalty fee* masing masing memang berbeda. Tidak semua jenis *fee* atau *royalty* disyaratkan oleh pewaralaba. Setiap pewaralaba mempunyai kebijakan sendiri dalam menentukan jenis *fee* atau *royalty fee*.

g. Hak dan Kewajiban Antara *Franchisor* dengan *Franchisee*

- a) Secara umum kewajiban *franchisor* dapat dirumuskan sebagai berikut:
 - 1) Memberikan semua informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan serta distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek waralaba.

¹⁰Darmawan Budi S, *Waralaba Syariah*, 57

- 2) Memberikan bantuan pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada *franchisee*.
- b) Hak *franchisor* dapat dirumuskan sebagai berikut :
- 1) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba.
 - 2) Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha *franchisee*.
 - 3) Mewajibkan agar *franchisee* tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang diwaralabakan.
 - 4) Menerima pembayaran *royalti* dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya.
 - 5) Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada *franchisee* untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh *franchisee* selama masa pelaksanaan waralaba.
- c) Kewajiban *franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :
- 1) Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh *franchisor* guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
 - 2) Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari *franchisor*.

- 3) Melakukan pendaftaran waralaba
 - 4) Melakukan pembayaran *royalti* dengan jumlah yang telah disepakati bersama.
 - 5) Jika terjadi pengakhiran waralaba, maka wajib mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh.
- d) Hak *franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :
- 1) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dari ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi objek waralaba yang diperlukan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan.
 - 2) Memperoleh bantuan dari *franchisor* atas segala macam cara pemanfaatan dan penggunaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan dan ciri khas usaha misalnya sistem manajemen dan cara penjualan dan penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.¹¹

¹¹Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 81-82

2. *Syirkah*

Di dalam konteks fiqh klasik memang tidak dikenal istilah *franchising* ataupun waralaba. Meskipun pola waralaba dalam khazanah masyarakat Islam tergolong baru, akan tetapi dari fenomena yang berkembang, bentuk kemitraan ini ternyata sudah berlaku di beberapa negara yang notabene mayoritas penduduknya beragama Islam.

Untuk itu, perlu kiranya wacana ekonomi syariah melakukan *sharing* terhadap pola waralaba ini, agar seperti ungkapan klasik: “Dapat mengambil yang baik dan meninggalkan yang buruk” dari sistem *franchise* yang memang terlahir dari Barat.¹²

Syirkah disebut juga dengan kerjasama. *Syirkah* menurut bahasa berarti pencampuran. Secara terminologi definisi *syirkah* adalah akad yang dilakukan oleh orang-orang yang bekerjasama dalam modal dan keuntungan. Dengan adanya akad *syirkah* yang disepakati diantara kedua belah pihak, semua pihak yang mengikatkan diri berhak hukum terhadap harta syarikat itu dan berhak mendapatkan keuntungan terhadap harta yang disepakati.¹³ Akad *syirkah* diperbolehkan menurut para ulama fiqh, berdasarkan kepada firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 12 yang berbunyi:

...فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ

¹²Darmawan Budi S, *Waralaba Syariah*, 83.

¹³A.H Azarudin Latif, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), 129.

Artinya: ...Maka mereka berserikat dalam sepertiga harta...(Q.S An-Nisa ayat 12)

A. Konsep *syirkah* ada 2 macam:

1. *Syirkah Al-Musyarakah*. Secara etimologi *asy-syirkah* berarti percampuran yaitu percampuran antara sesuatu dengan yang lainnya sehingga sulit dibedakan.¹⁴ Sedangkan menurut terminology adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana masing masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal/expertise) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai kesepakatan.
2. *Syirkah* ada dua jenis *Syirkah al Amlak* (kepemilikan) dan *Syirkah al uqud* (akad / kontrak). *Syirkah* kepemilikan tercipta karena warisan, wasiat, atau kondisi lain yang mengakibatkan pemilikan satu asset oleh dua orang atau lebih. Dalam *syirkah* ini kepemilikan dua orang atau lebih berbagi dalam sebuah asset nyata dan berbagi pula dari keuntungan yang dihasilkan asset tersebut. Sedangkan *syirkah akad* tercipta dengan kesepakatan dimana dua orang atau lebih setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal *musyarakah* merekapun sepakat berbagi keuntungan dan kerugian.

¹⁴Antonio Syafi'i, *Bank Syariah dari Teori ke Praktek*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2005), 48.

Syirkah akad menjadi:

a. *Syirkah al-'Inan*

Para ulama fiqh sepakat bahwa *syirkah al-'inan* hukumnya boleh. Dalam *syirkah* ini modal yang digabungkan oleh masing-masing pihak tidak harus sama jumlahnya, demikian juga halnya dalam soal tanggung jawab, kerja, keuntungan serta kerugian yang terjadi jumlahnya tidak harus sama dan dilakukan berdasarkan kontrak atau perjanjian. *Syirkah al-'inan* merupakan jenis *syirkah* yang paling banyak diterapkan dalam dunia bisnis, hal ini dikarenakan keluasan ruang lingkupnya dan sistem pelaksanaannya yang fleksibel. Berikut ini beberapa karakteristik dari *syirkah al-'inan*:

- 1) Besar penyertaan modal dari masing-masing anggota tidak harus sama.
- 2) Masing-masing anggota mempunyai hak penuh untuk aktif langsung dalam pengelolaan usaha.
- 3) Pembagian keuntungan dapat didasarkan pada persentase modal masing-masing, tetapi dapat pula atas dasar negosiasi.
- 4) Kerugian dan keuntungan ditanggung bersama sesuai dengan besarnya penyertaan modal masing-masing.

b. *Syirkah al-Mufawadhah*

Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak menyerahkan bagian modal yang jumlahnya sama besar dan ikut berpartisipasi dalam pekerjaan. Demikian pula tanggung

jawab dan beban utang dibagi oleh masing-masing pihak. Beberapa syarat dalam *syirkah al-mufawadhah* adalah sebagai berikut :

- a) Nilai masing-masing pihak harus sama.
- b) Persamaan wewenang dalam bertindak. Dengan demikian tidak sah perserikatan anak kecil dengan orang dewasa.
- c) Persamaan agama. Maka tidak sah perserikatan antara orang muslim dengan non muslim.
- d) Setiap pihak atau mitra harus dapat penjamin atau wakil pihak yang lainnya dalam pembelian dan penjualan barang yang diperlukan.

c. *Syirkah al-Abdan (al-A'mal)*

Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang memiliki keahlian atau profesi yang sama untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dimana keuntungan dibagi bersama. Misalnya, kerjasama dua orang arsitek untuk menggarap proyek atau kerjasam dua orang penjahit untuk menerima order seragam kantor. Profesi dan keahlian ini bisa sama dan juga bisa berbeda, misalnya tukang kayu dengan tukang besi, mereka menyewa tempat untuk perniagaannya dan bila mendapat keuntungan dibagi menurut kesepakatan bersama. Dalam *syirkah* ini para mitra hanya menyumbangkan keahlian dan tenaga untuk bisnis tanpa memberikan modal. *Syirkah* ini lazim disebut juga *syirkah al-sanaa'i* (*syirkah* para tukang) atau *syirkah al-taqabbul* (*syirkah* penerimaan).

d. *Syirkah al-Wujuh*

Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memiliki reputasi dan kredibilitas (kepercayaan) dalam melakukan suatu usaha. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dibagi sama. *Syirkah* semacam ini mirip dengan makelar yang banyak dilakukan orang pada zaman modern sekarang ini. Dalam perserikatan ini pihak yang berserikat membeli suatu barang hanya didasarkan kepada kepercayaan yang kemudian barang tersebut mereka bayar dengan tunai.

Beberapa syarat pokok *syirkah* menurut Usmani (1998) antara lain:

- 1) Syarat Akad. Karena musyarakah merupakan hubungan yang dibentuk oleh para mitra melalui kontrak/akad yang disepakati bersama, maka otomatis empat syarat akad yaitu: a) syarat berlakunya akad (*In'Iqod*), b) syarat sahnya akad (*Shihah*), c) syarat terealisasinya akad (*Nafadz*) dan d) syarat lazim juga harus dipenuhi.

Misalnya para mitra usaha harus memenuhi syarat pelaku akad (ahliyah dan wilayah), akad harus dilaksanakan atas persetujuan para pihak tanpa adanya tekanan, penipuan, atau penggambaran yang keliru dan sebagainya.

- 2) Pembagian proporsi keuntungan. Dalam pembagian proporsi keuntungan, harus dipenuhi hal-hal berikut:

- a. Proporsi keuntungan yang dibagikan kepada mitra usaha harus disepakati diawal kontrak/akad. Jika proporsi belum ditetapkan, akad tidak sah menurut syariah.
 - b. Rasio / nisbah keuntungan untuk masing-masing mitra usaha harus ditetapkan sesuai dengan keuntungan nyata yang diperoleh dari usaha, dan tidak ditetapkan berdasarkan modal yang disertakan. Tidak diperbolehkan untuk menetapkan lumsum untuk mitra tertentu, atau tingkat keuntungan tertentu yang dikaitkan dengan modal investasinya.
- 3) Penentuan proporsi keuntungan. Dalam menentukan proporsi keuntungan terdapat beberapa pendapat para ahli hukum Islam sebagai berikut:
- a. Imam Malik dan Imam Syafi'i berpendapat bahwa proporsi keuntungan dibagi diantara mereka menurut kesepakatan yang ditentukan sebelumnya dalam akad sesuai dengan proporsi modal yang disertakan.
 - b. Imam Ahmad berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat pula berbeda dari proporsi modal yang mereka sertakan.
 - c. Imam Abu Hanifah yang dapat dikatakan sebagai pendapat tengah-tengah berpendapat bahwa proporsi keuntungan dapat berbeda dari proporsi modal pada kondisi normal. Namun demikian mitra yang

memutuskan untuk menjadi sleeping partner, proporsi keuntungannya tidak boleh melebihi proporsi modalnya.¹⁵

a. Etika bisnis dalam bekerja sama

Selain itu dalam *bersyirkah* Islam juga mempunyai konsep tersendiri dalam berbisnis dan berdagang. Dimana bahwa dalam berdagang seorang penjual harus mempunyai etika bisnis yang baik dengan rekan bisnisnya.

Secara sederhana yang dimaksud dengan etika bisnis adalah cara untuk melakukan kegiatan bisnis, yang mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan individu, perusahaan, industri dan juga masyarakat. Kesemuanya ini mencakup bagaimana kita menjalankan bisnis secara adil sesuai dengan hukum yang berlaku dan tidak tergantung pada kedudukan individu ataupun perusahaan di masyarakat.

Etika bisnis adalah suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dalam kegiatan bisnis yang dilakukan oleh para pelaku-pelaku bisnis. Masalah etika dan ketaatan pada hukum yang berlaku merupakan dasar yang kokoh yang harus dimiliki oleh pelaku bisnis dan akan menentukan tindakan apa dan perilaku bagaimana yang akan dilakukan dalam bisnisnya. Hal ini juga merupakan tanggung jawab bersama, bukan saja hanya tanggung jawab pelaku bisnis tersebut, sehingga diharapkan akan terwujud situasi dan kondisi bisnis yang sehat

¹⁵Ibid., 17

dan bermartabat yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi masyarakat, bangsa dan negara.¹⁶

1) Konsep Ketuhanan

Dalam dunia Islam konsep ketuhanan telah melekat dalam setiap aktifitas bisnis, manusia diwajibkan melaksanakan kewajibannya terhadap Allah SWT., baik dalam bidang ibadah maupun muamalah, sedangkan dalam bidang bisnis, ajaran Allah telah meletakkan konsep dasar halal dan haram yang berkenaan dengan transaksi yang berhubungan dengan segala urusan yang berkaitan dengan harta benda halal ataukah haram. Etika bisnis Islam didasarkan pada nilai-nilai luhur yang ada dalam sumber-sumber ajaran Islam seperti nilai-nilai moralitas yang menyeru manusia kepada kebenaran dan kebaikan, kesabaran dan akhlak serta mencegah untuk melakukan kepalsuan, penipuan, kecurangan, kejahatan, dan kemungkaran kemudian Islam juga menyerukan agar membantu orang miskin dan melarang untuk berbuat zalim, melanggar hak orang lain dan menumpuk harta secara tidak halal.

2) Keadilan

Salah satu dari prinsip dalam bermuamalah yang harus menjadi akhlak dan harus tertanam dalam diri pengusaha adalah sikap adil (Al

¹⁶ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, di terjemahkan oleh Zainal Arifin, Lc. Cet. II (Jakarta: Gema Insani Press) 1997, 167

Adl). Keadilan adalah pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Keadilan juga dapat berarti suatu tindakan yang tidak berat sebelah atau tidak memihak ke salah satu pihak, memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya. Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban, mengerti mana yang benar dan yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan dan hukum yang telah ditetapkan serta tidak bertindak sewenang-wenang.

Islam menganggap umat manusia sebagai suatu umat yang mempunyai derajat yang sama dihadapan Allah, hukum Allah tidak membedakan yang kaya dan yang miskin, demikian juga tidak membedakan yang hitam dan yang putih, secara sosial, nilai yang membedakan antara yang satu dengan yang lain adalah ketakwaan, ketulusan hati, kemampuan dan pelayanannya pada kemanusiaan.¹⁷

3) Bertanggung jawab

Untuk memenuhi tuntutan keadilan dan kesatuan, manusia perlu mempertanggungjawabkan tindakannya. Menurut Islam, segala aktifitas bisnis hendaklah dilakukan dengan penuh tanggung jawab. Tanggung jawab muncul karena manusia adalah makhluk mukallaf, yaitu makhluk yang diberi beban hukum berbeda dengan makhluk

¹⁷ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah Dari Teori Ke Praktik*, h. 358

lain seperti binatang dan tumbuh-tumbuhan, karena itulah manusia harus mempertanggungjawabkan segala aktifitasnya.

4) Kejujuran

Konsep kejujuran secara moral adalah dasar setiap usaha untuk menjadi orang kuat, kejujuran merupakan kualitas dasar kepribadian moral. Tanpa kejujuran, seorang tidak dapat maju selangkahpun karena ia belum berani menjadi diri sendiri. Orang yang tidak lurus tidak mengambil dirinya sendiri sebagai titik tolak, melainkan apa yang diperkirakan diharapkan oleh orang lain, tanpa kejujuran keutamaan moral lainnya kehilangan nilainya.

Selanjutnya seorang pebisnis harus berlaku jujur yang dilandasi keinginan agar orang lain mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan sebagaimana yang ia inginkan dengan cara menjelaskan kelemahan, kekurangan serta kelebihan barang yang ia ketahui kepada orang atau mitranya, baik yang terlihat maupun yang tidak terlihat oleh orang lain, pada zaman sekarang masyarakat umum sering tertipu oleh perlakuan para pebisnis yang tidak jujur atau suka menipu yaitu dengan menonjolkan keunggulan barang tetapi menyembunyikan cacatnya, Mereka mengira suatu barang itu baik kualitasnya, namun ternyata sebaliknya, sikap menipu sangat dikecam oleh Nabi. Bahkan Nabi Muhammad mengancam seseorang jika menipu dianggap bukan dari golongan nabi sebagaimana sabdanya:

مَنْ غَشَى فَلَيْسَ مِنِّي (رواه مُسْلِم)

Artinya:

“Barang siapa yang menipu, maka tidak termasuk dalam golonganku“

Menurut Yusuf al-Qardhawi, perkataan “tidak termasuk golonganku” menunjukkan bahwa menipu (curang) adalah dosa besar sehingga Nabi tidak mengakui orang yang melakukan penipuan sebagai bagian dari ummatnya. Jika hanya termasuk dalam dosa kecil bisa dihapuskan dengan sholat lima waktu. Hadits ini mencakup seluruh sifat curang, seperti curang dalam sewa menyewa, *syirkah* dan dalam berbisnis.¹⁸

5) Amanah (Terpercaya)

Sikap amanah ialah nilai dasarnya terpercaya, dan nilai-nilai dalam berbisnisnya ialah adanya kepercayaan, bertanggung jawab, transparan dan tepat waktu sikap ini juga sangat dianjurkan dalam aktifitas bisnis, kejujuran dan amanah mempunyai hubungan yang sangat erat, karena jika seseorang telah dapat berlaku jujur pastilah orang tersebut amanah (terpercaya). Maksud amanah adalah mengembalikan hak apa saja kepada pemiliknya, tidak mengambil sesuatu melebihi haknya dan tidak melebihi hak orang lain.¹⁹

¹⁸ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*, 178

¹⁹ Ibid., 177

Para pelaku kerjasama harus menerapkan prinsip amanah memiliki komitmen untuk menepati apa saja yang tertera dalam perjanjian bisnis. Mereka juga siap dengan konsekuensi jika melanggar isi perjanjian tersebut.

b. Hukum Ekonomi Islam mengenai *Franchise*

Dilihat dari sudut perjanjian yang diadakan, *franchise* dapat dikemukakan bahwa perjanjian tersebut sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerja sama (*syarikat*).²⁰

1) Al-Qur'an

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ

مِنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu. (QS. An-Nisaa: 29)

²⁰Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 42

2) Hadits

Hadis Nabi riwayat Ibnu Majah dari ‘Ubadah bin Shamit, riwayat Ahmad dari Ibnu ‘Abbas, dan Malik dari Yahya :

وَعَنْ ابْنِ عَبَّاسٍ - رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ - قَالَ، قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَ

سَلَّمَ (لَا ضَرَرَ رَوْ لَا ضِرَارَ) رَوَاهُ أَحْمَدُ ، وَبْنُ مَاجَهَ

Dari Ibn Abbas Radliyallahu ‘anhu bahwa Rasulullah SAW bersabda: “*Tidak boleh membahayakan (merugikan) diri sendiri dan tidak boleh pula membahayakan (merugikan) orang lain.*”. (HR. Ahmad dan Ibnu Majah).

3) Qowa’id Fiqh

- a) “Bahaya (kerugian) harus dihilangkan”
- b) ”Menghindarkan *mafsadat* didahulukan atas mendatangkan *maslahat*”
- c) “Tidak boleh melakukan hukum atas (menggunakan) hak milik orang lain tanpa seizinnya.”

- 4) Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas/VII/MUI/15/2005 tentang Perlindungan Hak kekayaan Intelektual (HKI).²¹

²¹Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, 45