

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### 1. *Franchise* / Waralaba

##### a. Pengertian *Franchise*/Waralaba

Waralaba atau *franchise* yaitu perusahaan atau seseorang (*franchisee*) yang diberikan hak untuk menggunakan merek, cipta, paten untuk menyalurkan produk/jasa pihak (*franchisor*) dengan memberikan imbalan (*fee*). Dengan kata lain, franchise adalah perikatan/perjanjian dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual (HKI) penemuan ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa.<sup>9</sup>

IFA (*International Franchise Association*) mendefinisikan franchise merupakan suatu metode bisnis yang dilakukan terwaralaba yang menjamin hak dalam menawar, menjual, atau mendistribusikan barang dan jasa dibawah format pemasaran yang didesain oleh pewaralaba. Pewaralaba mengizinkan terwaralaba untuk menggunakan merek dagang, nama dan iklannya.<sup>10</sup>

Menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia, yang dimaksud dengan *franchise* adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan

---

<sup>9</sup> Peraturan Pemerintah No 16 tahun 1997 tentang Waralaba Pasal 1 ayat (1)

<sup>10</sup> Eti Rochaety dan Ratih Tresnati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), 108.

merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.<sup>11</sup>

Berdasarkan versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan *franchise* (waralaba) adalah perikatan dengan salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual (HAKI), atau pertemuan ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.<sup>12</sup>

Sedangkan menurut pengertian yang diberikan oleh Martin Mandelson dalam bukunya yang berjudul "*Franchising*" mengatakan franchise format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*), dan lisensi tersebut memberi hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar ditentukan sebelumnya.<sup>13</sup> Format bisnis ini terdiri atas:

- 1) Konsep bisnis yang menyeluruh.

Konsep ini berhubungan dengan pengembangan cara untuk menjalankan bisnis secara sukses yang seluruh aspeknya berasal dari pemberi waralaba.

- 2) Proses awal dan pelatihan.

---

<sup>11</sup> Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), 1.

<sup>12</sup> Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, *Kaya Raya dengan Waralaba* (Yogyakarta: Katahati, 2011), 17.

<sup>13</sup> Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, (PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1993), 4.

Penerima waralaba akan diberikan pelatihan mengenai metode bisnis yang diperlukan untuk mengelola bisnis oleh franchisor.

### 3) Proses bantuan dan bimbingan terus-menerus.

Pemberi waralaba akan secara terus-menerus memberikan berbagai jenis pelayanan yang berbeda-beda menurut tipe format bisnis yang diwaralabakan. Proses bantuan dan bimbingan yang diberikan meliputi:

- a) Kunjungan berkala dari pihak *franchisor*.
- b) Menghubungkan antara *franchisor* dan seluruh *franchisee* secara bersama-sama untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman.
- c) Inovasi produk atau konsep, termasuk penelitian mengenai kemungkinan-kemungkinan pasar serta kesesuaiannya dengan bisnis yang ada.
- d) Pelatihan dan fasilitas-fasilitas pelatihan kembali untuk *franchisee* dan mereka yang menjadi stafnya.
- e) Riset pasar.
- f) Iklan dan promosi.

### b. Jenis-Jenis Waralana/*Franchise*

*Franchise* merupakan salah satu format bisnis digemari karena risiko kegagalan yang lebih kecil ketimbang mendirikan sebuah bisnis baru. Terutama bagi pebisnis pemula. Ada dua jenis franchise yang sudah biasa dijalankan oleh pebisnis Tanah Air. Berdasarkan kriteria yang digunakan yakni:<sup>14</sup>

#### a. *Franchise* Industrial

*Franchise* industrial adalah suatu bentuk kerja sama wirausaha antar pengusaha (manufaktur). *Franchisor* adalah pemilik sistem

---

<sup>14</sup> Novairi Dari, *Kaya Raya dengan Waralaba* (Yogyakarta: Kata Hati, 2017),23-24.

manufactur. *Franchisor* memberikan hak kepada pengusaha (*manufactur*) lainnya untuk mengeksploitasi sistem manufactur, untuk dioperasikan di wilayah yang terbatas. Semua sarana yang diberikan *franchisor* akan memungkinkan *franchisee* melakukan bisnis usaha yang sama dengan *franchisor*, yaitu dengan mengopi formula dan metodologi yang tentunya sudah teruji.

b. *Franchise* Komersial

*Franchise* komersial dibagi ke dalam tiga jenis, yaitu *franchise* distribusi produk, distribusi jasa, dan *franchise mix*. *Franchise* distribusi produk bertujuan untuk mengomersialisasikan satu atau beberapa produk, yang biasanya diproduksi oleh *franchisor* secara eksklusif. *Franchise* distribusi jasa memiliki objek perusahaan yang terdiri dari satu atau kesatuan jasa, yang dikomersialisasikan oleh *franchisee*, berdasarkan metodologi yang dia terima dari *franchisor*. *Franchise mix* merupakan *franchise* yang memiliki objek komersialisai berupa gabungan antara produk dan jasa.

Berdasarkan formatnya, *franchise* terbagi menjadi dua macam berikut ini:<sup>15</sup>

a. *Franchise* produk dan merek dagang

*Franchise* jenis ini adalah pemberian hak izin dan pengelolaan dari *franchisor* kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjual produk dengan menggunakan merek dagang dalam bentuk keagenan, distributor, atau lisensi penjualan. *Franchisor* membantu *franchisee* dalam memilih lokasi yang baik dan aman, serta menyediakan jasa untuk membantu mengambil keputusan antara “jadi atau tidak jadi”.

---

<sup>15</sup> Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor: Ghalia Indonesia) 17-18.

b. *Franchise* format bisnis

*Franchise* jenis ini adalah sistem franchise yang tidak hanya menawarkan merek dagang dan logo, tetapi juga sistem yang lengkap dan komprehensif tentang tata cara menjalankan bisnis. Termasuk di dalamnya pelatihan dan konsultasi usaha dalam hal pemasaran, penjualan, pengelolaan stok, akunting, personalia, pemeliharaan dan pengembangan bisnis.

Jenis waralaba yang banyak berkembang di Indonesia saat ini adalah jenis *franchise* format bisnis. Dalam transaksi semacam ini, pemberi lisensi *franchise* telah mengembangkan produk atau jasa dan keseluruhan sistem distribusi atau pengantaran serta pemasaran produk atau jasa tersebut. Terkadang, jasa pelayanan komponen barang atau jasa juga ditambahkan dalam sistem tersebut.

Selanjutnya, Martin Mandelsohn menyatakan bahwa *franchise* format bisnis ini terdiri atas:<sup>16</sup>

- a) Konsep bisnis yang menyeluruh dari Pemberi Waralaba.
- b) Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep Pemberi Waralaba.
- c) Proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus dari pihak Pemberi Waralaba.

c. Aspek Hukum Waralaba

Format usaha waralaba diminati oleh masyarakat karena mengusung nama produk atau merek dagang yang sudah terkenal, sehingga dianggap dapat memberikan keuntungan finansial yang

---

<sup>16</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba* (Depok: Rajagrafindo 2004), 44.

cukup menjanjikan bagi pelaku usaha yang berani menjalankan bisnis *franchise*. Sebagai suatu bentuk perjanjian, maka *franchise* (waralaba) tunduk pada ketentuan yang diatur secara umum dalam Kitab Undang-Undang Perdata, yakni:

- a) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- b) Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- c) Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- d) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- e) Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.
- f) Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri.
- g) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- h) Peraturan Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan Pajak Penghasilan UU No. 8 Tahun 1983 dan UU No. 7 Tahun 1983.
- i) UU No. 7 Tahun 1981 tentang Wajib Laport Ketenagakerjaan. UU No. 13 Tahun 2003 tentang Ketenagakerjaan.

#### d. Mekanisme Kerja dan Bisnis Waralaba

Mekanisme kerja sama dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan dan saling menguntungkan. Dalam sistem ini terdapat pelaku bisnis yang sukses dan kemudian menyebarkan kesuksesannya kepada pihak lain.<sup>17</sup> Hubungan kemitraan pemberi waralaba dengan penerima waralaba dapat digambarkan sebagai berikut:

---

<sup>17</sup> Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah* (Yogyakarta: Cakrawala Publishing, 2008), h. 49.



Gambar 2.1  
Hubungan Kemitraan Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba

Model kemitraan dalam bisnis waralaba mempunyai pola yang telah disediakan oleh pemberi waralaba selaku pemilik merek. Pemberi waralaba sudah menyediakan segala sesuatunya untuk mendukung investor (penerima waralaba), termasuk bantuan manajemen, teknis dan pemasaran kepada penerima waralaba selama keduanya terikat kerja sama. Selanjutnya, penerima waralaba membeli waralaba dari perusahaan tersebut dengan membayar sejumlah biaya yang dikenal sebagai *initial fee* atau *franchise fee*.

Kemitraan menurut undang – undang republik Indonesia no. 9 tahun 1995 adalah kerja sama antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar disertai pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan. Kemitraan bisa juga berarti dua belah pihak yang sedang menjalin mitra baik dalam bidang ekonomi maupun lainnya. Kemitraan bisa dalam bidang apapun, namun kebanyakan pada bidang bisnis.

Bisnis yang berbasis kemitraan banyak digunakan pada zaman sebelum Islam, Nabi Muhammad Saw sendiri melakukan bisnis yang berbasiskan kemitraan baik sebelum maupun setelah kenabiannya dengan sahabat – sahabatnya. Dalam kitab fiqh klasik maupun kontemporer kemitraan atau kerjasama dimasukkan kedalam bagian syirkah, yang merupakan serangkaian dari bentuk kerjasama bisnis. Syirkah dalam istilah para fuqaha bisa diartikan

secara sempit maupun luas. Dalam konotasi sempit syirkah berarti kemitraan dua orang maupun lebih di mana semua mitra menyediakan dana, meskipun dengan jumlah yang berbeda dan memiliki hak untuk sama – sama bekerja dalam mengelola usaha tersebut. Demikian dalam konotasi luas berarti syirkah merupakan percampuran dari musyarakah dan mudharabah di mana dalam mudarib, disamping modal yang disediakan oleh shahibul maal, menggunakan modal sendiri.<sup>18</sup>

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN), syirkah adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha (ra's al-mal) dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional, sedangkan kerugian ditanggung oleh para pihak secara proporsional.<sup>19</sup>

Majelis Ulama Indonesia mengeluarkan Fatwa khusus berkaitan dengan perlindungan HKI (Hak Kekayaan Intelektual), yaitu fatwa MUI No. 1 Tahun 2003 tentang Hak Cipta. Pendapat MUI menggolongkan Hak Cipta sebagai barang berharga yang boleh dimanfaatkan secara syara' (Hukum Islam). Dengan landasan: “Mayoritas ulama dari kalangan mazhab Maliki, Syafi’I, dan Hambali berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinil dan manfaat tergolong harta berharga, sebagaimana benda jika boleh dimanfaatkan secara syara' (Hukum Islam)”.

Berdasarkan fatwa tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa Hak Cipta dapat dimanfaatkan dan termasuk dalam golongan sebagai benda berharga, karena itu diperbolehkan bagi pihak yang mempunyai hak cipta tersebut mengambil imbalan atas hak ciptanya yang dimanfaatkan oleh pihak lain dengan persetujuannya.

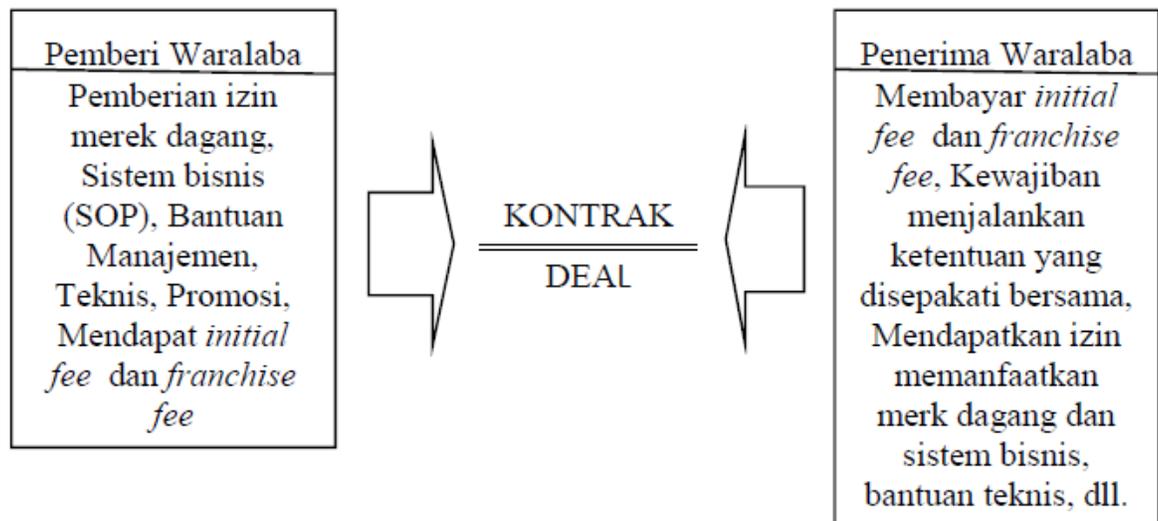
---

<sup>18</sup> Muhammad Ayub, *Understanding Islamic Finance*, (Jakarta :Gramedia, 2007), 470.

<sup>19</sup> Fatwa DSN-MUI nomor: 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad syirkah

Konsep bermitra ini sesuai dengan apa yang diajarkan dalam Islam yaitu adanya ikatan untuk saling memperkuat, saling menolong dan saling membutuhkan. Akad percampuran atau kemitraan merupakan transaksi mencampurkan asset menjadi satu kesatuan kemudian kedua belah pihak menanggung resiko atas kegiatan usaha tersebut dan mendapatkan bagi hasil atasnya pula.<sup>20</sup>

Sebagai imbalannya penerima waralaba berhak untuk berdagang di bawah nama dan sistem yang sama, pelatihan, serta berbagai keuntungan lainnya. Sama halnya dengan memulai bisnis secara mandiri, penerima waralaba bertanggungjawab untuk semua biaya yang muncul guna memulai usahanya ini. Perbedaannya adalah adanya kemungkinan untuk mengeluarkan uang lebih rendah karena kekuatan jaringan yang dimiliki oleh pemberi waralaba. Berikut digambarkan beberapa hak dan kewajiban yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba atau sebaliknya:



<sup>20</sup> Andri Soemitra, Hukum Ekonomi Syariah dan Fiqh uamalah, (Jakarta: Prenadamedia Grup, 2019),95.

## Gambar 2.2

### Hak dan Kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Pemberi Waralaba

Format yang dibangun dalam kemitraan bisnis waralaba menuntut adanya kerjasama yang jelas, transparan untuk tujuan keadilan sesuai dengan prinsip dasar dari sistem ekonomi Islam.

#### e. Manfaat Waralaba

Munculnya metode usaha waralaba seakan menjadi angin segar bagi para pengusaha dan calon-calon pengusaha diseluruh dunia. Tidak dapat dipungkiri, melalui waralaba, upaya untuk menjadi pengusaha dapat mudah ditempuh dan minim resiko. Cukup memilih jenis waralaba yang sudah teruji, seorang franchisee dapat langsung menjalankan bisnisnya tanpa harus berangkat dari titik nol.<sup>21</sup>

Berbisnis secara franchise sebenarnya adalah cara belajar bisnis secara *learning by doing*. Sikap selalu belajar inilah yang harus ditekankan karena kebanyakan orang memahami dan mengira kalau berbisnis *franchise* pasti menguntungkan karena tinggal setiap periodenya menerima dan menunggu datangnya laba. Bisnis *franchise* memiliki beberapa manfaat, yaitu:

- 1) Dapat memperluas jaringan usaha dengan cepat.
- 2) Menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan.
- 3) Meningkatkan lapangan kerja baru.
- 4) Meningkatkan peluang berusaha bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM).

---

<sup>21</sup> Novairi Dari, *Kaya Raya dengan Waralaba*, 25

## 2. Bisnis Syariah

### a. Berbisnis dengan model syariah

Dalam konsep Islam bahwa bisnis termasuk kegiatan mua'malah, kegiatan yang berhubungan sesama manusia dan itu memerlukan waktu yang banyak. Aktivitas hamba Allah dalam bermuamalah sangat penting untuk menghidupkan semangat Islam dalam amal dan ibadah sosial. Dalam menjalankan bisnis yang dibimbing oleh kebenaran wahyu Allah (Syari'ah Islam) maka aktivitas bisnis seperti:

- a) Membuat dan mendistribusikan produk (barang atau jasa)
- b) Memasarkan produk
- c) Perencanaan (recruit, pelatihan, penempatan, pembinaan), pengendalian dan evaluasi SDM
- d) Manajemen (Mengelola), keuangan (Mencari, penggunaan, transaksi, dan pertanggung jawabannya)

Beberapa poin diatas sudah diatur dalam Islam, dikenal dengan kata Syari'ah. Syari'ah adalah seperangkat *do's* and *don'ts*, mengatur yang diperbolehkan dan yang dilarang. Landasan Syari'ah adalah kebijaksanaan dan kebahagiaan manusia di dunia dan di akhirat. Kesejahteraan ini terletak pada keadilan, kasih sayang dan kebijaksanaan. Tujuan Syariah yang paling benar adalah memajukan kesejahteraan manusia yang terletak pada jaminan atas keyakinan, intelektual, harta dan masa depannya.<sup>22</sup>

Definisi dari bisnis sendiri adalah kegiatan yang terorganisir dimulai dengan input berupa mengelola barang lalu diproses setelah itu menghasilkan output berupa barang setengah jadi atau barang jadi, distribusikan kepada masyarakat dan dari distritribusi ini akan diperoleh profit atau keuntungan. Al-Qur'an menjelaskan tentang konsep bisnis dengan beberapa kata yang

---

<sup>22</sup> Ali Hasan, Manajemen Bisnis Syariah, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar 2015), 5

diantaranya adalah kata : al *Tijarah* (berdagang, berniaga), *al-bai'u* (menjual), dan *tadayantum* (muamalah).<sup>23</sup>

Al-Tijarah dari kata dasar *t-j-r*, *tajara*, *tajaratan wal tajiratan* yang memiliki makna dagang, berniaga. Kata *tijarah* dalam Al-Qur'an dapat ditemui di surat al-Baqarah ayat 282, an-Nisa ayat 29, at-Taubah ayat 24, an-Nur ayat 37, Fatir ayat 29, as-Shaff ayat 10, dan al-Jumu'ah ayat 11. Beberapa ayat tersebut menjelaskan tentang perniagaan dalam konteks material dan non material. Surat at-Taubah ayat 24, an-Nur ayat 37, dan al-Jumu'ah ayat 11 menjelaskan tentang jual-beli dalam konteks material. Sedangkan ayat yang menjelaskan tentang konteks material dan nonmaterial ada di al-Baqarah ayat 282, an-Nisa ayat 29, Fatir ayat 29, dan as-Shaff ayat 10. Perdagangan yang dimaksud adalah perdagangan yang baik sesuai yang diatur dalam Al-Qur'an dan hadist. Sedangkan Jual-beli yang dilakukan harus menguntungkan dan bermanfaat bagi banyak orang sekitar. Jual beli yang dilakukan didasari dengan kerelaan diantara kedua belah pihak dan dilakukan dengan keterbukaan atau jujur pada kondisi barang dan jasa agar orang lain tidak merasa kecewa. Menggunakan harta yang diperoleh dari usahanya dengan baik dan tidak berfoya-foya, membantu orang lain dengan harta yang dia miliki.

Sejalan dengan kaidah ushul "*al-aslufi al-afal at-taqayyud bi huhmi asy—asyari*", yang berarti bahwa hukum asal suatu perbuatan adalah terikat dengan hukum syara': wajib, Sunnah, mubah, makruh, atau haram, pelaksanaan bisnis harus tetap berpegang pada ketentuan syariat. Dengan kata lain, syariat merupakan nilai yang menjadi payung strategis ataupun taktis organisasi bisnis.<sup>24</sup>

Dengan kendali syariat, bisnis bertujuan mencapai empat hal utama, yaitu:

---

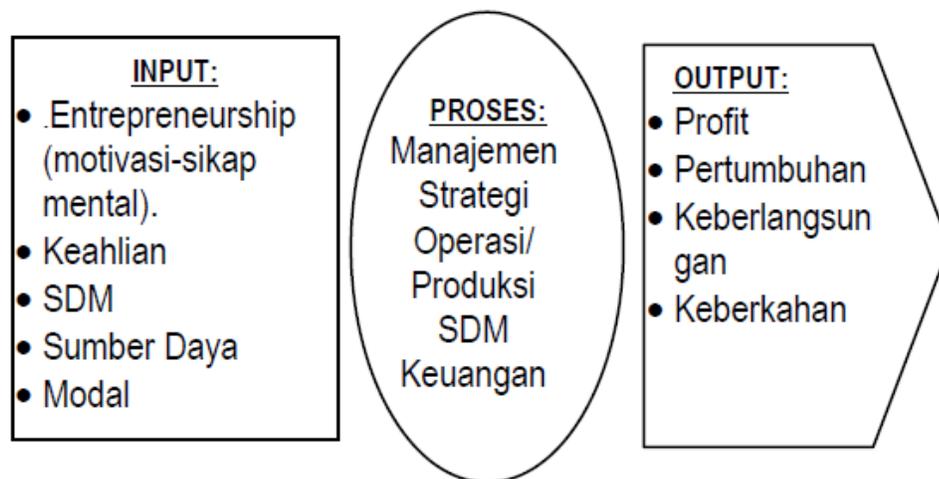
<sup>23</sup> Akhmad Nur Zaroni, *BISNIS DALAM PERSPEKTIF ISLAM (Telaah Aspek Keagamaan dalam Kehidupan Ekonomi)*, Mazahib Vol. IV, No. 2, Desember 2007, 177-179.

<sup>24</sup> Nana Herdiana, *Manajemen Bisnis Syariah & Kewirausahaan* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 267

1. Target hasil: profit materi dan benefit-non materi
2. Pertumbuhan, artinya terus meningkat
3. Keberlangsungan
4. Keberkahan atau keridaan Allah

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmater. Tujuan perusahaan tidak hanya untuk mencari profit (qimah madiyah atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, dan sebagainya.

Bisnis dalam Islam bertujuan untuk mencapai empat hal utama: (1) target hasil: profit-materi dan benefitnonmateri, (2) pertumbuhan, (3) keberlangsungan, (4) keberkahan.<sup>25</sup>



Gambar 2.3

### Anatomi Sistematisa Bisnis dalam Islam

<sup>25</sup> Yusanto, Ismail dan Karebet Widjajakusum. *Menggagas Bisnis Islami*, Jakarta: Gema Insani Press 2002), 18.

Target hasil: profit-materi dan benefit-nonmateri. Tujuan bisnis harus tidak hanya untuk mencari profit (*qimah madiyah* atau nilai materi) setinggi-tingginya, tetapi juga harus dapat memperoleh dan memberikan benefit (keuntungan atau manfaat) nonmateri kepada internal organisasi perusahaan dan eksternal (lingkungan), seperti terciptanya suasana persaudaraan, kepedulian sosial dan sebagainya.

*Benefit*, yang dimaksudkan tidaklah semata memberikan manfaat kebendaan, tetapi juga dapat bersifat nonmateri. Islam memandang bahwa tujuan suatu amal perbuatan tidak hanya berorientasi pada *qimah madiyah*. Masih ada tiga orientasi lainnya, yakni *qimah insaniyah*, *qimah khuluqiyah*, dan *qimah ruhiyah*. Dengan *qimah insaniyah*, berarti pengelola berusaha memberikan manfaat yang bersifat kemanusiaan melalui kesempatan kerja, bantuan sosial (sedekah), dan bantuan lainnya. *Qimah khuluqiyah*, mengandung pengertian bahwa nilai-nilai akhlak mulia menjadi suatu kemestian yang harus muncul dalam setiap aktivitas bisnis sehingga tercipta hubungan persaudaraan yang Islami, bukan sekedar hubungan fungsional atau profesional. Sementara itu *qimah ruhiyah* berarti aktivitas dijadikan sebagai media untuk mendekatkan diri kepada Allah Swt.

*Pertumbuhan*, jika profit materi dan profit non materi telah diraih, perusahaan harus berupaya menjaga pertumbuhan agar selalu meningkat. Upaya peningkatan ini juga harus selalu dalam koridor syariah, bukan menghalalkan segala cara.

*Keberlangsungan*, target yang telah dicapai dengan pertumbuhan setiap tahunnya harus dijaga keberlangsungannya agar perusahaan dapat exis dalam kurun waktu yang lama.

*Keberkahan*, semua tujuan yang telah tercapai tidak akan berarti apaapa jika tidak ada keberkahan di dalamnya. Maka bisnis Islam menempatkan berkah sebagai tujuan inti, karena ia merupakan bentuk dari diterimanya segala aktivitas manusia. Keberkahan ini menjadi bukti bahwa bisnis yang dilakukan oleh pengusaha muslim telah mendapat ridla dari Allah Swt, dan bernilai ibadah. Hal ini sesuai dengan misi diciptakannya manusia adalah untuk beribadah kepada Allah baik dengan ibadah mahdah maupun *ghairu mahdah*.

**b. Manajemen bisnis syariah**

a) Pengertian Manajemen syariah

Manajemen sangat penting untuk diimplementasikan dalam kegiatan bisnis. Kebutuhan terhadap manajemen, bukan hanya karena kebutuhan akan pengembangan bisnis dan respon terhadap lingkungan organisasi, namun lebih jauh dari itu, kebutuhan terhadap manajemen ialah kebutuhan untuk mensukseskan tercapainya tujuan bisnis, secara terlaksananya seluruh kegiatan operasional bisnis dengan optimal.

Beberapa alasan pentingnya mengapa manajemen mesti diimplementasikan dalam kegiatan bisnis adalah:

- a. Manajemen merupakan suatu kekuatan yang mempunyai fungsi sebagai alat pemersatu, penggerak, dan pengkoordinir berbagai kegiatan bisnis.
- b. Manajemen merupakan sistem kerja yang rasional dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Sistem tersebut akan menghasilkan kinerja operasional bisnis yang efektif dan efisien.
- c. Manajemen mempunyai prinsip-prinsip yang universal sehingga dapat dipergunakan dalam setiap kegiatan operasional bisnis tanpa mengubah budaya organisasi yang ada.

- d. Manajemen merupakan kemampuan atau keahlian pegawai untuk mengelola segala aktivitas yang terjadi di lingkungan bisnis, sehingga dapat mendeteksi, menyesuaikan, serta menghadapi berbagai perubahan yang terjadi, baik perubahan teknologi, lingkungan persaingan maupun tuntutan perkembangan yang lebih luas.
- e. Manajemen akan menciptakan kegiatan operasional bisnis yang akan membawa organisasi kepada kedudukan yang lebih tinggi dan dihargai, karena merupakan salah satu faktor produksi yang sangat diperlukan organisasi.
- f. Manajemen merupakan suatu profesi untuk dapat menangani dengan tepat kegiatan operasional bisnis. Dengan manajemen, akan terdapat pengaturan yang tepat bagi bisnis.

Manajemen syariah adalah manajemen yang tidak bebas nilai, karena manajemen syariah tidak hanya berorientasi pada kehidupan dunia, tetapi juga berorientasi kepada kehidupan diakhirat yang hanya bisa dipahami dalam sistem kepercayaan agama Islam.<sup>26</sup>

Dalam ajaran Islam, segala sesuatu harus dilakukan secara rapi, benar, tertib, dan teratur. Proses-prosesnya harus dilakukan dengan baik. Sesuatu tidak boleh dilakukan secara asal-asalan. Hal ini merupakan prinsip utama dalam ajaran Islam.

Dan Allah sangat mencintai perbuatan-perbuatan yang termanaj dengan baik, sebagaimana dijelaskan dalam Al Quran surah Ash-Shaff:4

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الَّذِينَ يُقَاتِلُونَ فِي سَبِيلِهِ صَفَّ كَأَنَّهُمْ بُنِينَ مَرَّصُونَ

---

<sup>26</sup>. Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, ( Jakarta : GEMA INSANI, 2003), 5.

“Sesungguhnya Allah SWT sangat mencintai orang-orang yang berjuang di jalan-Nya dalam barisan yang teratur yang seakan-akan mereka seperti suatu bangunan yang tersusun kukuh” (Q.S. Ash-Shaff: 4)<sup>27</sup>

Arah pekerjaan yang jelas, landasan yang mantap, dan cara-cara mendapatkan transparan merupakan amal perbuatan yang dicintai Allah SWT. Sebenarnya, manajemen dalam arti mengatur segala sesuatu agar dilakukan dengan baik, tepat, dan tuntas merupakan hal yang disyariatkan dalam ajaran Islam.

b) Adapun Prinsip pada Manajemen Syariah:

1) Niat yang ikhlas karena Allah SWT

Suatu perbuatan walaupun terkesan baik, tetapi jika tidak dilandasi keikhlasan karena Allah SWT, maka perbuatan itu tidak dapat dikatakan sebagai amal saleh. Niat yang ikhlas hanya dimiliki oleh orang-orang yang beriman.

2) Tata cara pelaksanaan sesuai syariah

Suatu perbuatan yang baik tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syariat, maka tidak dapat dikatan sebagai amal saleh. Contoh misalnya, seorang yang melakukan sholat *ba'diah* ashur kelihatanya perbuatan itu baik, tetapi tidak sesuai dengan ketentuan syariat, maka ibadahnya itu bukan amal saleh, bahkan bisa dikatakan *bid'ah*.

3) Dilakukan dengan penuh kesungguhan

Perbuatan yang dilakukan dengan asal-asalan tidak termasuk amal saleh. Sudah menjadi anggapan umum bila suatu pekerjaan dilakukan dengan ikhlas maka itu berarti *lillahi ta'ala*. Bukti kesungguhan itu adalah bila seseorang melakukannya dengan ikhlas.<sup>28</sup>

<sup>27</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya Al-'Aliyy* (Bandung: CV. Diponegoro, 2005).

<sup>28</sup> Ma'ruf Abdullah, *Manajemen Berbasis Syariah* (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2012) 18.

c) Sistem yang dijalankan pada manajemen syariah:

Sistem yang dijalankan dalam manajemen syariah adalah sistem yang menjadikan perilaku pelaku-pelakunya berjalan baik, tidak mudah tergoda untuk melakukan penyimpangan. Sistem yang dilengkapi dengan koridor dan rambu-rambu pengawasan, serta ada jaminan untuk dapat hidup (gaji) yang memadai bagi pelakunya.

Sistem manajemen yang baik itu antara lain dapat dilihat dari bagaimana mengatur mekanisme dan hubungan kerja antara unit-unit yang ada dalam organisasi itu berjalan secara teratur, dan terkordinir, ada dalam kontrol (pengawasan) pimpinan, saling bersinergi membentuk kekuatan bersama untuk mencapai tujuan bersama.<sup>29</sup>

Menurut Didin dan Hendri, manajemen bisa dikatakan telah memenuhi syariah bila:<sup>30</sup>

- a. Manajemen ini mementingkan perilaku yang terkait dengan nilai-nilai keimanan dan ketauhidan.
- b. Manajemen Syariah pun mementingkan adanya struktur organisasi. Karena peranan manusia tidak akan sama.
- c. Manajemen Syariah membahas soal sistem, sistem ini disusun agar perilaku-perilaku di dalamnya berjalan dengan baik.

d) Pandangan Manajemen dalam Islam

Dalam pandangan Islam, manajemen merupakan tindakan yang mengutamakan keadilan. Islam juga menekankan pentingnya unsur kejujuran dan kepercayaan dalam manajemen. Nabi Muhammad SAW adalah seorang yang sangat terpercaya dalam menjalankan manajemen bisnisnya. Manajemen yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW menempatkan manusia sebagai postulatnya atau sebagai fokusnya, bukan

---

<sup>29</sup> Ali Hasan, *Manajemen Berbasis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), 45.

<sup>30</sup> Didin Hafidhuddin & Hendri Tanjung, *Manajemen Syariah Dalam Praktek*, (Jakarta: GEMA INSANI, 2003), 8.

hanya sebagai faktor produksi yang hanya diperas tenaganya untuk mengejar target produksi.

Ada empat pilar etika manajemen yang ada dalam Islam, seperti yang dicontohkan Nabi Muhammad SAW:

- 1) Tauhid yang berarti memandang bahwa segala aset dari transaksi bisnis terjadi di dunia adalah milik Allah SWT, manusia hanya mendapat amanah untuk mengelolanya.
- 2) Adil artinya segala keputusan menyangkut transaksi dan interaksi dengan orang lain didasarkan pada kesepakatan kerja yang dilandasi akad saling setuju dengan sistem *profit and lost sharing*.
- 3) Kehendak bebas artinya manajemen Islam mempersilakan manusia untuk menumpahkan kreativitas dalam melakukan transaksi dan interaksi kemanusiaanya sepanjang memenuhi asas hukum yang baik dan benar.
- 4) Pertanggung jawaban yaitu semua keputusan seorang pimpinan harus dipertanggung jawabkan oleh yang bersangkutan.<sup>31</sup>

#### **c. Kerja sama dalam bisnis syariah**

Penggabungan dua atau lebih kekuatan pemilik asset bisnis baik dalam bentuk teknologi, produk, pengetahuan, peluang maupun stakeholder secara inten muncul dalam konsep manajemen. Dalam bisnis syariah penggabungan disebut syirkah yaitu kerja sama dua orang atau lebih, sepakat menggabungkan dua atau lebih kekuatan (Aset modal, keahlian dan tenaga) untuk digunakan sebagai modal usaha, misalnya perdagangan, agroindustri, atau lainnya dengan tujuan mencari keuntungan.

Syari'at Islam memperbolehkan bersekutu-bekerja sama bisnis (yang bersih dari interaksi riba atau harta haram) dalam keuntungan dan kerugian.

Presentase keuntungan dan kerugian ini sesuai perjanjian yang disepakati

---

<sup>31</sup> Undang Ahmad Kamaludin & Muhammad Alfian, *Etika Manajemen Islam*, (Bandung: CV. Pustaka Setia, 2010), 40-41.

bersama. Salah satu pihak bisa mendapatkan setengah, sepertiga, seperempat atau kurang dari itu. Sedangkan sisanya untuk yang lain. Jadi masing-masing pihak akan mendapatkan bagian apabila usahanya tidak berhasil. Oleh karena itu, kejujuran dalam mengelola dan keadilan berbagi hasil atau upah menjadi syarat mutlak dalam syirkah.

Secara umum, pembagian syirkah terbagi menjadi dua, yaitu syirkah Amlak dan syirkah Uqud. syirkah Amlak mengandung pengertian kepemilikan bersama dan keberadaannya muncul apabila dua atau lebih orang secara kebetulan memperoleh kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tanpa membuat perjanjian kemitraan yang resmi. Misalnya dua orang yang memperoleh warisan atau menerima pemberian sebidang tanah atau harta kekayaan, baik yang dapat atau yang tidak dapat dibagi. Syirkah amlak sendiri terbagi menjadi dua bentuk, yaitu syirkah *ijbariyyah* dan syirkah *ikhtiyariyyah*. Syirkah *ijbariyyah* adalah syirkah terjadi tanpa kehendak masing-masing pihak. Sedangkan syirkah *ikhtiyariyyah* adalah syirkah yang terjadi karena adanya perbuatan dan kehendak pihak-pihak yang bersyariat.<sup>32</sup>

Akibat globalisasi ekonomi dunia dan berkembangnya kerja sama dibidang ekonomi dan perdagangan dewasa ini, terutama dengan berkembangnya era perdagangan bebas, otomatis hal tersebut juga menembus ke wilayah Republik Indonesia. Salah satu bentuk kerja sama di bidang perdagangan dan jasa tersebut adalah perjanjian *franchise*. Perjanjian *franchise* merupakan bentuk pengembangan dari bentuk kerja sama (*syirkah*). *Syirkah* merupakan kerja sama antara dua orang atau lebih dalam sebuah usaha dan konsekuensi keuntungan dan kerugiannya ditanggung secara bersama.<sup>33</sup>

Rukun syarikah ada tiga, yaitu: *sighat* atau *aqad* (ijab dan qabul), pihak yang berakad (pihak yang membawa modal dan pihak yang membawa

---

<sup>32</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah* (Alma'arif 1933), 318

<sup>33</sup> Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Kencana, 2010), 136.

keahlian dan tenaga), dan usaha. Untuk keabsahan syarikah harus dipenuhi syarat-syarat berikut ini:

- a) Orang yang melakukan akad adalah harus memiliki kecakapan (*ahliyah*)
- b) Tasarruf yang menjadi objek akad syirkah harus bisa diwakilkan

Dalam *syirkah*, keuntungan yang diperoleh merupakan milik bersama yang harus dibagi sesuai dengan kesepakatan. Kepemilikan bersama dalam keuntungan tersebut menghendaki agar setiap anggota serikat menjadi wakil dari anggota serikat lainnya dalam pengelolaan harta (modal). Atas dasar itu, maka setiap anggota serikat memberikan kewenangan kepada anggota serikat lainnya untuk melakukan tasarruf, baik dalam hal penjualan, pembelian maupun penerimaan kontrak kerja.

- c) Benda yang boleh dikelola dalam *syirkah* harus halal dan diperbolehkan dalam agama.
- d) Pembagian keuntungan harus jelas

Bagian keuntungan untuk masing-masing anggota serikat nisbahnya harus ditentukan dengan jelas, misalnya 10%, 20%, 30%, atau 40%. Apabila pembagian keuntungan tidak jelas, maka *syirkah* menjadi fasid.<sup>34</sup>

Adapun macam-macam *syirkah Uqud*, antara lain:<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Bumi Aksara, 2015) 353.

<sup>35</sup> Muhammad Ismail Yusanto dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Menggagas Bisnis Islami* (Jakarta: Gema Insani Press, 2002) 127-130.

### 1) *Syirkah al 'Inan*

*Syirkah al 'Inan* adalah syirkah antara dua orang atau lebih yang masing-masing mengikutkan modal ke dalam syarikah dan sekaligus menjadi pengelolanya. *Syarikah model 'Inan* ini dibangun dengan prinsip perwakilan dan kepercayaan. Masing-masing pihak yang menyerahkan modalnya kepada mitranya, sekaligus memberikan kepercayaan serta izin untuk mengelolanya.

Ulama fiqih sepakat membolehkan perkongsian jenis ini. Hanya saja mereka berbeda pendapat dalam menentukan persyaratannya, sebagaimana mereka berbeda pendapat dalam memberikan namanya. Dalam syirkah 'inan, para mitra tidak perlu orang yang telah dewasa atau memiliki saham yang sama dalam permodalan. Tanggung jawab mereka tidak sama sehubungan dengan pengelolaan bisnis mereka. Sejalan dengan itu, pembagian keuntungan diantara mereka mungkin pula tidak sama. Namun, mengenai hal ini harus secara tegas dan jelas ditentukan didalam perjanjian kemitraan yang bersangkutan. Bagian kerugian yang harus ditanggung oleh masing masing mitra sesuai dengan besarnya modal yang telah ditanamkan oleh masing masing mitra.

Madzhab Hanafi dan Hanbali mengizinkan praktik ini dengan memilih salah satu dari alternatif berikut:<sup>36</sup>

- a) Keuntungan yang didapatkan dibagi sesuai dengan kontribusi modal yang diberikan oleh masing-masing pihak;

---

<sup>36</sup> Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 212.

- b) Keuntungan bisa dibagi secara sama, walaupun kontribusi modal masing-masing pihak mungkin berbeda;
- c) Keuntungan bisa dibagi tidak sama tapi kontribusi dana yang diberikan sama. Madzhab Maliki dan Syafi'i menerima jenis akad musyarakah ini dengan syarat, keuntungan dan kerugian dibagi secara proporsional sesuai dengan kontribusi dana yang ditanamkan.

Pembagian keuntungan yang diperoleh dalam syirkah al 'inan tidak ada ketentuan mutlak. Presentase nisbah pembagian keuntungan disesuaikan dengan kesepakatan yang dibuat oleh mereka yang beraliansi kerja sama ini. Artinya ketentuan bagi keuntungan boleh dengan komposisi modal yang dikontribusikan ke dalam usaha ini atau dengan mempertimbangkan jerih payah pihak yang secara aktif mengelola usaha ini.<sup>37</sup> Pembagian kerugian ditanggung oleh masing-masing syarik (mitra usaha) berdasarkan porsi modal.

Dari imam mazhab berbeda pendapat mengenai hukum dan bentuk syirkah mufawadah ini. Imam Malik dan Abu Hanifah secara garis besar sependapat atas kebolehan, meski keduanya masih berselisih pendapat tentang beberapa syarat. Sedangkan Imam Syafi'i berpendapat bahwa syirkah mufawadah itu tidak boleh.<sup>38</sup>

Imam Malik berpendapat, dinamakan syirkah mufawadah ialah persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal dan keuntungan, dengan ketentuan masing masing anggota menyerahkan kepada orang lain, hak bertindak atas nama syirkah, baik para anggotanya hadir semua atau tidak hadir, tanpa syarat modal masing-masing harus sama

---

<sup>37</sup> Muslich, *Bisnis Syariah* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2007), 109

<sup>38</sup> Abdur Rahman, *Fiqh 4 Mazhab...*, 155

besarnya serta tanpa kewajiban memasukkan harta baru yang diperoleh salah seorang anggota di dalam modal syirkah.

Imam Malik berpendapat, dinamakan syirkah mufawadah ialah persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal dan keuntungan, dengan ketentuan masing-masing anggota menyerahkan kepada orang lain, hak bertindak atas nama syirkah, baik para anggotanya hadir semua atau tidak hadir, tanpa syarat modal masing-masing harus sama besarnya serta tanpa kewajiban memasukkan harta baru yang diperoleh salah seorang anggota di dalam modal syirkah.

Imam Abu Hanifah mempertegas perbedaan syirkah „inan dengan mufawadah. Dalam syirkah „inan hanya uang saja yang diperhatikan tidak mesti sama besar jumlah sahamnya, sedangkan dalam syirkah mufawadah haruslah sama jumlah modal dari para persero. Sesuai dengan sebutan “mufawadah”, dikehendaki adanya dua perkara: kesamaan macam hartanya (modal), juga keseluruhan hak, milik kedua belah pihak.

Imam Syafi’i mengemukakan alasan bahwa sebutan syirkah itu hanya berlaku pada percampuran harta saja. Dan syirkah itu bukan merupakan jual beli dan pemberian kuasa.

## 2) Syirkah al Mufawadlah

*Syirkah al Mufawadlah* adalah suatu perjanjian kerja sama antara beberapa orang untuk mengerjakan suatu pekerjaan, di mana setiap peserta menjadi penanggung jawab atas peserta lainnya. Yakni masing-masing peserta terikat dengan tindakan yang telah dilakukan oleh peserta yang lain dalam semua hak dan kewajiban. Dengan demikian, semua

peserta saling menanggung hak dan kewajiban yang berkaitan dengan kegiatan usaha yang dilakukan.<sup>39</sup>

Jadi, dalam *syirkah* ini syarat-syarat yang diberlakukan yaitu:

- a) Jumlah modal dari masing-masing pihak harus sama besarnya, jika berbeda maka tidak sah.
- b) Masing-masing punya wewenang yang sama atas nama *syirkah*.
- c) Masing-masing dapat melakukan tindakan hukum atas nama anggota *syirkah* yang lain.

Menurut ulama Hanafiyah dan Zaidiyah bahwa masing-masing pihak boleh bertindak melakukan transaksi jika mendapat persetujuan dari pihak lain, jika tidak maka tidak sah. Sementara menurut Syafi'iyah dan Hanabilah tidak membolehkan akad seperti ini, karena sulit untuk menetapkan prinsip kesamaan modal, kerja, dan keuntungan dalam perserikatan ini.<sup>40</sup>

### 3) *Syirkah al A'maal*

*Syirkah al A'maal* adalah kontrak kerja sama dua orang seprofesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu. Misal kerjasama dua orang membuat proyek atau kerjasama dua orang menjahit untuk menerima order pembuatan seragam kantor.

---

<sup>39</sup> Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2015) 353.

<sup>40</sup> Ismail Nawawi, *Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2012), 154.

Ulama Malikiyah, Hanafiyah, Hanabilah, Zaidiyah membolehkan syirkah ini. Karena tujuan syirkah ini mencari keuntungan dengan modal pekerjaan secara bersama.<sup>41</sup>

#### 4) *Syirkah al Wujuh*

*Syirkah al Wujuh* adalah perserikatan tanpa modal, artinya dua orang atau lebih membeli suatu barang tanpa modal, yang terjadi adalah hanya berpegang kepada nama baik dan kepercayaan para pedagang terhadap mereka. Dengan catatan keuntungan untuk mereka. *Syirkah* semacam ini sekarang mirip dengan makelar. Mereka berserikat membeli barang dengan cara kredit kemudian dijual dengan tunai dan keuntungannya dibagi bersama.

Menurut Hanafi dan Hambali syirkah ini boleh, karena suatu bentuk pekerjaan, dengan demikian syirkah dianggap sah, dan untuk syirkah ini dibolehkan berbenda pemilikan dalam suatu yang dibeli, sesuai dengan bagian masing-masing (tanggung jawab masing-masing).

#### 5) *Syirkah Mudharabah*

*Syarikah mudharabah* terjadi bila pemilik modal (shahibul mal) menyerahkan modalnya kepada pengelola (mudharib) untuk dikelola atau diusahakan, sedangkan keuntungannya dibagi menurut kesepakatan bersama. Adapun kerugian ditanggung oleh pemilik modal saja. Menurut Hanabilah, mudharabah dapat dikatakan sebagai syirkah jika memenuhi syarat sebagai berikut:

---

<sup>41</sup> Ghazaly, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Prenadamedia Group) 134.

- a) Pihak-pihak yang berserikat cakap dalam bertindak sebagai wakil.
- b) Modalnya berbentuk uang tunai.
- c) Jumlah modal jelas.
- d) Diserahkan langsung kepada pekerja (pengelola) dagangan itu setelah akad disetujui.
- e) Pembagian keuntungan diambil dari hasil perserikatan itu bukan dari harta yang lain.

Tetapi menurut jumhur ulama (Hanafiyah, Malikiyah, Syafi'iyah, Zahriyah dan Syiah Imamiyah) tidak memasukkan transaksi mudharabah sebagai salah satu bentuk perserikatan, karena mudharabah menurut mereka merupakan akad tersendiri dalam bentuk kerja sama yang lain yang tidak dinamakan dengan perserikatan.

Dalam Fiqh Islam ada dua hal yang menjadi penilaian pada konsep Waralaba yaitu:

1. Pembelian Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) yang berupa merek dagang, penemuan dan ciri khas produk atau manajemen usaha sebagai hak paten yang dimiliki pemberi waralaba, Konsekwensi hukum Islam memandang bahwa hak cipta (ibtikar) termasuk kedalam kategori harta yang berakibat bagi penemu ataupun pencipta terhadap hasil karya atau ciptaanya menjadi hak milik mutlak yang bersifat materi. Penemu atau pencipta berhak atas nilai materi itu atau hak tersebut, ketika digunakan atau dimanfaatkan oleh orang lain dengan seizinnya.

Hak ini layaknya harta dan berlaku pada hukum yang melingkupinya.<sup>42</sup>

2. Konsep kerjasama pada waralaba dapat digolongkan dengan Syirkah Uqud, yaitu dua pihak atau lebih membuat perjanjian atau kontrak untuk menggabungkan hartaguna melakukan usaha/bisnis, dan hasilnya dibagi baik berupa laba maupun rugi.

Bila diperhatikan dari sudut format usaha yang dilakukan dalam usahawaralaba, sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk syirkah. Syirkah atau sering juga disebut musyarakah adalah akad kerja sama atau percampuran antara dua pihak atau lebih untuk melakukan suatu usaha tertentu yang halal dan produktif dimana masing-masing pihak memberikan kontribusi modal dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan risiko akan ditanggung bersama sesuai dengan porsi kerja sama.

Unsur-unsur yang ada dalam kerja sama bentuk waralaba adalah:

1. Kesepakatan (perjanjian waralaba) atau biasa disebut dengan *ijab dan qabul*.
2. Pelaku (pemberi waralaba dan penerima waralaba) Dalam hal ini, pemberi waralaba bertindak sebagai pihak yang bermodal tenaga dan ide berupa hak cipta ke dalam kerja sama. Sedangkan penerima waralaba bermodalkan dana dan tenaga dalam kerja sama dan juga turut serta dalam pengelolaan waralabanya.
3. Peralatan (alat atau sarana yang digunakan dalam operasional bisnis waralaba yang bisa disebut modal)

---

<sup>42</sup> Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqih Muamalah*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. 2008. Hal. 298.

4. Keuntungan (bagi-hasil) didasarkan atas kesepakatan bersama berdasarkan prosentase kewajiban yang diberikan oleh masing-masing pihak.

Kesesuaian unsur-unsur tersebut dengan fakta waralaba dimana penggunaan format waralaba, penerima waralaba dan pemberi waralaba bekerja sama memperdagangkan produk bisnis tertentu dengan merek dan nama yang ditemukan/dibangun oleh pemberi waralaba kemudian keuntungan bisnis tersebut dibagi sesuai nisbah.

Adapun aktivitas finansial yang dilakukan pemberi waralaba adalah memberikan izin menggunakan merek dagang, kontrol dan asistensi sementara pihak penerima waralaba menyediakan modal dan menjalankan bisnis secara langsung. Jadi waralaba lebih tepatnya digolongkan dalam syirkah uqud (akad) karena yang diserikatkan adalah modal dan keuntungannya. Bukan syirkah amlak dimana yang diserikatkan adalah kepemilikan barang.