

Franchise dalam Syariah Entrepreneurship Perspektif Islam

Nadila¹, Evi Kurnia², Henny Rumiyanthi³, Sudirman⁴, Siradjuddin⁵

¹²³⁴⁵ Program Studi Ekonomi Syariah, Pascasarjana UIN Alauddin Makassar

Abstrak

Tulisan ini bertujuan untuk mengetahui Franchise dalam Syariah Entrepreneurship Perspektif Islam. Metode yang digunakan ialah kepustakaan (library research). Metode ini bertujuan untuk mengkaji konsep hukum benda, dengan menggunakan metode deskriptif-analitis, pendekatan normatif-ekonomi dan sosiologi. Bisnis franchise merupakan sistem usaha bisnis yang saat ini banyak digemari oleh masyarakat. Melalui sistem franchise, berkegiatan bisnis menjadi lebih mudah. Sebab, bisnis waralaba menggunakan sistem bisnis dimana franchisor memberikan hak kepada franchisee untuk dapat menggunakan atau memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan yang dimiliki oleh franchisor melalui suatu perjanjian. franchise dibenarkan menurut hukum Islam sepanjang memenuhi rukun dan syarat perjanjian, terpenuhi pula prinsip-prinsip bermuamalah. Bisnis waralaba membuka banyak peluang usaha bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dalam bisnis waralaba sendiri diterapkan keterbukaan, kejujuran, dan kehati-hatian. Meskipun kehadirannya membawa dampak terhadap usaha kecil yang ada disekitarnya, namun persaingan yang tercipta adalah persaingan yang sehat. Model bisnis franchise pada dasarnya merupakan turunan atau perkembangan dari bentuk syirkah. Dalam skema bisnis Franchise syarat akad seperti persentase bagi hasil, harus dinyatakan secara lengkap dan jelas dalam suatu perjanjian berdasarkan akad syirkah. Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kepustakaan.

Keywords: *Franchise, Syariah Entrepreneurship, Perspektif Islam*

Copyright (c) 2023

✉ Corresponding author :

Email Address : nadila.nadila@uin-alauddin.ac.id¹, evi.kurnia@uin-alauddin.ac.id²,
henny.rumiyanthi@uin-alauddin.ac.id³, sudirman@gmail.com⁴, siradjuddin@uin-alauddin.ac.id⁵

PENDAHULUAN

Pertumbuhan dan pembangunan ekonomi menjadi perhatian di setiap negara di seluruh dunia. Hal ini dikarenakan bisa menjadi tolak ukur dari perkembangan negara dari tahun ke tahun. Bisnis juga berguna untuk menaikkan pendapatan nasional sekaligus produktivitas. Bagi negara berkembang pembangunan ekonomi bertujuan meningkatkan taraf hidup masyarakat. Indonesia bukan negara maju melainkan negara berkembang. Oleh karenanya inovasi-inovasi harus terus dilakukan dan dikembangkan salah satunya inovasi dalam hal ekonomi.

Setiap tahun perkembangan model bisnis semakin meningkat dan berkembang mengikuti perkembangan zaman. Franchise atau waralaba adalah salah satu dari banyak model bisnis yang tersedia saat ini yang dapat dilakukan, ini merupakan perkembangan dalam bisnis yang dulunya sekedar pada penjualan, pembelian, dan produksi. Franchise adalah perjanjian untuk membeli hak dari pemilik usaha untuk menjual produk dan jasa nya. Orang yang membeli "hak untuk menjual" dikenal sebagai franchisee, sedangkan pemilik perusahaan atau bisnis disebut sebagai franchisor atau penjual. Dalam melakukan bisnis

franchise, terdapat sebuah perjanjian yang disepakati oleh franchisee dan franchisor. Isi perjanjian menyatakan bahwa franchisor akan membantu franchisee dengan produksi, operasional, manajemen, dan terkadang masalah keuangan (Sukandar 2004).

Waralaba merupakan salah satu bentuk usaha yang mendapat banyak perhatian dari para pemangku kepentingan perusahaan, karena ini bisa menjadi cara untuk meningkatkannya kegiatan ekonomi dan menciptakan peluang bagi kelompok perekonomian cukup lemah untuk mencoba, yang berarti waralaba dapat mewujudkannya kesempatan kerja, kesetaraan dan penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat. Badan usaha atau perseorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan dan/atau mempergunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri usaha yang dimilikinya disebut Pemberi Waralaba/Franchisee, sedangkan Badan usaha atau perseorangan yang mempunyai hak untuk menggunakan dan/atau memanfaatkan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri milik pemberi waralaba/franchisee disebut penerima waralaba/franchisee (Iswanto, 2007).

Perdagangan dalam sistem waralaba pada dasarnya didasarkan pada hubungan kontraktual, khususnya perjanjian waralaba akan menimbulkan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Oleh karena itu, perjanjian waralaba ini menjadi pedoman hukum bagi penerima waralaba dan pemberi waralaba. Masing-masing franchisee mempunyai perjanjian baku untuk melakukan negosiasi dengan franchisor, yang tentunya membawa keuntungan bersama baik bagi franchisor maupun Franchisee (Kondo, 2015).

Perlu penekanan sistem waralaba tidaklah bertentangan dengan ekonomi islam pada umumnya. Di dalamnya terdapat adanya kemitraan usaha dan kesepakatan antara kedua belah pihak. Islam pun mengajarkan selalu untuk bermitra dalam menjalankan bisnis. Agar tidak hanya mendapat keuntungan materi saja. Dalam Islam terkenal dengan sebutan syirkah yakni perserikatan antara kedua belah pihak dan keuntungan dibagi sesuai kesepakatan bersama. Jadi berbisnis sistem waralaba dalam Islam tidaklah sistem baru. Terpenting bagi seorang muslim ialah harus mengedepankan kemaslahatan umat dalam hal muamalah (Fahmiah & Gufron, 2019).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan berdasarkan studi pustaka dengan berbagai referensi jurnal dan buku serta beberapa artikel terbaik dan terupdate. Penelitian pustaka (library research) yaitu Penelitian dilaksanakan dengan mengumpulkan data dan landasan teoritis dengan mempelajari buku, karya ilmiah, hasil penelitian terdahulu, jurnal-jurnal terkait, artikel-artikel yang terkait serta sumber-sumber yang terkait dengan penelitian sesuai dengan penelitian yang diteliti. Setelah semua data telah diperoleh berhasil dikumpulkan selama proses penelitian baik data primer dan sekunder dianalisis secara kualitatif kemudian disajikan secara deskriptif yaitu menjelaskan, menguraikan, menggambarkan permasalahan yang terkait dengan Franchise Dalam Syariah Entrepreneurship Perspektif Islam.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengertian Franchise

Kata *Franchise* sendiri berasal dari bahasa Latin, yaitu *francorum rex* 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 “*franch*” (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 (Sukarja & Tri, 2023).

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 (Anki & Aditiya, 2011). Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Pasal 1 ayat 1 (satu) *franchise* atau waralaba diartikan sebagai:

Khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan penjualan barang dan atau jasa." (Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba)

Pengertian *Franchise* menurut beberapa ilmuwan:

Menurut Fuady Munir *franchise* adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 (dua) atau lebih perusahaan, dimana1 (pihak) bertindak sebagai *franchisor* dan pihak yang lain bertindak sebagai *franchisee*, dimana di dalamnya diatur bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik merek dari *know-how* terkenal memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbarui dari waktu ke waktu dan membayarkan suatu imbalan tertentu (Fuadi, 2005).

Sedangkan menurut Martin Mandelson, *franchise* adalah sebuah pemberian lisensi oleh *franchisor* kepada pihak *franchisee* dan lisensi tersebut memberi hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang serta menggunakan seluruh paket yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan (Tutik, 2007).

Adapun 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 merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu (Sumarsono, 2009).

Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa *franchise* adalah izin atau hak yang diberikan oleh pemilik merek dagang kepada individu atau entitas lain (*franchisee*) untuk menjalankan bisnis atau usaha dengan menggunakan merek dagang, sistem, dan model bisnis yang telah ada. Dalam model bisnis ini, *franchisee* membayar sejumlah uang atau royalti kepada pemilik merek dagang (*franchisor*) untuk mendapatkan akses ke merek, produk, dan dukungan operasional yang telah terbukti berhasil.

Kriteria dan Jenis *franchise*

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

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

Jenis-jenis *Franchise*:

Ada dua jenis *franchise* yang sudah biasa dijalankan oleh pebisnis Tanah Air. Berdasarkan kriteria yang digunakan yakni (Dewi Astuti, 2005)

- a. *Franchise* Industrial

Franchise industrial adalah suatu bentuk kerja sama wirausaha antar pengusaha (manufaktur). *Franchisor* adalah pemilik sistem manufaktur. *Franchisor* memberikan hak kepada pengusaha (manufaktur) lainnya untuk mengeksploitasi sistem manufaktur, 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 komersialisasi berupa gabungan antara produk dan jasa.

Berdasarkan formatnya, *franchise* terbagi menjadi dua macam berikut ini (Firdawati, 2011) :

1) *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”.

a. *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.

Keunggulan dan Kekurangan Membeli Franchise

Kelebihan dari membeli franchise:

a. Bantuan dan pelatihan manajemen

Pengusaha waralaba (*franchise*) dengan pengalaman pribadi yang kurang memadai dapat memperoleh pelatihan dari induk perusahaan (*franchisor*).

b. Konsep perusahaan, produk dan nama yang telah dikenal

Pengusaha waralaba mendapatkan perusahaan telah dikenal dan kualitas produknya telah dipercaya pasar. Konsumen telah mengetahui keunggulan produk yang ditawarkan. Pewaralaba mendapat perusahaan yang telah terbukti memiliki catatan prestasi, prosedur, operasi baku, dan periklanan yang tersebar diseluruh pelosok negeri. Dengan demikian resiko dapat ditekan, dan kesempatan mendapat keuntungan menjadi lebih besar.

c. Bantuan dan keuangan

Memulai usaha diperlukan uang yang besar dan sering kali wirausahawan hanya mempunyai sumber dana yang terbatas. Perusahaan waralaba memberikan bantuan keuangan dengan beberapa cara, antara lain:

- 1) Bergabung dengan perusahaan yang telah dikenal luas secara nasional, biasanya pewaralaba mendapat kesempatan lebih baik untuk memperoleh dana pinjaman.
- 2) Perusahaan induk waralaba (*franchisor*) memberikan petunjuk tentang manajemen keuangan, penyerahan kepada pihak yang memberi pinjaman, dan bantuan dalam persiapan pengajuan pinjaman.

- 3) Banyak juga perusahaan induk waralaba yang menawarkan rencana pembayaran, kredit jangka pendek untuk pembelian perlengkapan dari perusahaan waralaba.
- d. Kepemilikan

Pengelolaan waralaba memiliki perusahaan secara pribadi. Pemilik dapat menikmati kemandirian, insentif, dan laba usaha mandiri.

Kekurangan dari membeli *franchise*:

- a. Biaya awal yang tinggi

Biaya pada awal usaha waralaba bervariasi, bergantung pada jenis perusahaan. Biaya itu meliputi biaya pembukaan usaha dan biaya pengoperasian perusahaan. Disamping itu, pewaralaba masih harus membayar biaya periklanan nasional berdasarkan presentase penjualan dan juga membayar royalti yang dibebankan atas penjualan (biasanya sebesar 2% sampai dengan 20% dari penjualan). Biaya lainnya adalah biaya untuk pembimbingan dan pengarahan manajemen.

- b. Pembatasan kebebasan beroperasi

Pewaralaba harus mengikuti berbagai ketentuan dan peraturan yang ditetapkan oleh perusahaan induk (*franchisor*). Selain itu pemasaran pewaralaba dibatasi pada wilayah tertentu yang membatasi pertumbuhan perusahaan (Lantip Susilowati, 2013).

Cara Tepat Membeli *franchise*

Berikut adalah beberapa cara untuk memilih *franchise* yang tepat agar dapat mengurangi risiko kerugian (IDX Channel, 2023) :

- a. Melakukan riset terhadap *franchise*
- b. Pilihlah *franchise* yang dibutuhkan oleh masyarakat, sudah dikenal, dan memiliki ragam produk
- c. Perhatikan risiko usaha *franchise*, hindari franchisor yang hanya memiliki satu produk, dan hindari franchise yang membutuhkan banyak karyawan
- d. Pilih bidang *franchise* sesuai dengan minat, *franchise* dengan produk yang dibutuhkan konsumen, dan franchise dengan brand yang sudah kuat
- e. Pastikan *franchise* yang dipilih memiliki *support system* yang kuat untuk *franchisee* dan profesionalisme *franchisor*
- f. Jangan memilih *franchise* yang berkonsep autopilot yaitu mengacu pada jenis usaha waralaba yang dapat dijalankan dengan keterlibatan pemilik yang minimal, karena sebagian besar operasionalnya diatur secara otomatis atau oleh pihak lain, pilih *franchise* yang dapat dilihat proyeksi pendapatannya, dan hindari memilih *franchise* yang membutuhkan investasi besar tanpa perhitungan yang matang

Perlindungan Hukum Terhadap Franchise di Indonesia

Pengaturan Hukum

Usaha waralaba, di Indonesia pengaturannya baru dilakukan pada tahun 1997 yaitu dengan dikeluarkannya yang kemudian pada tahun 2007 dirubah dengan. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba serta dilaksanakan dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, mewajibkan *franchisor* sebagai *franchisor* untuk mengungkapkan berbagai aspek material yang dapat mempengaruhi keputusan franchisor sebagai franchisee untuk menolak atau menerima (Christian, 2019). Persyaratan dalam perjanjian waralaba antara lain:

- a. Data Identitas Pemberi Waralaba
- b. Legalitas Usaha Pemberi Waralaba
- c. Sejarah Kegiatan Usahanya
- d. Struktur Organisasi Pemberi Waralaba

- e. Laporan Keuangan 2 (Dua) Tahun Terakhir
- f. Jumlah Tempat Usaha
- g. Daftar Penerima Waralaba
- h. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Ketentuan Perjanjian Waralaba, diatur dalam Pasal 7 ayat (1), Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 1. Surat Perintah 12/M DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 tentang Peraturan dan Tata Cara Pemberian Tanda Daftar Usaha Waralaba yaitu:

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak
- b. Nama dan jenis kekayaan intelektual atau hak paten atau ciri-ciri usaha seperti sistem pengelolaan, cara atau pengaturan penjualan, dan pendistribusiannya merupakan ciri khusus dari objek waralaba
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta dukungan dan fasilitas bagi Pemegang waralaba
- d. Wilayah usaha (*zone*) Waralaba
- e. Jangka waktu perjanjian
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian
- g. Cara penyelesaian perselisihan
- h. Tata cara pembayaran imbalan
- i. Pelatihan, orientasi dan pelatihan penerima manfaat dari waralaba
- j. Kepemilikan dan ahli waris (Slamet, 2011)

Jangka waktu perjanjian waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 Peraturan Menteri Perdagangan adalah:

- a. Jangka waktu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama berlaku sekurang-kurangnya 10 (sepuluh) tahun.
- b. Jangka waktu efektif perjanjian waralaba antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba berikutnya paling sedikit 5 (tahun).

Berdasarkan Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 juncto Pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 11 Republik Indonesia. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Mengenai peraturan dan tata cara pemberian tanda daftar usaha waralaba, kontrak waralaba dan informasi tertulis harus didaftarkan pada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan dalam hal penerima manfaat utama dari pemberi waralaba asing dan dari kepala Departemen. Penanggung jawab perdagangan lokal dalam hal penerima waralaba utama dari pemberi waralaba dalam negeri dan penerima waralaba lanjutan dari pemberi waralaba dalam dan luar negeri harus berusia paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak tanggal diterbitkannya kontrak waralaba untuk diberikan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Pendaftaran ini dilakukan dalam rangka dan untuk tujuan pengembangan komersial melalui waralaba (Slamet, 2011).

Pembatalan Perjanjian *Franchise*

Pembatalan suatu perjanjian secara sepihak dapat dipahami sebagai penolakan salah satu pihak untuk mencapai hasil yang telah disepakati oleh kedua belah pihak dalam perjanjian, padahal pihak lainnya masih berniat untuk mencapai hasil yang dijanjikannya dan ingin terus mendapat kompensasi kinerja pihak lain. Sebagaimana kita ketahui bahwa perjanjian yang sah, di berarti bahwa memenuhi sepenuhnya persyaratan hukum sebagaimana ditentukan oleh undang-undang akan berlaku sebagai hukum bagi pihak-pihak yang melakukannya dalam pasal 1338 (1) KUH Perdata.

Sedangkan ayat (2) dengan jelas mengatur bahwa: "perjanjian ini hanya dapat dicabut dengan persetujuan kedua belah pihak atau karena alasan yang ditentukan sepenuhnya oleh undang-undang. Dari Pasal 1338 ayat (2) KUH Perdata terlihat dengan jelas bahwa suatu perjanjian tidak dapat dibatalkan secara sepihak, karena apabila perjanjian itu dibatalkan secara sepihak berarti perjanjian itu tidak mengikat para pihak yang menandatangani. Mengingat pasal 1266 dan 1267 KUH Perdata, kemudian menetapkan dengan jelas syarat-

syarat pembatalan apabila salah satu pihak tidak dapat memenuhinya tugas. Kasus ini harus dibatalkan oleh pengadilan diharapkan kedepannya tidak ada pihak yang diperbolehkan untuk mengakhiri kontrak secara sepihak dengan alasan salah satu pihak gagal melaksanakan kewajibannya (pelanggaran) (Weydekamp, 2013).

Jika kita melihat Pasal 1365 KUH Perdata, pengertian perbuatan melawan hukum diartikan sebagai berikut: "Setiap tindakan pelanggaran hukum yang menyebabkan kerugian pada orang lain mengharuskan orang yang bersalah menyebabkan kerugian tersebut untuk mengganti kerugian tersebut".

Salah satu pertimbangan pembatalan suatu perjanjian secara sepihak dapat digugat sebagai perbuatan melawan hukum, karena pembatalan secara sepihak tersebut diyakini tidak didasarkan pada alasan-alasan yang sah menurut perjanjian mereka, sehingga dapat dibatalkan dan dapat dianggap melanggar suatu perjanjian hukum. kewajiban yang ada di luar suatu perjanjian, yaitu selalu bertindak dengan itikad baik dan bertindak sesuai dengan prinsip kenyamanan dan kehati-hatian. Pemutusan suatu kontrak diatur dalam KUH Perdata, khususnya Pasal 1266, yang harus memenuhi syarat-syarat yaitu harus ada perjanjian timbal balik, harus ada wanprestasi, dan pembatalan harus atas permohonan para pihak. Namun apabila pembatalan tersebut dilakukan tanpa memenuhi syarat-syarat tersebut maka dapat dianggap suatu tindakan pembatalan tersebut melanggar undang-undang, khususnya pasal 1266 KUH Perdata (Weydekamp, 2013).

Contoh Kasus Waralaba Restoran Di Indonesia Restoran Ayam Bakar Wong Solo

Ada beberapa alasan RM Wong Solo berani mewaralabakan usahanya, yaitu:

- a. Standar. RM Wong Solo memiliki standar menu kualitas rasa, standar pelayanan, standar operasional, standar nuansa (suasana).
- b. Unik. RM Wong Solo memiliki keunikan yang sulit ditemukan di restoran lain, seperti variasi dan cita rasa menu, manajemen muslim, dan suasana gedung. RM Wong Solo tidak bergantung pada chef, siapapun bisa menciptakan menu Wong Solo (pelatihan satu minggu) yang memiliki keunikan tersendiri.
- c. Terbukti. RM Wong Solo memiliki 37 toko yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia. RM Wong Solo tumbuh cukup pesat saat Indonesia sedang krisis. Dengan jaringan yang ada, RM Wong Solo yakin bisa berkembang pesat di masa depan.
- d. Berlaku dan dapat dipindahtanggankan. Aktivitas RM Wong Solo dapat ditiru dan dialihkan kepada orang lain tanpa mengurangi standar yang ada. Hal ini juga telah dibuktikan di berbagai kota. Memang RM Wong Solo sudah punya standar bisnis plan. Puspo Wardoyo berkomentar: "Kami adalah restoran tradisional (menu dan suasana) tetapi manajemen kami sangat profesional.

Pemimpin Ayam Bakar Wong Solo menyebut tawaran itu sebagai peluang bisnis waralaba syariah. Model ini menawarkan dua model waralaba, yaitu model mudârabah atau waralaba bebas dan model pengelolaan mudarabah atau waralaba murni. Freelance Mudharabah adalah sistem koperasi dimana sahib al-mal atau investor (financier) tidak perlu memiliki bakat dan keterampilan di bidang catering. Seluruh pekerjaan, mulai dari awal hingga operasional *point-of-sale*, dipercayakan sepenuhnya kepada mudharib (pengusaha pemegang merek). Cara ini dinilai cocok bagi orang-orang yang memiliki modal namun kurang memiliki keterampilan dan waktu dalam menjalankan usaha.

Dalam kerjasamanya, WS selalu mengedepankan untung sama untung. Tentu saja, Mudharib harus rela membagi hasilnya secara adil dan tanpa merugikan pihak lain. Jadi, untuk keberkahan, khusus bagi hasil yang baik menurut syariah, pemodal atau sahib al-mal mendapat 40%, penulis atau mudarib 50% dan fi sabili Allah (sadaqah) 10%. Namun dalam pelaksanaannya, WS sebagai mudarib membagi keuntungan sebesar 40%, sedangkan 10% dikembalikan kepada sahib al-mal (Rahman, 2015).

Bisnis Waralaba dalam konsep dan praktik Perspektif Ekonomi Islam

Pada dasarnya bisnis waralaba sudah dikenal sejak zaman dahulu dalam perekonomian Islam namanya *Shirka* atau *Musyarakah* (kerja sama). Tujuan dari kerjasama tersebut adalah Mendapatkan keuntungan dalam jangka waktu tertentu sesuai kontrak awal. Prinsip waralaba adalah keterbukaan (transparansi) dan kehati-hatian, yang diatur oleh prinsip ekonomi Islam, khususnya gharar (bukan tidak pasti atau tidak jelas) dan penerapannya tidak diperbolehkan menuju dunia bisnis (Ghufron and Fahmiah, 2019).

Syirkah adalah nama lain dari kemitraan dalam ekonomi Islam. Secara bahasa, kata *syirkah* merupakan gabungan dua orang atau lebih. *Syirkah* berarti kerja sama antara dua orang atau lebih dalam bisnis atau kekayaan. Islam telah menyatakan bahwa usaha perkumpulan atau koperasi adalah sah dan sah. *Syirkah* ada dua bagian, yaitu *syrkah tamlik* (kepemilikan) dan *syrkah uqud* (akad antara dua orang), sedangkan usaha waralaba ini termasuk dalam jenis sirkah yang kedua, yaitu *syirkah uqud* (transaksi), yaitu dua orang. menyumbangkan modal dan keuntungan bersama. Keduanya sama modal, bedanya dalam hal ini *franchisor* mempunyai ide-ide kreatif yang meliputi brand, logo, manajemen usaha dan sumber daya manusia seperti pelatihan bisnis yang akan diberikan kepada *franchisee* (Ghufron and Fahmiah, 2019). Begitu pula dengan *franchise* yang mempunyai modal yang cukup untuk apa yang ingin diwaralabakan. Keduanya terlibat dalam operasi waralaba yang akan dikelola sesuai kesepakatan yang telah disepakati.

Rukun *syirkah* adalah ijab dan qobul menurut ulama Hanifiyah. Bisa disebut akad yang menentukan adanya *syirkah*. Sedangkan syarat yang harus tercakup dalam *syirkah* adalah kemandirian (dalam Islam kemandirian berarti mempunyai kebebasan dalam segala hal, tidak terikat pada tuan atau majikan). Untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, maka usaha waralaba tidak hanya harus mengacu pada peraturan hukum umum yang dikeluarkan oleh instansi pemerintah, tetapi juga peraturan Islam (Syariah) (Fauzi et al., 2022).

Terdapat penjelasan dalam kitab yang ditulis oleh Shalah ash-Shawi dan Abdullah al-Mushlih, membagi *syrkah uqud* menjadi empat menurut mayoritas ulama;

- Syarikah al-Inan*, yaitu sekutu dalam permodalan, usaha dan keuntungan. Maknanya adalah persekutuan antara dua orang atau lebih dengan cara menyatukan modal untuk membuka suatu usaha dan kemudian membaginya. Kedua belah pihak mendapatkan keuntungan sesuai kesepakatan.
- Syarikah al-Abdan*, khususnya syarikah bisnis. Lebih jelasnya berarti kerja sama dalam tubuh atau tubuh fisik, seperti kerjasama antar dokter di suatu klinik.
- Syarikah al-Wujuh* bekerja sama dengan menggunakan nama baik rekan-rekannya dan keuntungannya untuk dibagikan sesuai kesepakatan.

Syarikah al-Mufawwadah, harus bekerjasama untuk menjamin dan hak berhubungan dengan modal, usaha dan hutang. Dimana masing-masing pihak mempunyai kegiatan usaha, modal dan hutang yang sama..

SIMPULAN

Franchise atau waralaba adalah bentuk kerja sama di bidang bisnis antara dua pihak atau lebih di mana satu pihak (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menjalankan bisnis dengan menggunakan merek dagang, sistem operasi, dan dukungan yang diberikan. *Franchise* atau waralaba memungkinkan *franchisee* untuk memanfaatkan keberhasilan suatu usaha yang telah ada dan terbukti, serta mendapatkan dukungan dari pihak *franchisor*. Dalam hal ini, *franchisee* biasanya diwajibkan membayar biaya awal, royalti, dan biaya iklan kepada *franchisor* sebagai imbalan atas hak penggunaan merek dagang dan dukungan yang diberikan.

Dari bentuk perjanjian yang diadakan dalam suatu bisnis waralaba (*franchise*), dapat dikatakan bahwa perjanjian tersebut sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk

kerjasama (*syirkah*). Hal ini disebabkan adanya perjanjian *franchise*, dimana pada waktu tertentu (sesuai perjanjian) secara otomatis terbentuk hubungan kerjasama antara *franchisor* dengan *franchisee*. Kerja sama dimaksudkan untuk menguntungkan kedua belah pihak. Dalam hal ini, bisnis *franchise* dikategorikan sebagai *syirkah inan*, yaitu dua orang atau lebih yang bekerja sama dalam hal modal untuk menjalankan bisnis bersama sambil mengalokasikan keuntungan atau kerugian sesuai dengan jumlah modal dan keuntungan masing-masing melalui *mudharabah* atau bagi hasil. Sistem Pengalihan *Beneficial Ownership* Hak atas Kekayaan Intelektual dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan imbalan dalam jangka waktu tertentu merupakan syarat-syarat pokok akad yang serupa dengan akad Ijarah.

Referensi

- Arisandy, R. (2019). Sistem Pembukuan Dana Kas Kecil Dengan Metode Fluktuasi. *Sekolah Asmorowati, Tutik*. (2007). *Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba Yang Dirugikan Oleh Pemberi Waralaba*.
- Astuti, D. (2005). Kajian bisnis franchise makanan di Indonesia. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 7(1), 83-98.
- Christian, Bryan Galardo. *Peranan Pemerintah Terhadap Usaha Waralaba Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Warabala*. no. 2, 2019, pp. 152-62.
- Dari, Anki Novairi san Aditya Bayu Aji. (2011). *Kaya Raya Dengan Waralaba Yogyakarta: Katahati*.
- Fauzi, Muhammad Erland, et al. "Bisnis Franchise Dalam Pandangan Hukum Islam." *Al-Muamalat: Jurnal Hukum Dan Ekonomi Syariah*, vol. 7, no. 2, 2022, pp. 162-74.
- Firdawaty, L. (2011). Perjanjian waralaba menurut hukum Islam. *ASAS: Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1).
- Fuadi, Munir. (2005). *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ghufron, Moh. Idil, and Inas Fahmiah. "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam." *Amwaluna: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, vol. 3, no. 1, 2019, pp. 133-48, <https://doi.org/10.29313/amwaluna.v3i1.4287>.
- Inas Fahmiah, M. I. G. (2019). Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam Inas Fahmiah 1, Moh. Idil Ghufon, 2(3), 1.
- Iswanto, Bambang Tjatur. *Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee Dalam Perjanjian Franchise Di Indonesia Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee Dalam*. 2007.
- Kondo, Cindi Pratiwi. *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Terhadap Pemutusan Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Bisnis*. no. 6, 2015, pp. 61-69.
- Lantip Susilowati (2013). *Bisnis Kewirausahaan*. Yogyakarta: Teras.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
- Rahman, Taufiqur. "Sistem Bisnis Waralaba Restoran Ayam Bakar Wang Solo Dalam Perspektif Ekonomi Islam." *Studi Keislaman*, vol. 1, No. 2, 2015, pp. 567-93.
- Ratih Ika Wijayanti. (2023). Cara Memilih Franchise yang Tepat, Ketahui agar Tidak Rugi. Jakarta. <https://www.idxchannel.com/milenomic/6-cara-memilih-franchise-yang-tepat-ketahui-agar-tidak-rugi>

- Slamet, Sri Redjeki. "Waralaba (Franchise) Di Indonesia." *Waralaba (Franchise) Di Indonesia Lex Jurnalica*, vol. 8, no. 2, 2011, p. 127
- Sukandar, Anang. (2004). *Franchising Di Indonesia*. Jakarta: Asosiasi Franchise Indonesia (AFI).
- Sukarja, D., & Lubis, T. M. (2023). Aspek Hukum Perjanjian Waralaba Bisnis Kopi (Studi Bisnis Franchise di Kota Medan). *Neoclassical Legal Review: Journal of Law and Contemporary Issues*, 2(1), 1-9.
- Sumarsono, Sonny (2009). *Manajemen Bisnis Waralaba*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Weydekamp, Gerry R. "Pembatalan Perjanjian Sepihak Sebagai Suatu Perbuatan Melawan Hukum." *Lex Privatum*, no. 4, 2013, pp. 148-58.