



**PENERAPAN PRINSIP SYIRKAH PADA WARALABA D'BESTO
*CHICKEN BURGER***

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata (S1)
Manajemen Perbankan Syariah

Disusun Oleh:

Nama: Siti Nurfadila Maulida

NPM :2014570057

**FAKULTAS AGAMA ISLAM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA**

1440 H/2018 M

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINALITAS)

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Siti Nurfadila Maulida
NPM : 2014570057
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Fakultas : Fakultas Agama Islam
Judul Skripsi : Penerapan Prinsip *Syirkah* pada Waralaba d'BestO *Chicken Burger*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi berjudul di atas secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang menjadi sumber rujukan. Apabila ternyata di kemudian hari terbukti skripsi saya merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima sanksi berdasarkan ketentuan undang-undang dan aturan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Jakarta ini. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 03 Muharram 1440 H
13 September 2018 M

Yang Menyatakan,


Siti Nurfadila Maulida

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi yang berjudul “Penerapan Prinsip *Syirkah* pada Waralaba d’BestO *Chicken Burger*” yang disusun oleh Siti Nurfadila Maulida, Nomor Pokok Mahasiswa: 2014570057 Program Studi Manajemen Perbankan Syariah disetujui untuk diajukan pada Sidang Skripsi Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

Jakarta, 3 Muharram 1440 H
13 September 2018 M
Pembimbing,



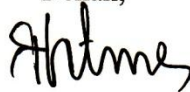
Drs. Fakhruzazi, M.A.

LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

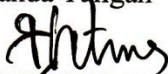


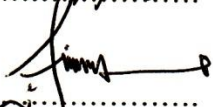

Skripsi yang berjudul: Penerapan Prinsip *Syirkah* pada Waralaba d'BestO *Chicken Burger*. Disusun oleh: Siti Nurfadila Maulida. Nomor Pokok Mahasiswa: 2014570057. Telah diujikan pada hari/tanggal: 28 September 2018 telah diterima dan disahkan dalam sidang Skripsi (Munaqasah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta untuk memenuhi persyaratan mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen Perbankan Syariah.

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Dekan,



Rini Fatma Kartika, S.Ag.,M.H.

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
<u>Rini Fatma Kartika, S.Ag.,M.H.</u> Ketua		03/10 2018
<u>Drs. Tajudin, MA</u> Sekretaris		29-09-2018
<u>Drs. Fakhrurazi, MA</u> Dosen Pembimbing		1-10-2018
<u>Nurhidayat, S.Ag., MM</u> Anggota Penguji I		1-10-2018
<u>Dina Febriani, SE., MM</u> Anggota Penguji II		3/10 2018

FAKULTAS AGAMA ISLAM

Program Studi Manajemen Perbankan Syariah

Skripsi, 13 September 2018

Siti Nurfadila Maulida

2014570057

Penerapan Prinsip *Syirkah* pada Waralaba d'BestO *Chicken Burger*

ABSTRAK

Islam membenarkan seorang Muslim berdagang dan berusaha secara perseorangan, membenarkan juga penggabungan modal dan tenaga kerja dalam bentuk perkongsian (syarikat) dagang yang berbagai bentuk. Dimana bahwa dalam berdagang seseorang harus memiliki etika bisnis yang baik seperti tidak menipu kepada pembeli, menjual barang yang jelas kuantitas dan kualitasnya, serta tidak mengambil keuntungan diluar batas kewajaran. Islam juga mengatur tentang konsep *syirkah* atau kerjasama dalam berniaga. Waralaba dapat menjembatani penerima waralaba dan pemberi waralaba untuk melakukan kerjasama dalam usaha. Dalam kaitan ini format usaha yang dilakukan waralaba, merupakan pengembangan dari bentuk *syirkah*. Hal ini bertujuan untuk menggali dan mendapatkan informasi mengenai penerapan prinsip *syirkah* yang ada pada waralaba d'BestO *Chicken Burger*

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu penulis mengadakan pengamatan dan menganalisis secara langsung data yang diperoleh dari lapangan, baik berupa tulisan / lisan.

Dari hasil penelitian yang penulis teliti di waralaba d'BestO *Chicken Burger*, bahwa sistem waralaba sudah sesuai dengan kerjasama dalam islam (*syirkah abdan* dan *syirkah al inan*). Penerapan biaya awal waralaba belum masuk kedalam kaidah *syirkah* karena masih ada keuntungan dari bahan baku awal yang pihak d'BestO ambil. Sedangkan pada bagi hasil di waralaba d'BestO *Chicken Burger* sudah sesuai dengan kaidah *syirkah* karena pengambilan bagi hasil diambil dari *profit sharing* atau laba bersih sesudah dikurangi dengan biaya-biaya.

Kata Kunci : *Syirkah*, Waralaba, *Franchise*, d'BestO, *Chicken Burger*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya setiap detik-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan waktu yang ditentukan. Shalawat serta salam tak lupa penulis junjungkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, yang telah membawa kita dari jaman jahiliyah kepada jaman islamiyah seperti sekarang ini yang penuh dengan rahmat. Alhamdulillah, setelah melewati berbagai proses penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Penerapan Prinsip *Syirkah* pada Waralaba d’BestO”.

Skripsi ini ditulis dalam upaya memenuhi salah satu tugas akhir dalam memperoleh gelar Strata Satu (S1) pada Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, tahun 2018.

Tidak sedikit kendala yang dihadapi penulis di dalam proses penyelesaiannya, namun karena bimbingan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak baik moril maupun materil, sehingga kendala itu menjadi tidak terlalu berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Prof. Dr. Syaiful Bakhri, S.H., M.H., Rektor Universitas Muhammadiyah Jakarta.
2. Rini Fatma Kartika, S.Ag., M.H., Dekan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.

3. Nurhidayat, S.Ag., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Perbankan Syariah Fakultas Agama Islam Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta.
4. Drs. Fakhrurazi, M.A, Dosen Pembimbing Skripsi, yang telah mengorbankan waktu, tenaga, dan pikirannya dalam proses bimbingan.
5. Bapak Alfian Dharmawan, selaku bagian *Bussines Development* yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian.
6. Seluruh dosen dan karyawan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta yang telah memberikan pelayanan akademik dan pelayanan administrasi yang baik.
7. Kepada dua orang tua tercintaku Ayah dan Alm. Ibu, serta keluargaku yang telah memberikan kasih sayang, doa, serta dukungan moril maupun materil, sehingga memperlancar keberhasilan studi ini.
8. Kepada kakak-kakak senior yang telah mensupport dan membantu dalam penulisan skripsi ini.
9. Kepada seluruh keluarga besar MPS angkatan 2014 dan teman-teman Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta, semoga selalu terjaga silaturahmi diantara kita dan bias kembali dilain waktu

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kekurangan dan keterbatasan, namun demikian diharapkan karya yang sederhana ini banyak memberikan manfaat. Aamiin.

Jakarta, 3 Muharram 1440 H
13 September 2018 M

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN (ORISINILITAS).....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	9
C. Fokus dan Subfokus Penelitian.....	9
D. Perumusan Masalah	9
E. Kegunaan Penelitian	9
F. Sistematika Penulisan	10

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian.....	12
1. Waralaba.....	11
a. Pengertian Waralaba	11
b. Istilah-istilah Penting pada Waralaba.....	16
c. Unsur Terkait pada Waralaba.....	18
d. Kriteria Bisnis Waralaba	20

e. Bentuk-bentuk Waralaba.....	21
f. Biaya Awal Waralaba (<i>franchise fee</i>)	24
g. Legalitas Waralaba.....	25
2. Manfaat Waralaba.....	29
3. Prinsip Pembayaran Biaya Awal Waralaba (<i>franchise fee</i>) dalam Bisnis Waralaba Berbasis Syariah	32
4. Mekanisme Kerja Bisnis Waralaba.....	34
5. Prespektif Hukum Islam terhadap Bisnis Waralaba.....	36
6. Konsep Kerjasama dalam Islam.....	38
a. <i>Syirkah</i>	38
b. Rukun dan Syarat <i>Syirkah</i>	39
c. Bentuk <i>Syirkah</i>	40
d. Hikmah <i>Syirkah</i>	42
e. Hal-hal yang Membatalkan <i>Syirkah</i>	43
7. Konsep <i>Syirkah</i> pada Waralaba.....	44
8. Keadilan Kerjasama dalam Islam	47
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	49

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian.....	51
B. Tempat dan Waktu Penelitian	51
C. Latar Penelitian.....	51
D. Metode dan Prosedur Penelitian	52
E. Data dan Sumber Data	53
F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data	54
G. Teknik Analisis Data.....	55
H. Validitas Data	56
1. Kredibilitas.....	55
2. Transferabilitas.....	56

3. Dependabilitas.....	57
4. Konfirmabilitas	47

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....

A. Gambaran Umum tentang Latar Penelitian	59
1. Sejarah Berdirinya d'BestO <i>Chicken Burger</i>	59
2. Profil Perusahaan.....	60
3. Visi dan Misi d'BestO <i>Chicken Burger</i>	61
4. Struktur Perusahaan	62
B. Temuan Penelitian	63
C. Pembahasan Temuan Penelitian.....	69

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	82
B. Saran	83

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Hubungan Kemitraan Pewaralaba dan Terwaralaba	34
Gambar 2.2 : Hak dan Kewajiban antara Franchisor dan Franchisee	35
Gambar 4.1: Struktur Perusahaan	62
Gambar 4.2 : Skema Pembayaran Profit Sharing.....	79

DAFTAR LAMPIRAN

Pedoman Wawancara

Lembar Konsultasi Penulisan Skripsi

Surat Penelitian Riset

Contoh Rancangan Anggaran Biaya d'BestO *Chicken Burger*

Contoh Surat Perjanjian Waralaba d'BestO *Chicken Burger*

Dokumentasi Wawancara

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam membenarkan seorang Muslim berdagang dan berusaha secara perseorangan, membenarkan juga penggabungan modal dan tenaga kerja dalam bentuk perkongsian (syarikat) dagang yang berbagai bentuk. Banyak juga proyek dan perusahaan tidak cukup ditangani seorang diri, melainkan harus bergabung dan bekerja sama dengan orang lain.¹

Dimana bahwa dalam berdagang seseorang harus memiliki etika bisnis yang baik seperti tidak menipu kepada pembeli, menjual barang yang jelas kuantitas dan kualitasnya, serta tidak mengambil keutungan diluar batas kewajaran. Islam juga mengatur tentang konsep *syirkah* atau kerjasama dalam berniaga. Bagi seorang muslim, *mu'amalah* adalah persoalan duniawi yang bagi pelakunya diberi kebebasan untuk mengembangkan dan berkreasi menurut perkembangan zaman. Meskipun demikian, kebebasan dalam bermuamalah dan *syirkah* tidak boleh keluar dalam prinsip-prinsip Islam seperti keduanya dilakukan atas dasar mendahulukan manfaat dan menghilangkan mudharat.² Bisnis dalam Islam sebenarnya telah diajarkan

¹ Hamzah Ya'qub, *Kode Etik Dagang Menurut Islam*, (Bandung: CV. Diponegoro, 1984), h. 259

² Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah*, (Jakarta: CAKRAWALA, 2008), Cet pertama, h. 108

Nabi Saw. Saat menjalankan perdagangan. Karakteristik Nabi Saw., sebagai pedagang adalah, selain dedikasi dan keuletannya juga memiliki sifat *shidiq, fathanah, amanah*, dan *tabligh*. Ciri-ciri itu masih ditambah *istiqamah*. *Shidiq*, yang berarti mempunyai kejujuran dan selalu melandasi ucapan. *Fathanah*, yang berarti mengerti, memahami, dan menghayati secara mendalam segala tugas dan kewajibannya. *Amanah*, yang berarti tanggung jawab dalam melaksanakan tugas dan kewajibannya. *Tabligh*, mengajak sekaligus memberikan contoh yang baik kepada pihak lain untuk melaksanakan ketentuan ajaran-ajaran Islam. Dan *istiqamah*, yang berarti konsisten dalam iman.³

Setiap pengeolaan dan pengembangan usaha memerlukan suatu perencanaan strategis, yaitu suatu pola atau struktur yang akan mendukung menuju tujuan akhir yang ingin dicapai. Oleh karena itu, agar diperoleh suatu keharmonisan dalam sistem perdagangan atau bisnis, diperlukan suatu perdagangan yang jujur dan adil.⁴ Firman Allah QS. Al-Baqarah : 279

فَإِنْ لَّمْ تَفْعَلُوا فَأْذَنُوا بِحَرْبٍ مِّنَ اللَّهِ وَرَسُولِهِ ^ص وَإِنْ تُبْتُمْ
فَلَكُمْ رُءُوسُ أَمْوَالِكُمْ لَا تَظْلِمُونَ وَلَا تُظْلَمُونَ

Artinya:

³Saleh Uddin “Konsep Etika Bisnis Syariah” artikel diakses pada 2 Mei 2018 dari <http://hawfiq.blogspot.co.id/2012/12/konsep-etika-bisnis-syariah.html?m=1>

⁴Jusmaliani, *et,al, Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara,2008), h.54.

*“Maka jika kamu tidak mengerjakan (meninggalkan sisa riba), Maka ketahuilah, bahwa Allah dan Rasul-Nya akan memerangimu. dan jika kamu bertaubat (dari pengambilan riba), Maka bagimu pokok hartamu; kamu tidak Menganiaya dan tidak (pula) dianiaya.”*⁵

Ayat-ayat diatas menunjukkan larang yang jelas mengenai riba dan memberikan sebuah prinsip yang komprehensif dalam menentukan apakah sebuah transaksi mengandung riba atau tidak.⁶ Bisnis yang diperbolehkan oleh Islam adalah bisnis yang menghasilkan pendapatan yang halal dan berkah.⁷ Demikian pula dalam strategi pengembangan dunia bisnis, Allah berfirman QS Al-Jumu'ah: 10

فَإِذَا قُضِيَتِ الصَّلَاةُ فَانْتَشِرُوا فِي الْأَرْضِ وَابْتَغُوا مِنْ فَضْلِ اللَّهِ
وَأذْكُرُوا اللَّهَ كَثِيرًا لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

Artinya:

*“Apabila telah ditunaikan shalat, Maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah dan ingatlah Allah banyak-banyak supaya kamu beruntung.”*⁸

⁵ Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Syamil Qur'an, 2011), h.47.

⁶ Veithzail Rivai, *Islamic Marketing dalam Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2012), h.232.

⁷ Ali Hasan, *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), h.196.

⁸ Kementerian Agama RI, *op.cit.*, h. 554.

Ilmu pengetahuan semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Begitupun dengan gagasan tentang *bermu'amalah*. Pada zaman dahulu, berdagang hanya dilakukan dengan cara sederhana seperti berdagang dipasar atau menjajakan barang dagangan dengan *door to door*. Namun, sekarang terdapat berbagai macam variasi yang dibuat oleh wirausahawan dalam menjajakan produk dagangannya. Seorang penjual bahkan tidak harus bertemu dengan di pembeli. Ini adalah salah satu inovasi pemasaran dalam *bermuamalah*, hal ini dapat kita temukan pada bisnis *e-commerce*. Salah satu bentuk kerjasama yang sedang populer adalah bentuk kerjasama yang sering disebut dengan istilah (*franchise* atau waralaba). Jenis bisnis ini, menjadi semakin dikenal masyarakat dengan hadirnya perusahaan-perusahaan baru dengan konsep serta produk yang berbeda dari perusahaan-perusahaan waralaba yang sudah lebih dulu ada di pasaran. Sebagaimana dikutip oleh Gunawan Widjaja, bahwa para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks.⁹ Secara singkat dikatakan oleh Keegen bahwa ada lima macam pengembangan usaha, yaitu melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor-impor, dengan pemberian lisensi, melakukan *franchising* (pemberian waralaba) membentuk perusahaan patungan (*join venture*), melakukan penanaman modal langsung

⁹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h. 1

(*foreign direct investment*) dengan kepemilikan menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi, maupun akuisisi.¹⁰

Pada bentuk kerjasama ini pihak yang akan melakukan investasi dalam suatu usaha atau perusahaan tidak lagi melakukan penyertaan modal atau saham dalam bentuk setoran tunai ataupun memasukkan sesuatu barang atau benda yang berwujud, melainkan cukup menyerahkan penggunaan hak milik intelektual (*intellectual property right*) kepada suatu perusahaan atau badan usaha berdasarkan suatu perjanjian. Bagi pihak yang menerima hak untuk menggunakan hak milik intelektual tersebut mendapat keuntungan dengan nama besar hak merek dan hak cipta yang telah dikenal luas oleh para masyarakat, sehingga tingkat kegagalan dalam menjalankan bisnis sangat kecil dan dapat meminimalisir risiko usaha. Bentuk perjanjian kerjasama inilah yang saat ini dikenal dengan nama waralaba (*franchise*).¹¹ Format bisnis waralaba ini terdiri atas konsep bisnis yang menyeluruh, sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep *franchise* dan proses bantuan yang terus-menerus.¹²

Franchise atau waralaba bukanlah suatu industri yang baru dikenal, meskipun legalitas yuridisnya baru dikenal di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No.16 Tahun 1997 tanggal

¹⁰ *Ibid.*,

¹¹ Taufiqur Rahman, "Sistem Bisnis Waralaba Ayam Bakar Wong Solo dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Studi Keislaman*, volume 1, no 2, Maret 2015.

¹² Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, (Jakarta: PT.Pustaka Binamaan Press Indo 1999), h.4

18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/KEP/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.¹³

Salah satu wirausahawan muda yang berhasil dalam menangkap peluang pasar dan mengembangkan bisnis dengan metode *franchise* ini adalah Isaac M Singer. Isaac M Singer (1811-1875) menandai munculnya *franchise* di Amerika dengan bisnis mesin jahitnya. Dia menggunakan *franchise* untuk menjangkau distribusi pasarnya dengan cepat. Format *franchisenya* adalah dengan memberikan hak penjualan mesin jahitnya dan tanggung jawab pelatihan kepada *franchisee-nya*.¹⁴

Di Indonesia waralaba mulai berkembang pada tahun 1950-an dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an. Adalah pengusaha Es Teller 77 yang pertama-tama mempopulerkan lembaga waralaba di Indonesia. Bersama itu pula masuklah waralaba asing di Indonesia yang dirintis oleh restoran *fast food* seperti KFC, Pizza Hut, dan Prioner Friend Chicken. Setelah itu, perkembangan waralaba tidak bisa dibendung lagi. Jenisnya tidak lagi terbatas hanya pada makanan, tapi juga merambah ke sektor hotel, pendidikan, kerajinan, salon, retail, dan lain-lain.¹⁵

¹³ Gunawan Widjaja, op.cit., h. 1-2

¹⁴Tri Wahyudi, "All About Business", artikel diakses pada 03 Mei 2018 dari <http://yud71bisnis.blogspot.com/2009/10/sejarah-waralaba.html>

¹⁵Darmawan Budi Suseno, op.cit., h.1-2

Karena semakin maraknya sistem berbasis waralaba (*franchise*), dan pertumbuhan sektor ekonomi berbasis waralaba semakin berkembang terutama waralaba berkonsep Restoran atau makanan cepat saji, dan pada saat ini mulai berkembang pula sistem waralaba ini. Salah satu waralaba ini adalah “d’Besto”. D’Besto adalah salah satu merek dagang untuk produk *fried chicken* dan *burger* yang sedang berkembang. Berdiri dibawah bendera KUFC grup yang telah 21 tahun malang melintang di bisnis *fried chicken*. Dengan konsisten menjaga kualitas produk dan pelayanan, d’Besto telah menjadi terobosan di bisnis makanan siap saji di Indonesia.¹⁶ Drh Hj. Evalinda Amir bersama suaminya Setyajid, yang juga dokter hewan. Pasangan serasi Eva dan Setyajid adalah dua anak muda Indonesia lulusan IPB tahun 1989, namun saat bangku kuliah sudah mulai merintis usaha kafe bernama KUFC, dengan menu favoritnya ayam goreng. KUFC sudah buka cabang pada saat itu sekita 8 cabang di Jakarta namun pada tahun 1998 krisis moneter, Jakarta rusuh, KUFC bangkrut.¹⁷ Tahun 2010 KUFC kembali mencoba bangkit dengan terobosan dengan meluncurkan merek baru bernama d’Besto yang lebih membidik pasar di kalangan kelas menengah. Dengan meningkatkan kualitas rasa, penyesuaian potongan dan harga, serta tampilan yang lebih menarik dalam konsep mini resto, d’Besto lebih diarahkan untuk

¹⁶D’besto, “Tentang Kami”, <http://www.dbesto.co.id/about/1>, artikel diakses pada 01 Agustus 2018

¹⁷ Adi Bermasa, “Kisah Hj.Evalinda, Tertatih-tatih Merintis d’Besto Sekarang Tersebar di Indonesia”, <https://www.kompasiana.com/adibermasa/5791d72eb192738912953649/kisah-hj-evalinda-tertatihtatih-merintis-d-besto-sekarang-tersebar-di-indonesia> artikel diakses pada 01 Agustus 2018

membidik pasar kelas menengah.¹⁸ Saat ini sudah 165 cabang tersebar di Jakarta, Banten, Jawa Barat, Sumatra Barat, dan Riau. Kafe itu juga akan mengembangkan sayapnya ke Lampung, Jambi, dan Sumatra Utara. Dari 165 cabang d' Besto', Eva dan Setyajid mempekerjakan karyawan tetap 1.000 orang dan 1.000 orang lagi tenaga harian.

“Kami juga punya beragam amal usaha untuk menolong kaum dhuafa, baik di kampung suami, Bojonegoro, maupun di Jakarta, Bogor dan Ampangadang Limapuluh Kota,” katanya.

Yang menonjol adalah membantu lembaga pendidikan Islam, membangun rumah tahfiz Quran, dan banyak lagi yang lain, termasuk membantu mahasiswa IPB yang dhuafa. Jumlahnya berasal dari Minang sekitar 650 orang dan sekitar 50 persen di antaranya adalah dhuafa.¹⁹

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji penerapan *syirkah* pada waralaba d'Besto. Dimana pada zaman Rasulullah bisnis waralaba syariah ini belum ada. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian mengetahui lebih jauh tentang penerapan prinsip *syirkah* waralaba syariah yang diterapkan oleh waralaba d'Besto dalam sebuah skripsi yang berjudul ***“Penerapan Prinsip Syirkah pada Waralaba d'Besto Chicken Burger”***

¹⁸ D'besto, op.cit.,

¹⁹ Adi Bermasa, op.cit.,

B. Identifikasi Masalah

1. Maraknya bisnis waralaba yang berkembang di Indonesia
2. Adanya waralaba di Indonesia yang belum menerapkan prinsip syariah, atau belum sesuai dengan kaidah *syirkah*.
3. Sebagian masyarakat di Indonesia masih awam dengan penerapan *syirkah* dalam bisnis waralaba.

C. Fokus dan Sub Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di kemukakan sebelumnya dan agar permasalahan tidak melebar dalam penulisan skripsi ini, maka penulis perlu memberikan batasan masalah terhadap objek yang akan di kaji. Penelitian ini akan di lakukan di sebuah kantor pusat yang mengembangkan usaha kulinernya dengan sistem waralaba. Penulis merasa perlu meneliti lebih jauh tentang penerapan prinsip *syirkah* pada waralaba d'BestO *chicken burger*.

D. Perumusan Masalah

Bagaimana penerapan prinsip *syirkah* waralaba d'BestO *chicken burger*?

E. Kegunaan Penelitian

1. Secara akademis dapat menambah pengetahuan mengenai prinsip *syirkah* pada konsep waralaba ini.

2. Bagi praktisi bisnis waralaba ini, diharapkan mendapatkan pengetahuan yang lebih mendalam mengenai penerapan prinsip *syirkah* pada bisnis waralaba.
3. Bagi masyarakat luas, diharapkan skripsi ini bisa menjadi referensi bagi siapapun yang ingin mengetahui penerapan prinsip *syirkah* pada waralaba.

F. Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini akan membahas latar belakang permasalahan, fokus subfokus penelitian, perumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Dalam bab ini akan membahas tinjauan pustaka tentang pengertian waralaba, unsur-unsur yang terkait pada waralaba, istilah-istilah pada waralaba, kriteria bisnis waralaba, bentuk-bentuk waralaba, biaya awal waralaba, legalitas waralaba, manfaat waralaba, prinsip pembayaran biaya awal waralaba dalam bisnis berbasis syariah, mekanisme kerja bisnis waralaba, prespektif hukum Islam terhadap bisnis waralaba dan konsep kerjasama dalam islam, konsep *syirkah* pada waralaba, keadilan kerjasama dalam islam.

BAB III Metodologi Penelitian

Dalam bab ini akan membahas tujuan penelitian, tempat dan waktu penelitian akan dilaksanakan, latar penelitian, metode dan prosedur

penelitian yang digunakan, data dan sumber data yang di gunakan dan didapatkan dalam penelitian ini, teknik dan prosedur pengumpulan data yang digunakan, serta validitas data yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam bab ini peneliti akan menjabarkan dan menjelaskan hasil dari penelitian yang sudah di dapatkan di lokasi penelitian, membahas lebih jauh mengenai prinsip *syirkah* waralaba pada d'BestO *chicken burger*.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini peneliti akan menyimpulkan semua hasil penelitian yang didapatkan pada waralaba d'BestO *chicken burger*.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Deskripsi Konseptual Fokus dan Subfokus Penelitian

1. Waralaba

a. Pengertian Waralaba

Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung), sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa pemasaran serta bantuan operasional.²⁰

Menurut PH Colin dalam *law dictionary* mendefinisikan waralaba sebagai sebuah lisensi untuk menjual dengan menggunakan sebuah nama dari sebuah perusahaan dan sebagai timbal balik atas ini adalah dengan membayar *royalty fee*. Dan waralaba sebagai tindakan menjual sebuah lisensi untuk diperdagangkan sebagai sebuah waralaba. Definisi tersebut menekankan pada pentingnya nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan *royalty*.²¹

Suryana memaknai waralaba sebagai suatu persetujuan lisensi menurut hukum antara suatu perusahaan penyelenggara dengan penyalur atau perusahaan lain untuk melaksanakan usaha yang didalamnya mencakup penggunaan nama, merek dagang, dan

²⁰ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h.2

²¹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h.7.

prosedur penyelenggaraan secara standar *franchisor* (pemberi waralaba) yang berkelanjutan dan dilaksanakan dalam waktu tertentu.²²

Sedangkan, menurut Amir Karamoy (konsultan waralaba) “waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fees*) kepada pewaralaba hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian waralaba.”²³

Waralaba dalam dunia bisnis terkenal dengan istilah “*franchise*”, yaitu pemberian sebuah lisensi usaha oleh suatu pihak (perorangan atau perusahaan) kepada pihak lain sebagai penerima waralaba. Dengan kata lain, waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh pewaralaba kepada pihak terwaralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan

²² Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003) h.82.

²³ Rizal Cavary Marimbo, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), h.4.

standarisasi kesepakatan untuk membuka usaha dengan menggunakan merk dagang/nama dagangnya.²⁴

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 perancis 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.²⁵ Arti sederhana dari *franchise* adalah menduplikasi kesuksesan suatu usaha kepada pihak lain.²⁶

Menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud 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 dari pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan

²⁴ Nistain Odop, *Berbisnis Waralaba Murah*, (Yogyakarta: Media Press Indo, 2006), h.16-17.

²⁵ Adrian Sutedi, *op.cit.*, h.6

²⁶ Hendry E.Ramadhan, *Jitu Membeli Franchise*, (Bogor: Penebar Plus, 2010), h.7.

oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa.²⁷

Lalu, 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 No. 42 tahun 2007 tentang waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997. Dan kemudia 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 oleh Peraturan Pemerintah tentang waralaba diatas, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba di Indonesia:

- 1) Ada ikatan hukum yang jelas antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).
- 2) Ada proses pertukaran antara hak dan keistimewaan yang diberikan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah uang serta persyaratan lain sebagai syarat perjanjian.
- 3) Penerima waralaba wajib memenuhi persyaratan yang telah disetujui dalam ikatan hukum.

²⁷ Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), h.74.

4) Pemberi waralaba juga harus menyediakan dukungan dan pelatihan SDM-nya.²⁸

b. Istilah-istilah Penting dalam Waralaba

Istilah-istilah asing yang kerap terlihat dalam perbincangan mengenai waralaba kerap membingungkan. Agar memudahkan komunikasi dengan calon pewaralaba atau terwaralaba, berikut penjelasannya:

1) Pewaralaba / Pemberi Waralaba (*franchisor*)

Adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

2) Terwaralaba / Penerima Waralaba (*franchisee*)

Adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.

3) Perjanjian Waralaba

²⁸ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2011), h.522.

Adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.

4) Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW)

Adalah bukti pendaftaran yang diperoleh penerima waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang di tentukan dalam peraturan ini.²⁹

5) *Franchise Fee*

Fee (biaya) yang dikenakan kepada penerima waralaba untuk membeli merek dagang dari pemberi waralaba.

6) *Initial Fee*

Fee (biaya) dimuka yang dikeluarkan oleh penerima waralaba. Istilah ini disebut juga dengan *franchise fee*.

7) *Royalty Fee*

Fee (biaya) bulanan yang dibayarkan oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba. Bentuknya berupa presentase terhadap penjualan kotor yang dibukukan penerima waralaba.³⁰

²⁹ Rizal Cavary Marimbo, op.cit., h.5

³⁰ Hendry E.Ramadhan, op.cit., h.20

c. Unsur-unsur Terkait dalam Waralaba

Menurut *International Franchise Assosiation*, *franchise* atau waralaba pada hakikatnya memiliki tiga unsure, berikut ketiga unsure tersebut:³¹

1) Merek

Dalam setiap perjanjian waralaba, sang pewaralaba (*franchisor*) selaku pemilik dari sistem waralabanya memberika lisensi kepada terwaralaba (*franchisee*) untuk dapat menggunakan merek dagang/jasa dan logo yang dimiliki oleh pewaralaba.

2) Sistem Bisnis

Keberhasilan dari suatu organisasi waralaba bergantung pada penerapan sistem/metode bisnis tersebut berupa pedoman yang mencakup:

- a) Standarisasi produk,
- b) Metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau makanan, atau metode jasa,
- c) Standar rupa dari fasilitas bisnis,
- d) Standar periklanan,
- e) Sistem reservasi,

³¹ Rizal Cavary Marimbo, op.cit., h.6-8

- f) Sistem akuntansi,
- g) Kontrol persediaan,
- h) Kebijakan dagang,
- i) Dan lain-lain.

3) Biaya (*fees*)

Dalam setiap bisnis waralaba, sang pewaralaba baik secara langsung atau tidak langsung menarik pembayaran dari terwaralaba atas penggunaan merek atas partisipasi dalam sistem waralaba yang dijalankan. Biaya biasanya (tidak semua) terdiri atas:³²

- a) Biaya awal,
- b) Biaya *royalty*
- c) Biaya lisensi
- d) Biaya pemasaran bersama
- e) Biaya lainnya juga dapat berupa biaya atas jasa yang diberikan kepada terwaralaba misalnya : biaya manajemen.

³² *Ibid.*,

d. Kriteria Waralaba

Adapun kriteria waralaba tercantum pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007, yaitu:³³

- 1) Memiliki ciri khas usaha, yang dimaksud ciri khas adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha sejenis, dan konsumen selalu mencari ciri khas yang dimaksud. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba.
- 2) Terbukti sudah memberikan keuntungan, yang dimaksud sudah member keuntungan adalah merujuk kepada waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.
- 3) Memiliki standar atas pelayanan barang dan jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, yang dimaksud standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan

³³ Bisnis Ukm, *Waralaba Harus Memenuhi 6 Kriteria “Menurut PP NO. 42 Tahun 2007”* <https://bisnisukm.com/waralaba-harus-memenuhi-6-kriteria-menurut-pp-no-42-tahun-2007.html> artikel diakses pada 21 Agustus 2018

usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (standar operasional kerjanya).

- 4) Mudah diajarkan dan diaplikasikan, maksudnya adalah mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha waralaba dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba.
- 5) Adanya dukungan yang berkesinambungan, maksudnya adalah dukungan dari pemberi waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, promosi.
- 6) Hak Atas Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar, maksudnya adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan merek, hak cipta, hak paten, rahasia dagang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam pendaftaran instansi yang berwenang.³⁴

e. Bentuk-bentuk Waralaba

Secara umum sistem pewaralabaan (*franchising*) dibedakan menjadi dua kategori besar yaitu waralaba produk dan waralaba merek dagang, serta waralaba format bisnis Leon C. Meggingson

³⁴ *Ibid.*,

dan kawan-kawan membagi dua tipe sistem kewaralabaan sebagai berikut³⁵:

1) Waralaba Produk dan Merek Dagang (*Product and Trade Mark Franchising*)

Waralaba Produk dan Merek Dagang adalah bentuk paling sederhana, dalam format ini pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual secara luas suatu produk atau *brand* tertentu.³⁶ Atas pemberian izin tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran *royalty* dimuka dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (yang sering disebut *royalty fee*) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Sedangkan dalam *product and trade name* (atau sering disingkat *product franchise*), pemberi waralaba menghasilkan produk dan penerima waralaba menyediakan *outlet* untuk produk yang dihasilkan pemberi waralaba.³⁷

2) Waralaba Format Bisnis (*Business Format Franchising*)

Waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi dimana pemberi waralaba memberikan kepada penerima waralaba hak untuk memasarkan suatu produk dan merek dagang

³⁵ Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, (Yogyakarta: MedPress, 2008), h.21.

³⁶ Gunawan Widjaja, *op.cit.*, h.13.

³⁷ *Ibid.*,

tertentu menggunakan sistem operasi lengkap pemberi waralaba. Dalam format bisnis (*operating system franchises*) penerima waralaba diberi lisensi untuk berusaha menggunakan paket bisnis dan merek dagang yang telah dikembangkan oleh pemberi waralaba.³⁸ Format bisnis ini terdiri atas:³⁹

a) Konsep Bisnis yang menyeluruh

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

b) Proses awal dan pelatihan

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

c) Proses bantuan dan bimbingan terus-menerus

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

(1) Kunjungan berkala pihak pemberi waralaba.

³⁸ Lukman Hakim, op.cit., h.22.

³⁹ Martin Medelsohn, op.cit., h.154.

- (2) Menghubungkan antara pemberi waralaba dan seluruh penerima waralaba secara bersama-sama untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman.
- (3) Inovasi produk atau konsep, termasuk penelitian mengenai kemungkinan-kemungkinan pasar serta kesesuaiannya dengan bisnis yang ada.
- (4) Pelatihan dan fasilitas-fasilitas pelatihan untuk penerima waralaba dan mereka yang menjadi staffnya.
- (5) Riset pasar.
- (6) Iklan dan Promosi⁴⁰

f. Biaya Waralaba Awal (*franchise fee*)

Biaya ini dibebankan kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk semua jasa awal yang disediakan, termasuk biaya rekrutment sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) untuk kepentingan penerima waralaba (*franchisee*). Biasanya pemberi waralaba tidak mengambil keuntungan dari biaya-biaya tersebut.⁴¹ Semakin terkenal suatu waralaba semakin mahal *franchise fee* yang dibayarkan.⁴²

Jumlah jangka waktu awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik

⁴⁰ *Ibid.*,

⁴¹ *Ibid.*,

⁴² Adrian Sutedi, op.cit., h.73

pewaralaba dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan dalam perjanjian.

Fee awal diperlukan oleh pewaralaba untuk membantu terwaralaba, dan terdiri dari:

- 1) Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis terwaralaba (*franchisee*).
- 2) Pembuatan manual operasi untuk digunakan terwaralaba (*franchisee*).
- 3) Penyelenggaraan pelatihan awal dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
- 4) Biaya promosi/ periklanan khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*Grand Opening* terwaralaba).
- 5) Survey pemilikan / seleksi lokasi.⁴³

g. Legalitas Waralaba

Di Indonesia waralaba sebagai bentuk perjanjian, tunduk pada ketentuan umum yang berlaku bagi sahnya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam buku III kitab Undang-undang Hukum Perdata. Selain itu secara khusus, waralaba di Indonesia diatur melalui⁴⁴:

⁴³ Darmawan Budi Suseno, *op.cit.* h.55-56

⁴⁴ Saidin, *Aspek Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004), cet.4, h.517

- 1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomer 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba.
- 2) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomer 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba.

Awalnya waralaba di Indonesia tidak memiliki aturan hukum yang mengatur perjanjian waralaba. Baru pada tahun 1997 terbitlah Peraturan Pemerintah (PP) Nomer 16 tahun 1997 tentang waralaba. Pasal 1 PP ini menyatakan bahwa: “waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan jasa.⁴⁵ Dari rumusan pasal tersebut dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut:

- a) Waralaba merupakan suatu perikatan

Waralaba sebagai suatu perikatan harus tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata) tentang perjanjian (pasal1313), sahnya perjanjian (Pasal 1320) dan ketentuan Pasal 1338. Dengan demikian, apabila pihak pemberi waralaba asing

⁴⁵ Lukman Hakim, op.cit., h.50-52

dan penerima waralaba adalah orang Indonesia, maka perjanjian terikat pada PP Nomer 16 Tahun 1997 tentang waralaba.

- b) Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan cirri khas usaha, yang meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten. Sedangkan yang dimaksud cirri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Hanya saja dalam PP No. 16 Tahun 1997 tidak menjelaskan format dan bentuk harus otentik dalam akta notaris, tapi dalam PP ini ditentukan perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia (Pasal 2 ayat 1 dan 2).⁴⁶
- c) Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan pesyaratan atau penjualan barang dan jasa. Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa waralaba tidakkan diberikan dengan cuma-cuma. Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu yang secara umum dikenal ada dua macam atau dua jenis yaitu yang pertama, kompensasi langsung dalam bentuk moneter (*direct monetary compensation*) yang dikenal dengan *franchise* dan *royalty fee*.

⁴⁶ *Ibid.*,

Dan kedua kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter (*indirect and nonmonetary compensation*) antara lain:

- (1) Keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang atau modal bahan mentah (bahan setengah jadi dan barang jadi) yang meupakan satu paket dengan pemberian waralaba.
- (2) Pembayaran dalam bentuk dividen ataupun bunga pinjaman dalam hal pemberi waralaba juga turut memberikan bantuan financial dalam bentuk ekuitas (*equity participation*) atau dalam wujud pinjaman (loan) jangka pendek maupun jangka panjang.
- (3) *Cost Shifitng* atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh pemberi waralaba. Pengalihan ini biasanya dilakukan dalam bentuk kewajiban bagi penerima untuk mengeluarkan segala biaya yang diperlukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran maupun untuk mempertahankan perlindungan HAKI yang termasuk dalam paket yang diwaralabakan.⁴⁷
- (4) Perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh penerima lisensi. Dengan ini berarti pemberi waralaba memiliki akses yang lebih untuk mengembangkan waralabanya.

⁴⁷ *Ibid.*,

Keterangan-keterangan berikut harus didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 hari sejak berlakunya waralaba jika tidak dilakukan maka pencabutan izin usaha perdagangan (SIUP) dapat dilakukan.⁴⁸

Hingga sampai saat ini pemerintah mulai menaruh perhatian lebih pada industry *franchise*. pemerintah menerbitkan PP No. 42 tahun 2007 yang merupakan revisi peraturan Pemerintah sebelumnya. Peraturan ini secara khusus mengatur waralaba. Pada tahun 2008 pemerintah pun mengeluarkan PERMENDAG No. 31 tahun 2008, sebagai petunjuk pelaksanaan PP tersebut.⁴⁹

2. Manfaat-manfaat Waralaba

Martin Mendelson dalam *franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee* merumuskan keuntungan-keuntungan bagi pemberi waralaba adalah:

- a. Pemberi waralaba akan lebih mudah untuk melakukan eksploitasi wilayah yang belum masuk lingkungan organisasinya.
- b. Penerima waralaba akan mengkonsentrasikan diri secara lebih optimum pada bisnis yang diwaralabakannya tersebut, oleh karena mereka adalah pemilik bisnis itu sendiri. Penerima waralaba yang

⁴⁸ *Ibid.*,

⁴⁹ Hendry E.Ramadhan, *Franchise untuk Orang Awam*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009), h.73.

berpikiran tajam, bermotivasi kuat dan tajam pengamatannya dalam meminimalkan biaya serta memaksimalkan penjualan memiliki nilai lebih yang jauh lebih banyak daripada yang harus dan dapat diselesaikan oleh seorang manajer yang harus dibayar oleh pemberi waralaba.

- c. Pemberi waralaba cenderung untuk tidak memiliki asset outlet dagang sendiri. Tanggung jawab bagi asset tersebut diserahkan pada penerima waralaba yang memilikinya.⁵⁰

Sedangkan hal-hal yang merugikan yang mungkin dapat dihadapi oleh pemberi waralaba meliputi antara lain:

- 1) Beberapa penerima waralaba menganggap dirinya cenderung independen. Seorang penerima waralaba yang memperoleh keberhasilan, usahanya berjalan dengan baik, dan memperoleh pendapatan sesuai yang diharapkannya, cenderung membuatnya berpikir bahwa ia tidak membutuhkan pemberi waralaba lagi. Akan timbul suatu keyakinan pada dirinya bahwa faktor keberhasilannya berasal dari inisiatifnya sendiri dalam menjalankan usaha dengan baik. Sikap seperti ini akan menjadi masalah dan tantangan bagi pemberi waralaba.

⁵⁰ Gunawan Widjaja, op.cit., h.26.

- 2) Pemberi waralaba harus memiliki keyakinan untuk menjamin bahwa standar kualitas barang dan jasa dijaga melalui rantai waralaba. Pemberi waralaba harus dapat menyediakan staf pendukung lapangan yang akan bertindak sebagai penyedia dari standar-standar tersebut serta untuk memberikan bantuan bagi penerima waralaba untuk mengatasi masalah yang mungkin akan dihadapi oleh penerima waralaba.
- 3) Hindari timbulnya kemungkinan kurangpercayaan diantara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.
- 4) Pemberi waralaba harus yakin bahwa orang yang telah diseleksi sebagai waralaba sesuai untuk tipe waralaba tertentu dan mempunyai kapasitas untuk menerima tanggung jawab dan tekanan untuk memiliki dan menjalankan bisnisnya sendiri.⁵¹

Selain itu, manfaat banyak sekali, terutama untuk terwaralaba. Karena terwaralaba tidak memerlukan pengetahuan dasar dan pengetahuan khusus. Karena dalam menjalankan usaha waralaba ini, terwaralaba meminta bantuan, sebagai pelatihan bagi staf terwaralaba dari pewaralaba, diberikan bantuan pembelian peralatan, bahkan terwaralaba mendapatkan pengetahuan khusus serta pengalaman dari organisasi dan manajemen kantor pusat pewaralaba, walaupun ia tetap mandiri.

⁵¹ *Ibid*, h.28-31.

3. Prinsip pembayaran Biaya Awal Waralaba (*franchise fee*) dalam Bisnis Waralaba Berbasis Syariah

Dalam pembayaran *franchise fee* bisnis waralaba berbasis syariah, sesuai dengan kaidah *syirkah abdan* dan *syirkah inan* yang dalam akadnya pengambilan keuntungan dua mitra yang berkerjasama dalam hal ini pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) diperbolehkan setelah usaha berjalan. *Franchisor* tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari penjualan bahan baku utama yang merupakan satu paket pemberian waralaba.

Berbeda dengan pengambilan keuntungan atas pemanfaatan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) dalam *franchise fee* hal ini diperbolehkan sebagai kompensasi atas dipergunakannya hak atas kekayaan intelektual *franchisor* oleh *franchisee* yang ditegaskan dalam keputusan fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan hak atas kekayaan intelektual.⁵²

Firman Allah Swt tentang larangan memakan hak orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain terdapat dalam Al-Baqarah ayat 188.

⁵² Balgis Bin Faruk Machrus, *Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah*, dalam *Jurnal Ilmiah*, 2015, h.2.

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

*Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui.*⁵³

Franchise fee yang dibebankan *franchisor* kepada *franchisee* sebagai kompensasi atas pemanfaatan dan penghargaan hak atas kekayaan intelektual yang telah dimiliki *franchisor* boleh terdapat kompensasi, tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (*indirect moneter compensasion*). Hak atas kekayaan intelektual harus dihargai.⁵⁴

4. Mekanisme Kerja Bisnis Waralaba

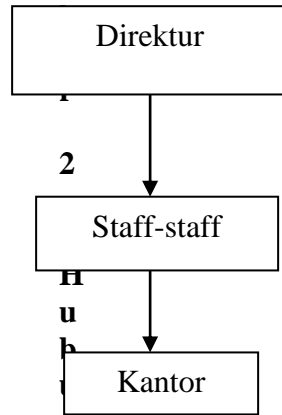
Mekanisme dalam waralaba berdasarkan prinsip kesetaraan atau saling menguntungkan. Dalam sistem ini terdapat pelaku bisnis yang sukses kemudian menyebarluaskan kesuksesannya kepada pihak lain.

Hubungan kemitraan usaha antara pewaralaba dan terwaralaba sebagai berikut:

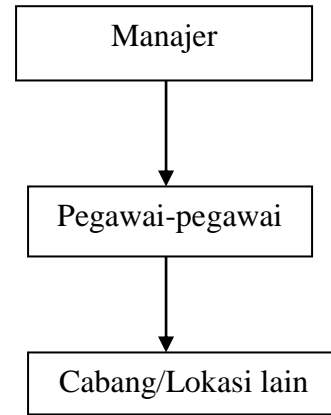
⁵³ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2010*, (Depok: Al-Huda, 2012), h. 29.

⁵⁴ Balgis Bin Faruk Machrus, op.cit., h.7.

G
PEWARALABA
m



TERWARALABA



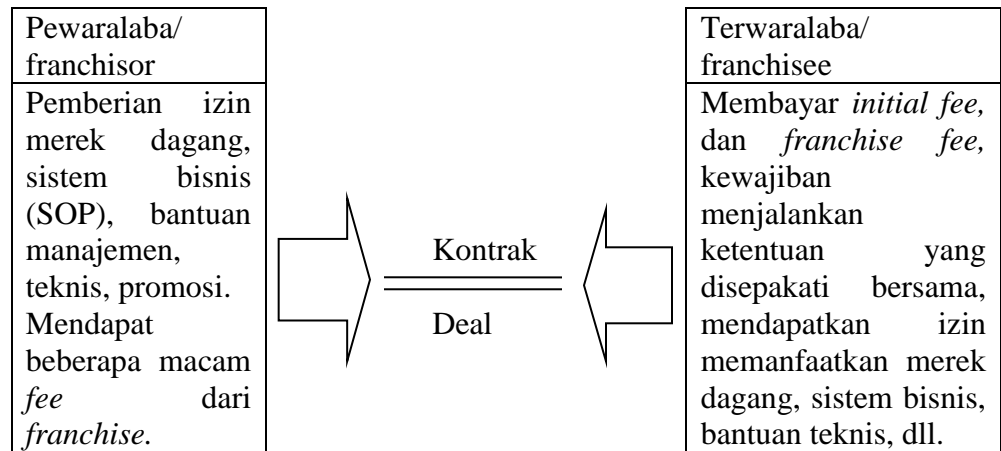
Kemitraan Pewaralaba dan Terwaralaba

Pewaralaba memberikan bantuan manajemen, teknis, dan pemasaran kepada terwaralaba selama keduanya terikat dalam kontrak. Bantuan yang diberikan tidak hanya ketika terwaralaba dalam kondisi stabil, tetapi lebih khusus saat waralaba dalam situasi krisis.

Terwaralaba membayar *fee* atas izin menggunakan dagang dan sistem bisnis. Sedangkan pembayaran *royalty* digunakan sebagai timbale jasa atas bantuan manajemen, teknik, dan promosi yang diberikan oleh pewaralaba secara kontinu.⁵⁵

⁵⁵ *Ibid.*, h.50.

Berikut ini yang digambarkan beberapa hak dan kewajiban yang diberikan *franchisor* kepada *franchisee* ataupun sebaliknya, yaitu sebagai berikut:



Gambar 2.2

Hak dan Kewajiban antara *Franchisor* dan *Franchisee*

Berdasarkan diagram diatas diketahui beberapa unsur yang lazim dalam waralaba sebagai yang diikuti Gunawan Widjaja, Martin Medelsohn dalam bukunya *franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee* disebutkan waralaba format bisnis, terdiri dari:

- a. Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba
- b. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, termasuk didalamnya pelatihan menggunakan peralatan, metode pemasaran, penyiapan produk, dan penerapan proses.

- c. Proses bantuan dan bimbingan terus-menerus dari pihak pemberi waralaba selama masa perjanjian masih berlangsung.⁵⁶

5. Prespektif Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba

Bila diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan dalam waralaba dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah*). Hal ini disebabkan oleh karena adanya perjanjian waralaba (*franchise*) itu, maka secara otomatis antara *franchisor* dengan *franchisee* terbentuk hubungan kerjasama untuk suatu waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerjasama tersebut dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak.

Suatu waralaba adalah suatu bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak kecil dan menengah di Negara kita, apabila kegiatan waralaba tersebut dapat mempergunakan barang-barang hasil produksi dalam negeri maupun untuk melaksanakan kegiatan yang tidak akan merugikan kepentingan dari pengusaha kecil dan menengah tersebut. Sehingga dari segi ke maslahatan usaha waralaba ini juga bernilai positif sehingga dapat dibenarkan menurut hukum Islam. Pada dasarnya, sistem waralaba merupakan sistem yang baik untuk belajar bagi penerima waralaba (*franchisee*), jika suatu saat berhasil dapat melepaskan diri dari pemberi

⁵⁶ *Ibid.*, h.14.

waralaba (*franchisor*) karena biaya yang dibayar cukup mahal dan selanjutnya dapat mendirikan usaha sendiri atau bahkan membangun bisnis waralaba yang islami.

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis (*moral hazard*). Filter tersebut dengan komitmen menjauhi pantangan dibawah ini:⁵⁷

- a. *Maysir*, yaitu segala bentuk spekulasi judi (*gambling*) yang mematkan sektor rill dan tidak produktif.
- b. *Asusila*, yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan norma social.
- c. *Gharar*, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
- d. *Haram*, yaitu objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.
- e. *Riba*, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman.
- f. *Ihtikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.

⁵⁷ Budi Prasetyo, "*Prespektif Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba*", dalam *Hukum dan Dinamika Masyarakat*, Vol.4, No.2, 2007, h.221.

Dalam perjanjian waralaba (*franchise*) perlu diadopsi nilai-nilai perekonomian Islam, diantaranya tidak mendzalimi maupun didzalimi, sehingga terjadi keseimbangan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).⁵⁸

6. Konsep Kerjasama dalam Islam

a. *Syirkah*

Kerja sama dalam Islam disebut dengan *syirkah*. Secara Bahasa kata *syirkah* berarti *al-ikhtilath* yang artinya campur atau percampuran. *Syirkah* diartikan *ikhtilath* karena didalamnya terjadi percampuran harta antara beberapa orang yang berserikat, dan harta tersebut kemudian menjadi satu kesatuan modal bersama. Sedangkan Ibrahim Anis mengemukakan arti *syirkah* menurut Bahasa ialah “Ia bersekutu dalam suatu persekutuan: masing-masing dari kedua peserta itu memiliki bagian dari padanya”.⁵⁹

Dari pemaknaan secara harfiah tersebut kemudian pengertian *syirkah* secara istilah di kalangan para ahli berkembang menjadi aneka ragam yang diantaranya:⁶⁰

- 1) Menurut Sayyid Sabbiq, yang dimaksud dengan *syirkah* ialah:

⁵⁸ *Ibid.*,

⁵⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010), h.202.

⁶⁰ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali,2010), h.125.

“Akad antara dua orang atau lebih yang berserikat pada pokok harta benda (modal) dan keuntungan”.

2) Hasbi Ash-Shiddieqie menjelaskan *syirkah* sebagai :

“Akad yang berlaku antara dua orang atau lebih untuk *ta'awun* dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungannya”.

3) Idris Ahmad menyatakan bahwa *syirkah* sama dengan syarikat dagang yakni adanya kesepakatan antara dua orang atau lebih untuk bekerjasama dengan cara menyerahkan modal masing-masing dimana keuntungan dan kerugiannya diperhitungkan menurut besar kecilnya modal.⁶¹

b. Rukun dan Syarat *Syirkah*

Rukun *syirkah* adalah sesuatu yang harus ada ketika *syirkah* itu berlangsung. Menurut ulama Hanafiyah rukun *syirkah* hanya ada dua yaitu *ijab* dan *qabul*. Sebab *ijab* dan *qabul* (akad) yang menentukan adanya *syirkah*. Adapun yang lain seperti dua orang atau pihak yang berakad dan harta berada di luar pembahasan akad seperti dalam jual beli.⁶² Adapun menurut Abdurrahman al-Jarizi rukun *syirkah* meliputi dua orang yang berserikat, sighthat, objek akad *syirkah* baik itu berupa harta maupun kerja. Adapun menurut jumhur

⁶¹ *Ibid.*,

⁶² Hendi Suhendi, op.cit., h.127.

ulama rukun *syirkah* sama dengan apa yang dikemukakan oleh al-Jarizi di atas.⁶³

Jika dikaitkan dengan pengertian rukun yang sesungguhnya maka sebenarnya pendapat al-Jarizi atau jumbuh ulama lebih tepat sebab di dalamnya terdapat unsur-unsur penting bagi terlaksananya *syirkah* yaitu dua orang yang berserikat dan objek *syirkah*. Adapun pendapat Hanafiyah yang membatasi rukun *syirkah* pada *ijab* dan *qabul* saja itu masih bersifat umum karena *ijab* dan *kabul* berlaku untuk semua transaksi.

c. Bentuk *Syirkah*

Syirkah secara umum terbagi dalam tiga bentuk, yaitu *syirkah ibahah*, *syirkah amlak*, dan *syirkah uqud*.

- 1) *Syirkah Ibahah*, yaitu persekutuan hak semua orang untuk dibolehkan menikmati manfaat sesuatu yang belum ada di bawah kekuasaan seseorang.
- 2) *Syirkah Amlak (Milik)*, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih untuk memiliki suatu benda. *Syirkah Amlak (Milik)* terbagi dua yaitu:
 - (a) *Syirkah Milik Jabriyah* yang terjadi tanpa keinginan para pihak yang bersangkutan, seperti persekutuan ahli waris.

⁶³ Abdurahman Ghazaly, *et.al.*, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) Cet ke-1, h.129.

(b) *Syirkah Milik Ikhtiyariyah* yang terjadi atas keinginan para pihak yang bersangkutan.⁶⁴

3) *Syirkah Uqud*, persekutuan antara dua orang atau lebih yang timbul dengan adanya perjanjian. *Syirkah Uqud* terbagi empat, yaitu *syirkah amwal*, *syirkah amal*, *syirkah wujuh*, dan *syirkah mudharabah*.

(a) *Syirkah Amwal*, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal/ harta. *Syirkah Amwal* terbagi menjadi dua yaitu:

(1) *Syirkah al I'nan*, adalah persetujuan antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan dengan ketentuan, keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan dan modal masing-masing tidak harus sama.

(2) *Syirkah al Mufawadhah* adalah persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal dan keuntungannya dengan syarat besar modal masing-masing yang disertakan harus sama.

(b) *Syirkah Abdan* (Amal), yaitu perjanjian kerjasama dua orang atau lebih yang memiliki keahlian atau profesi untuk

⁶⁴ *Ibid.*, h. 133

menyelesaikan suatu pekerjaan dimana keuntungannya dibagi bersama.

(c) *Syirkah wujuh*, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dengan modal harta dari pihak luar untuk mengelola modal bersama-sama dengan membagi keuntungan sesuai perjanjian.

(d) *Syirkah mudharabah* adalah perseroan antara tenaga dan harta seseorang yang digunakan untuk berbisnis, dengan ketentuan bahwa keuntungan yang diperoleh akan dibagi oleh masing-masing pihak sesuai dengan kesepakatan.⁶⁵

d. Hikmah *Syirkah*

Ajaran Islam, mengajarkan supaya kita menjalin kerja sama dengan siapa pun terutama dalam bidang ekonomi dengan prinsip saling tolong menolong dan menguntungkan, tidak menipu dan tidak merugikan. *Syirkah* pada hakikatnya adalah sebuah kerja sama yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki baik berupa harta atau pekerjaan. Maka hikmah yang dapat kita ambil dari *syirkah* yaitu adanya tolong menolong, saling membantu dalam kebaikan, menjauhi sifat egoisme, menumbuhkan saling percaya, dan menimbulkan keberkahan dalam usaha jika tidak berkhianat.⁶⁶

⁶⁵ *Ibid.*, h. 135

⁶⁶ Abdurahman Al-Ghazaly, *et.al*, op.cit., h.135.

e. Hal-hal yang Membatalkan *Syirkah*

Hal-hal yang membatalkan *syirkah* ada yang sifatnya umum dan berlaku untuk semua *syirkah*, dan ada yang khusus untuk *syirkah* tertentu, tidak untuk *syirkah* yang lain:⁶⁷

1) Sebab-sebab yang membatalkan *syirkah* secara umum adalah sebagai berikut:⁶⁸

- a) Pembatalan oleh salah seorang anggota serikat. Hal tersebut dikarenakan akad *syirkah* merupakan akad yang *jaiz* dan *ghair lazim*, sehingga memungkinkan untuk di-*fasakh*.
- b) Meninggalnya salah seorang anggota serikat. Apabila salah seorang anggota serikat meninggal dunia, maka *syirkah* menjadi batal atau *fasakh* karena batalnya hak milik, dan hilangnya kecakapan untuk melakukan *tasarruf* karena meninggal.
- c) Murtadnya salah seorang anggota serikat dan berpindah domisilinya ke Darul Harb. Hal ini disamakan dengan kematian.
- d) Gilanya peserta yang terus menerus, karena gila menghilangkan status wakil dari *wakalah*, sedangkan *syirkah* mengandung *wakalah*.

⁶⁷ Ahmad Wardi Muslich, op.cit., h.125-126.

⁶⁸ *Ibid.*,

- 2) Sebab-sebab yang membatalkan *syirkah* secara khusus, adapun hal-hal yang menyebabkan batalnya *syirkah* secara khusus adalah sebagai berikut:
- a) Rusaknya harta *syirkah* seluruhnya atau harta salah seorang anggota serikat sebelum digunakan untuk membeli barang dalam *syirkah amwal*.
 - b) Tidak terwujudnya persamaan modal dalam *syirkah mufawadah* ketika akad akan dimulai. Hal tersebut karena adanya persamaan antara modal pada permulaan akad merupakan syarat yang penting untuk keabsahan akad.⁶⁹

7. Konsep *Syirkah* pada Waralaba

Bila diperhatikan dari sudut format usaha yang dilakukan dalam usaha waralaba, sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk *syirkah*.⁷⁰ *Syirkah* atau sering disebut juga *musyarakah* adalah akad kerjasama 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

⁶⁹ *Ibid.*,

⁷⁰ Adrian Sutedi, op.cit., h.42.

sama.⁷¹ Unsur-unsur yang ada dalam kerja sama bentuk waralaba adalah:⁷²

- a. Kesepakatan (perjanjian waralaba) atau biasa disebut dengan *ijab* dan *qabul*.
- b. 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.⁷³
- c. Peralatan (alat atau sarana yang digunakan dalam operasional bisnis waralaba yang disebut modal).
- d. Keuntungan (bagi-hasil) didasarkan atas kesepakatan bersama berdasarkan presentase kewajiban yang diberikan oleh masing-masing pihak.

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

⁷¹ Zulkifli Sunarto, *Panduan Praktis Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004), h.51.

⁷² Darmawan Budi Suseno, *op.cit.*, h.98-99.

⁷³ *Ibid.*,

Adapun aktivitas finansial yang dilakukan pemberi waralaba adalah memberikan izin menggunakan merek dagang, control dan asistensi sementara pihak penerima waralaba menyediakan modal an menjalankan bisnis secara langsung. Jadi waralaba lebih tepatnya digolongkan dalam *syirkah uqud* (akad) karena yang diserikatkan adalah modal dan keuntungannya.⁷⁴ Bukan *syirkah amlak* dimana yang diserikatkan adalah kepemilikan barangnya.

Mencermati sistem operasional bisnis waralaba sebagaimana peraturan Menteri Perdagangan RI Nomer 12 Tahun 2006, maka dalam bisnis waralaba, masing-masing pihak baik pemberi maupun penerima waralaba tidaklah sama dalam hal perolehan hak dan kewajiban. Artinya, dalam modal, kerja, tanggung jawab, berbagi laba, resiko, bagi masing-masing mitra bisnis tidak sama.⁷⁵

Sebagai kemitraan bisnis, pihak pemberi waralaba bermodalkan hak kekayaan intelektual dan tenaga ahli bisnis, sedang penerima waralaba bermodalkan harta dan tenaga. Masing-masing mitra bisnis tersebut bersepakat untuk berbagi hasil dan resiko dari usaha bisnis yang dijalankan sesuai dengan kuatitas dan kualitas beban kerja atau kewajiban masing-masing. Gabungan jenis modal yang beragam dan berbagi hasil

⁷⁴ Maulana Hasanudin dan Jaih Mubarak, *op.cit.*, h.30.

⁷⁵ Harun, "Bisnis Waralaba di Indonesia Prespektif Hukum Islam", *Jurnal SUHUF*, Vol. 23, No. 2, 2011, h.151.

dan resiko yang beragam pula merupakan aplikasi dari akad *syirkah inan*.⁷⁶ Sedangkan untuk menjelaskan kedudukan pemberi waralaba yang hanya memberikan tenaga dan kekayaan intelektualnya sebagai modal dalam persekutuan ini ada kesesuaian dengan *syirkah abdan*. Jadi pada intinya *syirkah* dalam waralaba selain merupakan perserikatan berbagai modal dari pemberi waralaba, pihak yang bermitra berhak ikut terlibat dalam manajemen usaha, para pihak dapat membagi pekerjaan mengelolah usaha sesuai kesepakatan.⁷⁷

8. Keadilan Kerjasama dalam Islam

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.⁷⁸

⁷⁶ Umer Chapra, *Sistim Moneter Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000), h.34.

⁷⁷ *Ibid.*,

⁷⁸ Gading Mahendra, *Keadilan dalam Islam dan Bisnis*, <https://gadingmahendradata.wordpress.com/2009/11/27/keadilan-dalam-islam-dan-bisnis/>, diakses pada 08 Agustus 2018

Syaikh Al-Qaradhawi mengatakan, sesungguhnya pilar penyangga kebebasan ekonomi yang berdiri atas pemuliaan fitrah dan harkat manusia disempurnakan dan ditentukan oleh pilar penyangga yang lain, yaitu keadilan. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip yang sekunder. Ia adalah dasar dan fondasi kokoh yang memasuki semua ajaran dan hukum Islam berupa akidah, syariah, dan akhlak (moral).⁷⁹

Al Quran memperingatkan para pelaku bisnis yang tidak memperhatikan kepentingan orang lain, sebagaimana Islam juga memperingatkan sesuatu yang akan menimbulkan kerugian kepada orang lain, dan bahwa itu bukan hanya tidak disetujui tetapi lebih dari itu, perilaku demikian sangatlah dikutuk. Seperti dalam QS.Hud ayat 18:

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا ۖ أُولَٰئِكَ يُعْرَضُونَ
عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ أَلَّا شَهِدُ هَٰؤُلَاءِ الَّذِينَ كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ
أَلَّا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٨﴾

Artinya:

Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata: "Orang-orang inilah yang telah

⁷⁹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Syula, *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006), h. 113.

*berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, laknat Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim, (QS.Hud: 18).*⁸⁰

B. Hasil Penelitian yang Relevan

1. Syarah Septiana (2008) "*Konsep Aplikasi Franchise dalam Hukum Ekonomi Islam (Studi pada LKS Berkah Madani)*" Fakultas Sya'riah dan Hukum jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Jakarta.⁸¹
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Aplikasi *Franchise* yang dilakukan di LKS Berkah Madani dalam Hukum Ekonomi Islam. Penelitian sama-sama membahas tentang waralaba, tetapi berbeda dalam tempat penelitian dan objek yang diteliti.
2. Fita Nurotul Faizah (2015) "*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Semarang.⁸²
Persamaan dalam penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang perkembangan bisnis, tetapi berbeda dengan penulis karena penulis lebih fokus kepada penerapan prinsip *syirkah* dan waralaba.

⁸⁰ Departemen Agama RI, op.cit., h.224.

⁸¹ Syarah Septiana "*Konsep dan Aplikasi Franchise dalam Hukum Ekonomi Islam (Studi pada LKS Berkah Madani)*" Fakultas Sya'riah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Jakarta, (Jakarta,2008)

⁸² Fita Nurotul Faizah "*Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan*" Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Semarang, (Semarang,2015)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui penerapan prinsip *syirkah* pada waralaba d'Besto.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Pusat d'Besto di Jl. M. Kahfi I Gg. Pembangunan No.55, Cipedak Jagakarsa, Jakarta Selatan 12630. Penelitian ini dilakukan mulai tanggal 19 April 2018 sampai dengan selesainya penelitian ini.

C. Latar Penelitian

Seperti yang sudah dijelaskan di dalam latar belakang, bahwa penelitian ini akan dilakukan di Kantor Pusat d'Besto guna mengetahui bagaimana penerapan *syirkah* dan teknis waralaba yang di terapkan oleh pemilik waralaba d'Besto. Yang berdiri sejak tahun 2010, berawal dari bisnis KUFC yang berdiri pada tahun 1994, kemudian bangkrut karna krisis moneter pada tahun 1998, sehingga tahun 2010 KUFC kembali mencoba bangkit dengan terobosan dengan meluncurkan merek baru bernama d'Besto yang lebih

membidik pasar di kalangan kelas menengah. Dengan meningkatkan kualitas rasa, penyesuaian potongan dan harga, serta tampilan yang lebih menarik dalam konsep mini resto, d'BestO lebih diarahkan untuk membidik pasar kelas menengah. Saat ini sudah 165 cabang tersebar di Jakarta, Banten, Jawa Barat, Sumatra Barat, dan Riau. Kafe itu juga akan mengembangkan sayapnya ke Lampung, Jambi, dan Sumatra Utara.

D. Metode dan Prosedur Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah pendekatan kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dan peneliti berfungsi sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif menekankan *makna* daripada *generalisasi*.

Objek dalam penelitian kualitatif adalah objek alamiah, atau *natural setting*, sehingga metode penelitian ini sering disebut sebagai metode *naturalistik*. Objek yang alamiah adalah objek yang apa adanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saat peneliti memasuki objek, setelah berada dalam objek, dan setelah keluar dari objek relative tidak berubah.⁸³ Jenis penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian deskriptif, yaitu

⁸³ Boedi Abdullah dan Beni Ahmad Saebani, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2014), Cet-1, h.49.

penelitian yang hanya menggambarkan, meringkas berbagai kondisi, situasi atau berbagai variabel.⁸⁴

Jadi jenis penelitian deskriptif kualitatif juga merupakan penelitian sosial yang sekedar untuk melukiskan atau menggambarkan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti tanpa mempersoalkan hubungan antar variabel, penelitian kualitatif berusaha menampilkan secara holistic (utuh) yang membutuhkan kecermatan dalam pengamatan, sehingga kita dapat memahami secara menyeluruh hasil penelitian.⁸⁵

E. Data dan Sumber Data

1. Data Primer

Menurut S. Nasution data primer adalah data yang dapat diperoleh secara langsung dari lapangan atau tempat penelitian.⁸⁶ Sedangkan menurut Lofland bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata dan tindakan. Kata-kata dan tindakan adalah sumber data yang di peroleh dari lapangan dengan mengamati atau mewawancarai. Data primer yang akan di peroleh langsung dari wawancara dengan pihak d'Besto mengenai penerapan prinsip *syirkan* pada waralaba d'Besto.

2. Data Sekunder

⁸⁴ M.Manulang, Dasar-Dasar Manajemen, (Jakarta : Balai Aksara, 1999) h. 137.

⁸⁵ Burhan Bungin, Metodologi Penelitian Sosial, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), h.33.

⁸⁶ Nasution, *Azas-azas Kurikulum*, (Bandung: Ternate, 1964), h.34.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data ini biasanya digunakan langsung untuk melengkapi data primer, mengingat bahwa data primer dapat dikatakan sebagai data praktek yang ada secara langsung dilapangan karena penerapan suatu teori.⁸⁷ Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari literature-literature berupa buku, internet serta jurnal yang memiliki keterkaitan dengan penelitian.

F. Teknik dan Prosedur Pengumpulan Data

Fase terpenting dari penelitian adalah pengumpulan data. Metode pengumpulan data sangat erat hubungannya dengan masalah penelitian yang ingin dipecahkan. Masalah memberi arah dan mempengaruhi penentuan metode pengumpulan data.

1. Field Research (Penelitian Lapangan)

Yaitu penelitian langsung berhubungan dengan objek kajian yang diteliti. Dimana penelitian ini langsung dilakukan pada kantor pusat d'BestO

2. Wawancara

Wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data untuk informasi yang digali dari sumber data langsung melalui percakapan atau Tanya jawab.⁸⁸

⁸⁷ Joko, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Prima, 1991) h.87.

⁸⁸ *ibid.*, h.130.

Wawancara yang dilakukan untuk mencari tahu segala sesuatu yang berkaitan dengan prinsip *syirkah* pada waralaba d'Besto. Wawancara dilakukan oleh peneliti agar mendapatkan data yang lengkap dengan mewawancarai Manager Marketing d'Besto yang benar-benar mengerti penerapan prinsip *syirkah* dan konsep waralaba yang diterapkan di d'Besto.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data berupa sumber data tertulis yang berupa penjelasan serta pemikiran tentang fenomena aktual dan sesuai masalah penelitian.⁸⁹ Dokumen bias berbentuk tulisan, gambar, atau dokumen-dokumen perusahaan yang diperlukan dan dianggap perlu.

G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan kedalam pola, memilih mana yang penting yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.⁹⁰ Pengelolaan data digunakan untuk diolah dengan metode kualitatif yang hasilnya kelak berupa

⁸⁹ Muhammad, *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), h.103.

⁹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alabeta, 2010) Cet.10, h.335.

uraian deskriptif atau penjelasan bukan di dalam bentuk data yang berupa angka.

H. Validitas Data

Untuk mendapatkan keabsahan data maka peneliti menggunakan beberapa teknik pemeriksaan keabsahan data,⁹¹ yaitu:

1. Kredibilitas

Teknik pemeriksaan derajat kepercayaan (kredibilitas) teknik ini dapat dilakukan dengan jalan:

- a. Keikutsertaan peneliti sebagai instrument (alat) tidak hanya dilakukan dalam waktu singkat, tetapi memerlukan perpanjangan keikutsertaan peneliti, sehingga memungkinkan peningkatan derajat kepercayaan data yang dikumpulkan.
- b. Ketentuan pengamatan, yaitu untuk menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dan situasi yang sangat relevan dengan persoalan yang sedang dicari dan kemudian memusatkan diri pada hal-hal tersebut secara rinci.
- c. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain untuk keperluan pengecekan atau suatu pembandingan. Teknik yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan terhadap sumber-sumber lain.

⁹¹ Lexy J. Moleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991), h.175.

d. Kecukupan refensial yakni bahan-bahan yang tercatat dan terekam dapat digunakan sebagai patokan untuk menguji atau menilai sewaktu-waktu diadakan analisis dan interpretasi data.

2. Transferabilitas

Teknik ini meneliti agar laporan hasil fokus penelitian dilakukan setelah dan secermat mungkin yang menggambarkan konteks tempat penelitian yang diadakan. Uraian harus mengungkap secara khusus segala sesuatu yang dibutuhkan oleh pembaca agar mereka dapat memahami penemuan-penemuan yang diperoleh.

3. Dependabilitas

Teknik pemeriksaan ketergantungan dengan cara auditing ketergantungan. Teknik ini dapat dilaksanakan apabila tidak dilengkapi dengan catatan pelaksanaan keseluruhan proses dan hasil penelitian. Pencatatan itu diklasifikasinya dari data mentah sehingga formasi tentang pengembangan instrument sebelum auditing dilakukan agar dapat mendapatkan persetujuan antara auditor dan auditi terlebih dahulu.⁹² Bagaimana peneliti mulai menentukan masalah atau fokus, memasuki lapangan, menentukan sumber data, melakukan analisis data, melakukan uji keabsahan data, sampai membuat kesimpulan harus dapat ditunjukkan oleh peneliti. Jika peneliti tidak mempunyai dan tidak dapat menunjukkan

⁹² Lexy J. Moleong, *op.cit.*, h.178.

jejak aktivitas lapangan , maka dependabilitas penelitiannya patut diragukan.

4. Konfirmabilitas

Dalam penelitian kualitatif, uji konfirmabilitas mirip dengan uji dependabilitas, sehingga pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Uji konfirmabilitas ini sebenarnya yang dilakukan adalah melihat keterkaitan hasil uji produk dengan hasil audit proses. Apabila hasil audit produk merupakan fungsi dari proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar konfirmabilitas.⁹³

⁹³Nurisma Ayundia, “Strategi Promosi Produk Asuransi Syariah” (Studi pada PT.Asuransi Bintang Tbk)”, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2017), h.57.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Tentang Latar Penelitian

1. Sejarah Berdirinya d'BestO *Chicken Burger*

Berawal pada bulan Maret 1994, Dua orang alumni fakultas kedokteran hewan IPB, drh.Setyajid dan drh.Evalinda untuk pertama kalinya membuka usaha kecil ayam goreng krispi dengan format kaki lima diberi nama Kentuku *Fried Chicken*, atau lebih dikenal sebagai KUFC. Sebagai penyedia makanan siap saji untuk masyarakat kelas bawah, KUFC ternyata mendapat respon positif dari masyarakat bahkan menjadi pionir dalam usaha *fried chicken* krispi kaki lima.

KUFC berkembang hingga membuka banyak cabang di luar kota, seperti Yogyakarta, Padang, Mataram, Bali dan Bandung.

KUFC mengalami masa surut saat diterpa krisis moneter nasional-internasional di tahun 1998, juga ketika beberapa kali terjadi wabah flu burung. beberapa cabang di luar kota terpaksa ditutup dan hanya menyisakan sedikit gerai saja di wilayah Bogor dan Depok.

Tahun 2010 KUFC kembali mencoba bangkit dengan terobosan dengan meluncurkan merek baru bernama d'BestO yang lebih membidik pasar di kalangan kelas menengah. Dengan meningkatkan kualitas rasa, penyesuaian potongan dan harga, serta tampilan yang lebih menarik dalam konsep mini resto, d'BestO lebih diarahkan untuk membidik pasar kelas menengah. Tidak lagi hanya ayam goreng krispi, tetapi juga *burger* dan *spaghetti*, di samping produk pelengkap seperti *french fries*, dan beberapa minuman. Tampilan yang khas dan lebih *eye catching brand* d'BestO *chicken burger* telah hadir menjadi nama yang cukup diperhitungkan di tengah persaingan bisnis kuliner di wilayah Jabodetabek.⁹⁴

Dalam menjalankan bisnis tersebut d'BestO *chicken burger* berkantor pusat di Jl. M. Kahfi I Gg. Pembangunan No.55, Cipedak Jagakarsa, Jakarta Selatan 12630. Dengan desain sebuah rumah berlantai 3.

2. Profil Perusahaan

Nama Perusahaan : PT. Setya Kuliner Mandiri

Alamat : Jl. M. Kahfi I Gg. Pembangunan
No.55, Cipedak Jagakarsa, Jakarta
Selatan 12630.

Email : dbesto.skm@gmail.com

⁹⁴ D'besto, *Sejarah d'BestO*, <http://www.dbesto.co.id/about/2>, artikel diakses pada 9 September 2018

No Telp : 021-2912 0597

Tahun Berdiri : 1994

3. Visi dan Misi d'BestO *Chicken Burger*

a. Visi

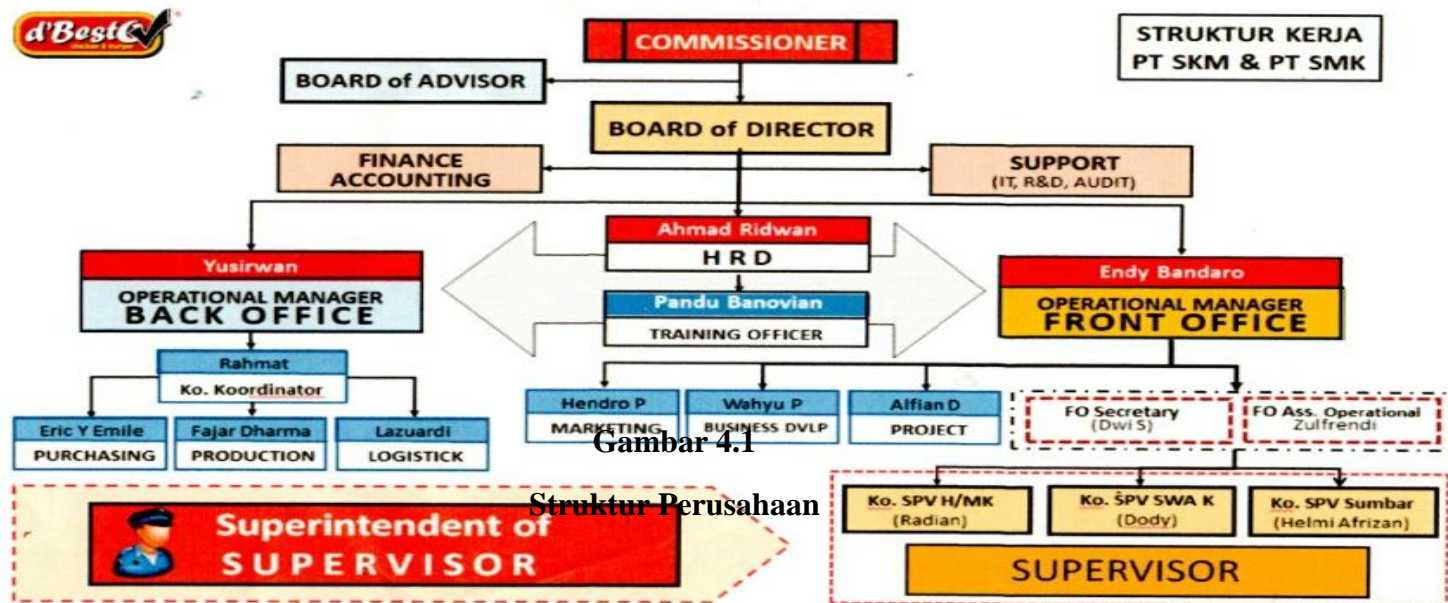
Menjadi *market leader* untuk bisnis kuliner resto *fried chicken* dan *burger* di segmen kelas menengah di Indonesia.

b. Misi

Menjadi perusahaan yang bisa memberi manfaat serta jalan kebaikan dan maslahat bagi banyak pihak meliputi karyawan, keluarga dan khalayak umum.⁹⁵

⁹⁵ D'besto, *Visi dan Misi*, <http://www.dbesto.co.id/about/2>, artikel diakses pada 9 September 2018

4. Struktur Perusahaan



Gambar 4.1

Struktur Perusahaan

B. Temuan Penelitian

1. Bagaimana cara bergabung dengan waralaba d'BestO *chicken burger*?

Apa saja ketentuannya ?

Bergabung dengan waralaba d'BestO *chicken burger* tidaklah rumit, calon *franchisee* jika tertarik dengan waralaba d'BestO *chicken burger* segera menghubungi *Business Development*, mencari lokasi dan menyediakan dana. Lokasi usaha resto bisa dicari dan ditentukan oleh *franchisor*, atau ditawarkan oleh *franchisee*, sesuai persetujuan dan kesepakatan kedua belah Pihak.⁹⁶

Ketentuan yang harus dipenuhi oleh *franchisee*, yaitu:⁹⁷

- a. *Franchisor* dan *franchisee* sepakat akan menjalin kerjasama syariah, yakni pola kerjasama dengan berbagi keuntungan dan juga berbagi resiko dalam menjalankan satu unit usaha Resto Makanan Cepat Saji d'BestO *chicken burger*.
- b. *Franchisee* bersedia untuk tidak membuka usaha sejenis ataupun bekerjasama / berinvestasi dengan pihak lain untuk usaha sejenis di luar merk d'BestO *Chicken Burger*.
- c. *Franchisee* sepakat menyediakan sejumlah modal yang berkenaan dengan pengerjaan awal (renovasi awal) resto, serta pengadaan peralatan dan lain lain untuk keperluan resto sesuai

⁹⁶ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

⁹⁷ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

dengan Rancangan Anggaran Biaya yang disepakati oleh kedua belah pihak.

- d. Rencana Anggaran Biaya (RAB) tersebut di atas, dibuatkan oleh Pihak *franchisor* (d'BestO) untuk selanjutnya didiskusikan dan disetujui oleh *franchisee*.
 - e. *Franchisee* membeli bahan baku kepada *franchisor*, tidak membeli bahan baku diluar.
2. Berapa *franchise fee* atau modal yang harus dibayarkan jika ingin bergabung dengan waralaba d'Besto *chicken burger*? Dan bagaimana cara pembayarannya?

Tidak ada *franchise fee* di d'Besto *chicken burger*, hanya saja *franchisee* menyediakan dana sesuai dengan kebutuhan resto yang akan ia bangun, dari hasil meninjau lokasi, dibuatkan Rancangan Anggaran Biaya (RAB) sesuai dengan kebutuhan di resto yang akan ditempati. RAB yang berisikan kebutuhan resto berupa peralatan, perlengkapan dan bahan baku utama yang dibutuhkan oleh resto dan pelatihan karyawan. Semakin luas bangunan resto maka RAB yang dibuatkan akan semakin tinggi.⁹⁸ Jadi *franchisee* hanya perlu menyediakan sejumlah modal yang telah terlampir di RAB yang sudah disepakati.

⁹⁸ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

Setelah kedua belah pihak sepakat atas RAB yang *franchisor* rancang, maka akan dilakukan penandatanganan RAB oleh *franchisee*. Pembayaran dilakukan sesuai dengan kesepakatan bisa dibayar lunas diawal atau dengan metode *Down Payment*.⁹⁹

3. Apakah ada presentase keuntungan dari perlengkapan, peralatan, dan bahan baku yang d'BestO *chicken burger* sediakan?

Ada, presentase keuntungan 5% dari perlengkapan, peralatan, dan bahan baku yang d'BestO *chicken burger* berikan di RAB.¹⁰⁰

4. Bagaimana sistem bisnis waralaba di d'BestO *chicken burger*?

Pada waralaba d'BestO *chicken burger* menerapkan 2 sistem kemitraan yaitu:¹⁰¹

- a. Investor (swakelola)
- b. Kemitraan (holding)

Pada sistem Kemitraan, manajemen dan pengelolaan pada bisnis ini dilakukan sepenuhnya oleh kantor pusat d'BestO *chicken burger* investor hanya perlu mencari lokasi atau tempat yang akan di bangun resto d'BestO, *franchisee* hanya menerima laporan keuangan dan menerima bagi hasil yang telah ditentukan. Sedangkan pada sistem

⁹⁹ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰⁰ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰¹ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

investor dengan pola swakeloka, pola swakelola adalah kerjasama d'BestO *chicken burger* dengan investor, dimana pengelolaan outlet dan manajemen dilakukan sendiri oleh investor. d'BestO *chicken burger* berperan dalam mensuplai bahan baku.¹⁰²

5. Bagaimana sistem bagi hasil yang dilakukan? Apakah ada tranparansi bagi hasil tersebut?

Sistem bagi hasil pada waralaba d'BestO *chicken burger* kedua belah pihak sepakat akan melakukan pembagian (profit sharing) atas hasil yang akan didapat dari pelaksanaan kerjasama kemitraan dalam mengelola satu unit usaha Resto Makanan Cepat Saji d'BestO *chicken burger* tersebut, dengan besaran dan cara-cara pembagian sebagai berikut :¹⁰³

a. Sistem Pola Swakelola (Investor)

- 1) *Franchisor* berhak mendapatkan 20 % (dua puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.

¹⁰² Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰³ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

2) *Franchisee* berhak mendapatkan 80 % (delapan puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.¹⁰⁴

b. Sistem Kemitraan

1) *Franchisor* berhak mendapatkan 40% (empat puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.

2) *Franchisee* berhak mendapatkan 60% (enam puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.¹⁰⁵

Kedua belah pihak sepakat bahwa penerima waralaba akan membuat perhitungan keuntungan ini dilandasi kejujuran dan tanggung jawab, serta transparan, demi menjaga keberlangsungan kerjasama ini kedepan. Dengan mengirimkan laporan keuangan pada kantor pusat d'BestO *chicken burger* pada setiap bulannya. Apabila profit dalam 1bulan diatas 4jt maka pihak *franchise* wajib membagi hasil sesuai yang telah disepakati.

6. Bagaimana jika terjadi kerugian?

Jika dalam perjalanan usaha resto mengalami tanda-tanda kerugian, seperti penurunan omset yang signifikan, atau besaran omset dibawah standar omset rata-rata yang ditetapkan *franchisor*, maka sebagai langkah awal *franchisor* dan *franchisee* sepakat akan bertemu

¹⁰⁴ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰⁵ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

dan berdiskusi untuk menentukan langkah-langkah antisipasi / penanganannya.¹⁰⁶

Jika dalam waktu yang ditetapkan, langkah-langkah tersebut diatas tetap saja tidak menyelesaikan masalah, maka diambil langkah untuk relokasi (pemindahan tempat usaha) ke lokasi baru yang disepakati secara tertulis oleh *franchisee* dan *franchisor*.¹⁰⁷

7. Bagaimana jika terjadi pelanggaran di salah satu cabang?

Jika terjadi pelanggaran pada salah satu cabang, *franchisor* akan melakukan teguran pada cabang tersebut. Apabila masih melakukan pelanggaran maka pihak *franchisor* akan mengeluarkan Surat Peringatan (SP 1). Jika terjadi pelanggaran lebih lanjut akan di keluarkan SP 2, dan jika telah sampai pada SP 3, selanjutnya pihak *franchisor* akan melakukan perundingan final jika tidak ditemukan titik terang maka akan dilakukan pemutusan kerjasama.¹⁰⁸

8. Dalam waralaba ini apakah ada masa kontrak perjanjian? Bagaimana jika masa perjanjian itu habis?

Pada waralaba d'BestO *chicken burger* perjanjian bersama ini berlangsung selama 4 (empat) tahun dan berlaku efektif dimulai terhitung sejak hari dan tanggal Perjanjian Kerjasama ditanda-tangani

¹⁰⁶ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰⁷ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹⁰⁸ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

oleh kedua belah pihak dan berakhir pada tanggal 12:00:00 AM. Perjanjian kerjasama ini dapat diperpanjang sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak dan dilakukan kembali penandatanganan kesepakatan selambat-lambatnya 1 (satu) bulan sebelum waktu perjanjian kerjasama ini berakhir.¹⁰⁹

C. Pembahasan Penelitian

1. Analisis Bisnis Waralaba pada d'BestO

Menurut PH Colin dalam *law dictionary* mendefinisikan waralaba sebagai sebuah lisensi untuk menjual dengan menggunakan sebuah nama dari sebuah perusahaan dan sebagai timbal balik atas ini adalah dengan membayar *royalty fee*. Dan waralaba sebagai tindakan menjual sebuah lisensi untuk diperdagangkan sebagai sebuah waralaba. Definisi tersebut menekankan pada pentingnya nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan *royalty*.¹¹⁰

Sedangkan, menurut Amir Karamoy (konsultan waralaba) “waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib

¹⁰⁹ Hasil Wawancara Pribadi oleh Bapak Alfian Dharmawan selaku Bussines Development d'BestO, 8 September 2018

¹¹⁰ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), h.7

memberikan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fees*) kepada pewaralaba hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian waralaba.¹¹¹

Pelaksanaan sistem bisnis waralaba di d'BestO *chicken burger* agak berbeda dengan waralaba lainnya. Pada waralaba d'Besto tidak menerapkan sistem *franchise fee* dan juga *royalty fee* kepada mitra bisnisnya. Untuk modal awal jika ingin bergabung dengan d'BestO *franchisee* menyediakan dana sesuai dengan RAB (Rancangan Anggaran Biaya) yang *franchisor* buat terkait kebutuhan resto yang sudah disediakan oleh *franchisee* atau ditetapkan *franchisor*. Jika *franchisee* setuju dengan RAB yang sudah di buat oleh *franchisor*, maka selanjutnya memasuki tahap pembayaran sesuai kesepakatan bersama. Selanjutnya setelah kedua belah pihak sepakat dan setuju langkah selanjutnya adalah membuat perjanjian dan menandatangani kontrak waralaba (*franchise*) dimana dalam kontrak berisikan perjanjian agar ada ikatan hukum yang jelas antara *franchisor* dan *franchisee*.

2. Analisis dari Bentuk Syirkah (Kerjasama)

Bentuk *syirkah* (kerjasama) pada waralaba d'BestO *chicken burger* termasuk *syirkah abdan* dan *syirkah inan*. *Syirkah Abdan* (Amal),

¹¹¹ Rizal Cavary Marimbo, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), h.4.

yaitu perjanjian kerjasama dua orang atau lebih yang memiliki keahlian atau profesi untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dimana keuntungannya dibagi bersama. *Syirkah al I'nan*, adalah persetujuan antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan dengan ketentuan, keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan dan modal masing-masing tidak harus sama.¹¹² Kesimpulannya adalah waralaba termasuk *syirkah abdan* karena baik *franchisor* maupun *franchisee* keduanya berkerjasama dalam menjual produk yang sama, yakni *fried chicken, burger, & spaghetti*. Kerjasama tersebut dalam bentuk *franchisor* memperbolehkan *franchisee* produk tersebut dengan menggunakan merek d'BestO *chicken burger* dengan kompensasi berupa *sharing profit*.

Waralaba d'BestO *chicken burger* juga termasuk kedalam *syirkah inan*. Dalam *syirkah inan* modal yang digabung oleh masing-masing pihak tidak harus sama jumlahnya, demikian pula dalam soal tanggung jawab, kerja, keuntungan, kerugian yang terjadi tidak harus sama. Jika dilihat dari pengertian dapat disimpulkan bahwa waralaba termasuk *syirkah inan* dengan persamaan antara lain modal yang dikeluarkan *franchisor* dan *franchisee* dalam waralaba tidak sama besarnya. Selain itu yang membuat waralaba ini termasuk *syirkah inan* adalah perbedaan tanggung jawab kerja antara *franchisee* dan *franchisor*,

¹¹² Abdurahman Ghazaly, et.al., *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010) Cet ke-1, h.129.

dimana *franchisor* bertugas membimbing *franchisee* dalam usahanya sedangkan *franchisee* bertanggung jawab untuk menjaga nama baik merek d'BestO *chicken burger* yang digunakan. Selain itu waralaba termasuk *syirkah inan* karena perbedaan keuntungan, jika *franchisor* menerima *sharing profit* 20% dari usaha d'BestO yang dijalankan *franchisee*, sedangkan sisanya merupakan keuntungan *franchisee*.

Pada waralaba d'BestO *chicken burger* terjadi kesamaan rasa dan kualitas makanan yang diperdagangkan, bahan baku utama wajib diambil dari pusat. Dari hal tersebut dapat kita analisis bahwa manajemen d'BestO *chicken burger* sangat menjaga kualitas dan mutu yang dijual sehingga bahan baku utama wajib membeli di pusat d'BestO *chicken burger*, dengan margin yang diambil oleh *franchisor* diketahui oleh *franchisee* sebagai bentuk adanya transparansi dalam waralaba d'BestO ini.

Dalam hal ini waralaba d'BestO *chicken burger* juga sudah masuk pada rukun dan syarat *syirkah*. Yang dimana menurut Abdurrahman al-Jarizi rukun *syirkah* meliputi dua orang yang berserikat, *sighat*, objek akad *syirkah* baik itu berupa harta maupun kerja. Pada waralaba d'BestO *chicken burger* *sighat* nya sudah jelas yaitu adanya *ijab* dan *qabul* dari *franchisor* kepada *franchisee*, objek akadnya jelas berupa kerjasama pada waralaba tersebut.

3. Analisis Biaya Awal Waralaba ditinjau dari Prinsip Syirkah

Terkait dengan biaya biaya yang timbul pada 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 pemberian hak intelektual pemberi waralaba, yang dibayarkan satu kali (*one time*), yaitu pada saat bisnis waralaba akan dimulai atau pada saat penandatanganan akta perjanjian waralaba. Nilai *franchise fee* ini sangat bergantung pada jenis waralaba. Semakin suatu waralaba semakin mahal *franchise fee* yang harus dibayarkan.¹¹³

Dalam sistem bisnis waralaba d'BestO *chicken burger* tidak ada *franchise fee* hanya saja pada saat akan memulai bisnis waralaba d'BestO *chicken burger franchisee* menyediakan dana atau modal awal sesuai dengan kebutuhan resto yang akan di bangun. Karena *franchisor* memiliki standar layak resto untuk setiap resto yang akan dibangun. *Franchisor* akan membuatkan RAB (Rancangan Anggaran Biaya), didalamnya berupa biaya perlengkapan, peralatan, bahan baku, dan pelatihan karyawan. RAB dibuat sangat terperinci oleh *franchisor* sehingga *franchisee* tahu modal itu terpakai apa saja.

Pelaksanaan pembayaran modal awal itu dilakukan saat *franchisee* setuju dengan RAB yang sudah dibuat, lalu menandatangani RAB dan

¹¹³ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h.73

bisa membayar lunas atau dengan *down payment* 50% lalu langsung dilakukan renovasi awal resto sesuai dengan standar kelayakan d'Besto *chicken burger*. Pada saat renovasi sudah selesai, dan penandatanganan perjanjian kerjasama sisa dari modal usaha yang 50% itu harus dilunasi, sebelum resto siap dibuka.

Dalam pembayaran biaya awal waralaba (*franchise fee*) bisnis waralaba berbasis syariah, sesuai dengan kaidah *syirkah abdan* dan *syirkah inan* yang dalam akadnya pengambilan keuntungan dua mitra yang berkerjasama dalam hal ini pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) diperbolehkan setelah usaha berjalan, tidak boleh mengambil keuntungan jika usaha belum berjalan.¹¹⁴

Biaya awal waralaba atau modal usaha yang diterapkan oleh waralaba d'Besto *chicken burger* belum sesuai dengan *syirkah abdan* dan *syirkah inan* dimana dikeduanya terdapat syarat bahwa pengambilan keuntungan di ambil setelah perjanjian berlangsung. Namun pada waralaba d'Besto pengambilan keuntungan sudah di ambil dengan presentase 5% dari peralatan, perlengkapan, dan bahan baku awal saat akan membuka resto ini. Hal ini tidak diperbolehkan sesuai dengan firman Allah SWT dalam QS. Hud ayat 18:¹¹⁵

¹¹⁴ Balgis Bin Faruk Machrus, "Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah", *Jurnal Ilmiah*, 2015, h.2

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا أُولَٰئِكَ
يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ الْأَشْهَادُ هَٰؤُلَاءِ الَّذِينَ
كَذَبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ أَلَا لَعْنَةُ اللَّهِ عَلَى الظَّالِمِينَ ﴿١٨﴾

Artinya

“Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat-buat Dusta terhadap Allah?. mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan Para saksi akan berkata: "Orang-orang Inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim”¹¹⁶

Dalam keputusan fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/Munas VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan hak atas kekayaan intelektual ditegaskan bahwa *franchisor* waralaba hanya diperbolehkan mengambil keuntungan atas pemanfaatan Hak Atas Kekayaan Intelektual. Firman Allah SWT tentang larangan memakan harta orang lain secara batil, dijelaskan dalam QS. Al-Baqarah ayat 188:

¹¹⁶ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, (Depok: Al Huda, 2005), h. 224

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya:

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui”¹¹⁷

Tetapi dalam penetapan biaya awal waralaba pihak d’BestO tidak memberatkan calon *franchisee*, dengan tidak menetapkan biaya awal waralaba yang harus *franchisee* bayar. Besarnya biaya awal waralaba pada d’BestO disesuaikan dengan kemampuan calon *franchisee*, namun disesuaikan pula dengan standar yang dibutuhkan, atau sesuai dengan kelayakan resto. Dalam penetapan biaya awal pihak d’BestO berusaha adil dan bersikap transparan kepada calon *franchisee*.

4. Analisis *Profit Sharing* pada Waralaba d’BestO *Chicken Burger*

Pada umumnya bisnis waralaba (*franchise*) menggunakan sistem bagi hasil dengan sistem *royalty fee*. Pada waralaba d’BestO *chicken burger* tidak ada istilah *royalty fee*. Bagi hasil yang di lakukan oleh

¹¹⁷ Ibid., h.29

d'BestO *chicken burger* dengan istilah *profit sharing*. Dalam istilah pengertian dari *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh pendapatan tersebut. Dimana tertera pada surat perjanjian erjasama, dikemukakan dengan:

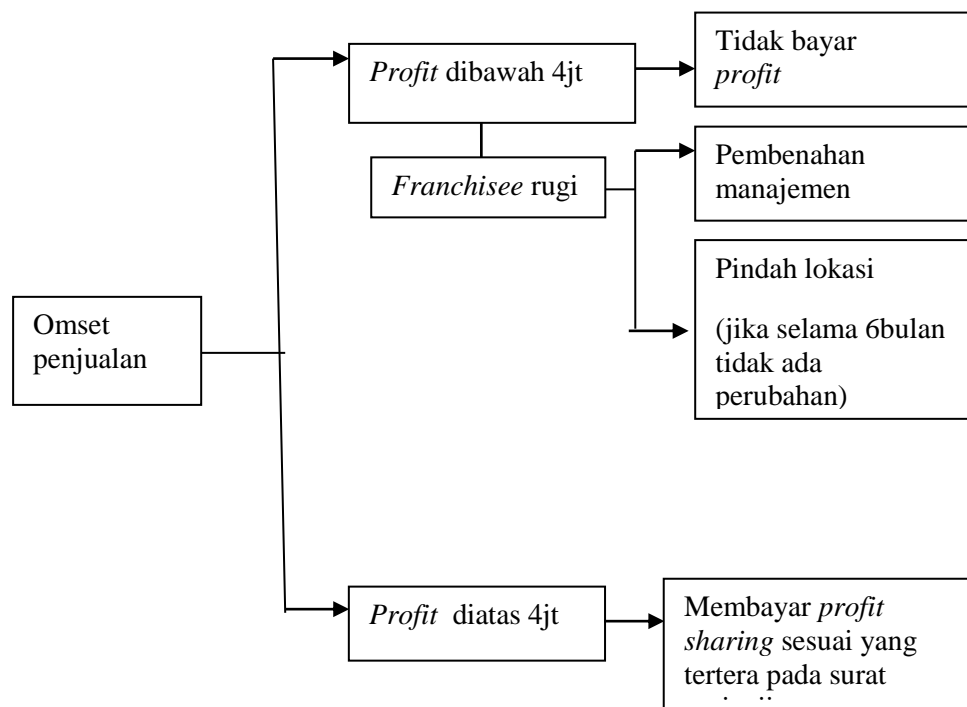
PASAL 4

PEMBAGIAN KEUNTUNGAN

- 1) Para Pihak sepakat akan melakukan pembagian (*profit sharing*) atas hasil yang akan didapat dari pelaksanaan kerjasama kemitraan dalam mengelola satu unit usaha Resto Makanan Cepat Saji d'BestO *chicken & burger* tersebut, dengan besaran dan cara-cara pembagian sebagai berikut :
 - a) Pihak Pertama berhak mendapatkan 20 % (dua puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.
 - b) Pihak Kedua berhak mendapatkan 80 % (delapan puluh persen) dari total nilai keuntungan yang diperoleh.
- 2) Para Pihak sepakat bahwa Pihak Kedua akan membuat perhitungan keuntungan ini dilandasi kejujuran dan tanggung jawab, serta transparan, demi menjaga keberlangsungan kerjasama ini kedepan.

3) Pembayaran keuntungan tersebut akan dibayarkan selambat-lambatnya pada tanggal 10 (sepuluh) bulan berjalan untuk keuntungan usaha bulan sebelumnya.¹¹⁸

Apabila *profit* dalam 1 (satu) bulan diatas 4juta, maka *franchisee* membagi hasil sesuai kesepakatan di surat perjanjian kepada *franchisor*. Namun, apabila keuntungan yang diperoleh selama satu bulan tidak mencapai 4juta, maka *franchisee* diwajibkan untuk membagi hasil kepada *franchisor*.



Gambar 4.2
Skema Pembayaran Profit Sharing

Pembayaran *profit sharing* ditinjau dari prinsip kerjasama dalam islam diperbolehkan. Karena, *profit sharing* adalah perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah

¹¹⁸ Surat Perjanjian Waralaba d'Besto

dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan. Hal ini bisa dilihat dari bagi hasil yang dibebankan kepada *franchisee*. Jika profit dibawah angka kesepakatan tidak harus membayar *profit sharing* sebesar 20%, keuntungan bersih dibawah 4juta. Sesuai dengan firman Allah SWT pada QS. Al-Maidah ayat 8:¹¹⁹

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ
بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰى اَلۡا
تَعَدِلُوْا اَعَدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ لِلتَّقْوٰى وَاتَّقُوا اللّٰهَ اِنَّ
اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ

Artinya:

“Hai orang-orang yang beriman hendaklah kamu Jadi orang-orang yang selalu menegakkan (kebenaran) karena Allah, menjadi saksi dengan adil. dan janganlah sekali-kali kebencianmu terhadap sesuatu kaum, mendorong kamu untuk Berlaku tidak adil. Berlaku adillah, karena adil itu lebih dekat kepada takwa. dan bertakwalah kepada Allah, Sesungguhnya Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan.”

Maka dari itu keadilan sangat diperlukan dalam kegiatan sebuah bisnis supaya bisnis tersebut bisa membawa berkah untuk kedua belah pihak dan tidak merugikan salah satu pihak yang berkerjasama.

¹¹⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, (Depok: Al Huda, 2005), h. 278

Berbeda dengan waralaba konvensional yang dalam prakteknya ada sebagian yang melakukan bagi hasil dari keuntungan dari omset penjualan. Hal ini tentu bisa merugikan *franchisee* karena belum jelas keuntungan yang didapat.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis teliti, dapat disimpulkan bahwa penerapan prinsip *syirkah* pada waralaba d'BestO, yaitu:

1. Sistem waralaba pada d'BestO tidak bertentangan dengan konsep *syirkah* secara islami, sistem waralaba d'BestO ini sejalan dengan konsep *syirkah abdan* dan *syirkah al-inan* dimana pada konsep tersebut terdapat keadilan dan kerelaan diantara dua pelaku bisnis yang saling berkerjasama.
2. Biaya awal waralaba pada d'BestO belum sesuai dengan kaidah *syirkah abdan* dan *syirkah al inan*. Dimana pada keduanya terdapat syarat bahwa pengambilan keuntungan di ambil setelah perjanjian berlangsung. Namun pada waralaba d'BestO pengambilan keuntungan sudah di ambil dengan presentase 5% dari peralatan, perlengkapan, dan bahan baku awal saat akan membuka resto ini. Tetapi dalam penetapan biaya awal waralaba pihak d'BestO tidak memberatkan calon *franchisee*, dengan tidak menetapkan biaya awal waralaba yang harus *franchisee* bayar. Besarnya biaya awal waralaba pada d'BestO disesuaikan dengan kemampuan calon *franchisee*, namun disesuaikan pula dengan standar yang dibutuhkan, atau sesuai dengan kelayakan

resto. Dalam penetapan biaya awal pihak d'BestO berusaha adil dan bersikap tranparan pada calon *franchisee*.

3. Bagi hasil pada waralaba d'BestO sudah sesuai dengan kaidah *syirkah*, dimana pada waralaba d'BestO tidak menerapkan sistem *royalty fee*. Sistem *royalty fee* ini adalah sistem bagi hasil waralaba dari laba kotor. Pada waralaba d'BestO sistem bagi hasil yang diterapkan dengan sistem *profit sharing*, yaitu perhitungan bagi hasil didasarkan kepada hasil bersih dari total pendapatan setelah dikurangi dengan biaya-biaya yang dikeluarkan.

B. Saran

1. Lebih meningkatkan promosi di media televisi, internet , agar semakin banyak calon *franchisee* yang berminat dengan waralaba d'BestO agar bisa menambah cabang d'BestO *chicken burger* di Indonesia.
2. Saran untuk manajemen d'BestO *chicken burger* mengenai penetapan biaya awal waralaba dan *profit sharing* agar selalu mengedepankan keadilan dan tranparansi didalamnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Boedi. dan Ahmad Saebani, Beni. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Bandung: CV. PUSTAKA SETIA, 2014)
- Ayundia, Nurisma. “Strategi Promosi Produk Asuransi Syariah” (Studi pada PT.Asuransi Bintang Tbk)”, (Jakarta: Universitas Muhammadiyah Jakarta, 2017)
- Budi, Suseno Darmawan. *Waralaba Syariah*, (Jakarta: CAKRAWALA, 2008)
- Bermasa, Adi. “Kisah Hj.Evalinda, Tertatih-tatih Merintis d’Besto Sekarang Tersebar di Indonesia”, <https://www.kompasiana.com/adibermasa/5791d72eb192738912953649/kisah-hj-evalinda-tertatih-tatih-merintis-d-besto-sekarang-tersebar-di-indonesia> artikel diakses pada 01 Agustus 2018
- Bin Faruk Machrus, Balgis. Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah, dalam *Jurnal Ilmiah*, 2015, h.2.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Sosial*, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001)
- Cavary Marimbo, Rizal. *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007),
- Chapra, Umer. *Sistim Moneter Islam*, (Jakarta: Gema Insani Press, 2000)
- D’besto. “Tentang Kami”, <http://www.dbesto.co.id/about/1>, artikel diakses pada 01 Agustus 2018
- Departemen Agama RI. *Mushaf Al-Qur’an Terjemah Edisi Tahun 2010*, (Depok: Al-Huda, 2012), h. 29
- E.Ramadhan, Hendry. *Jitu Membeli Franchise*, (Bogor: Penebar Plus, 2010)
- E.Ramadhan, Hendry. *Franchise untuk Orang Awam*, (Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama, 2009)
- Fita Nurotul Faizah “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Islam Pada UMKM Mekar Abadi Kabupaten Grobogan” Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Semarang, (Semarang,2015)
- Ghazaly, Abdurahman. *et.al., Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010)

- Hasan, Ali. *Manajemen Bisnis Syariah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Hendro. *Dasar-dasar Kewirausahaan*, (Jakarta: PT. Penerbit Erlangga, 2011)
- Hakim, Lukman. *Info Lengkap Waralaba*, (Yogyakarta: MedPress, 2008)
- Harun. "Bisnis Waralaba di Indonesia Prespektif Hukum Islam", Jurnal SUHUF, Vol. 23, No. 2, 2011, h.151.
- Jusmaliani, *et.al.* *Bisnis Berbasis Syariah*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008)
- Joko. *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, (Jakarta: PT. Rineka Prima, 1991)
- Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahan*, (Bandung: Syamil Qur'an, 2011)
- Kartajaya, Hermawan. dan Syakir Syula, Muhammad. *Syariah Marketing*, (Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006)
- Mahendra, Gading. *Keadilan dalam Islam dan Bisnis*, <https://gadingmahendradata.wordpress.com/2009/11/27/keadilan-dalam-islam-dan-bisnis/>
- Manulang, M. *Dasar-Dasar Manajemen*, (Jakarta : Balai Aksara, 1999)
- Mendelsohn, Martin. *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, (Jakarta: PT.Pustaka Binamaan Press Indo 199)
- Moleong, Lexy J. *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 1991)
- Muhammad. *Metodologi Penelitian Ekonomi Islam*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008)
- Nasution. *Azas-azas Kurikulum*, (Bandung: Ternate, 1964), h.34.
- Odop, Nistain. *Berbisnis Waralaba Murah*, (Yogyakarta: Media Press Indo, 2006)
- Prasetyo, Budi. "Prespektif Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba", dalam *Hukum dan Dinamika Masyarakat*, Vol.4, No.2, 2007

Rahman, Taufiqur. "Sistem Bisnis Waralaba Ayam Bakar Wong Solo dalam Perspektif Ekonomi Islam", *Jurnal Studi Keislaman*, volume 1, no 2, Maret 2015.

Rivai, Veithzail. *Islamic Marketing dalam Mengembangkan Bisnis dengan Praktik Rasulullah saw*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Umum, 2012)

Saidin. *Aspek Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004)

Sugiyono. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alabeta, 2010)

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajawali, 2010)

Sumarsono, Sonny. *Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013)

Sunarto, Zulkifli. *Panduan Praktis Perbankan Syariah*, (Jakarta: Zikrul Hakim, 2004)

Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2003)

Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008)

Syarah Septiana "Konsep dan Aplikasi Franchise dalam Hukum Ekonomi Islam (Studi pada LKS Berkah Madani)" Fakultas Sya'riah dan Hukum Jurusan Ekonomi Islam Universitas Islam Negeri Jakarta, (Jakarta, 2008)

Uddin, Saleh. "Konsep Etika Bisnis Syariah" artikel diakses pada 2 Mei 2018 dari <http://hawfiq.blogspot.co.id/2012/12/konsep-etika-bisnis-syariah.html?m=1>

Ukm, Bisnis. Waralaba Harus Memenuhi 6 Kriteria "Menurut PP NO. 42 Tahun 2007" <https://bisnisukm.com/waralaba-harus-memenuhi-6-kriteria-menurut-pp-no-42-tahun-2007.html> artikel diakses pada 21 Agustus 2018

Wahyudi, Tri. "All About Business", artikel diakses pada 03 Mei 2018 dari <http://yud71bisnis.blogspot.com/2009/10/sejarah-waralaba.html>

Wardi Muslich, Ahmad. *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2010)

Widjaja, Gunawan. *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003),

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

SURAT PERNYATAAN
NQ: 003/SKM/BD/SPT/IX/2018

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Pambudi
Jabatan : Business Development Executive
Perusahaan : PT Setya Kuliner Mandiri
Alamat : Jalan M Kahfi 1 Gang Pembangunan No. 55, Cipedak, Jagakarsa,
Jaksel

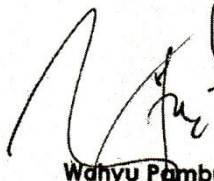
Dengan ini menyatakan bahwa adalah benar yang disebutkan di bawah ini;

Nama : Siti Nurfadila Maulida
NIM : 2014570057
PT : Universitas Muhammadiyah Jakarta – Manajemen Perbankan
Syariah
Alamat : Jl. KH Ahmad Dahlan, Ciputat, Jakarta Selatan 12530

Telah melakukan Riset di perusahaan kami, PT Setya Kuliner Mandiri, di divisi
Business Development mulai dari 10 April hingga 10 Agustus 2018.

Demikian surat pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Jakarta, 15 Agustus 2018



Jagonya Rasa
PT SETYA KULINER MANDIRI
—BUSINESS DEVELOPMENT—
Wahyu Pambudi
Business Development Executive



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

STATUS : BERAKREDITASI

Kampus FAI-UMJ, Jln. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan

Telepon/Fax (021) 7441887, Homepage : <http://fai.umj.ac.id/>

E-mail : faiumj@gmail.com. Kode Pos 15419

Nomor : 22/F.6.I-UMJ/IX/2018

Hal : **Permohonan Riset/Penelitian**

Jakarta, 23 Dzulhijjah 1439 H

04 September 2018 M

Kepada Yth.

Kepala PT. Setya Kuliner Mandiri (Bussines Developtment)

Jl. M. Kahfi I, Gg. Pembangunan No.55, Cipadak Jagakarsa

di

tempat

Assalamu 'alaikum W. W.

Pimpinan Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Jakarta mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu agar mahasiswa kami:

Nama : SITI NURFADILA MAULIDA
Nomor Pokok : 2014570057
Tempat Tgl/Lahir : Tangerang, 12 Agustus 1996
Program Studi : Manajemen Perbankan Syariah
Jenjang : Strata Satu (SI)
No. HP : 082233083587

diperkenankan untuk melaksanakan riset/penelitian di tempat yang Bapak/Ibu pimpin. Penelitian/riset tersebut untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi yang berjudul:

"Penerapan Prinsip Syirkah pada Waralaba d'Besto"

Demikian, atas perhatian dan kerjasama yang baik dari Bapak/Ibu kami mengucapkan terimakasih.

Wabillahittaufiq walhidayah

Wassalamu 'alaikum W. W.



Tembusan:

1. Yth. Dekan (Sebagai Laporan)
2. Arsip





UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JAKARTA
FAKULTAS AGAMA ISLAM

Kampus UMJ Jl. KH. Ahmad Dahlan Ciputat, Jakarta Selatan
Telp. (021) 7441887, Fax. : (021) 74709269 Kode Pos 15419

LEMBAR KONSULTASI PENULISAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : SITI NURFADILA MAULIDA
No. Pokok : 2014570057
Judul Skripsi : Konsep Franchise Fee dan Royalty Fee pada Waralaba Ayam Gepuk Pak Gembus menurut Prinsip Syariah.
Pembimbing : Bapak Drs. Fakhurrazi, M.A.
Tgl. Berakhir : 19 April s.d. 19 Oktober 2018

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
1.	25 April 2018.		<ol style="list-style-type: none">1. outline dilengkapi BAB I - BAB V2. Buat sistematika penulisan BAB I3. Format penulisan judul dan Bhs Asing4. Perbaiki rumusan masalah5. Pedumani buku Panduan6. Tambahkan buku Royalty Fee & Franchise Fee minimal 5 buku7. Belunpang ke-pusat Ayam Gepuk	
2.	02. Mei 2018		<ol style="list-style-type: none">1. Tuliskan sumber Referensi pada Footnote2. mengambil rujukan definisi min 3 sumber referensi3. kutipan yg boleh diambil buku, jurnal4. cari Fatwa MUI tng waralaba5. Perbaiki ayat6. Notebook nya harus di instal APP Arab / ayat alquran	
3.	07 Agustus 2018		<ol style="list-style-type: none">1. Perbaiki judul2. Outline Bab II disesuaikan dgn judul3. lanjutkan membuat bab II dan III4. sistematika sesuai Dengan Outline	

No.	Tanggal	Topik Permasalahan	Saran-saran	Paraf Pembimbing
4	29-08-2018	Bab I - III	<p>1. Revisi Judul = Prinsip syirkah</p> <p>2. Bab II :</p> <ul style="list-style-type: none"> - tentang waralaba syirkah - prinsip syirkah di perkuat pembahasannya. <p>3. Pedoman wawancara :</p> <ul style="list-style-type: none"> - tanyakan ^{Penerapan} prinsip syirkah di waralaba tersebut. dan 5 pertanyaan a. Penerapan Jab Qabul (Sistem) b. Penerapan ^{adanya} Orang yg berikat c. penerapan adanya dsjelu dkat <p>SKripsi ini sudah dapat diajukan pada sidang munaqabah skripsi. (RA-04)</p>	 

- Catatan :
1. Lembar konsultasi ini agar dibawa dan diserahkan/diminta paraf dari pembimbing setiap konsultasi.
 2. Topik permasalahan diisi oleh mahasiswa yang bersangkutan.
 3. Lembar konsultasi ini harus diserahkan ke Fakultas ketika melakukan pendaftaran ujian skripsi.

DOKUMENTASI WAWANCARA



