

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Keterlibatan umat muslim dalam berbagai kegiatan bisnis bukan merupakan hal baru, namun telah berlangsung sejak empat belas abad yang lalu. Hal tersebut tidaklah mengejutkan karena Islam sebagai agama yang dianut oleh umat muslim menganjurkan umatnya untuk melakukan kegiatan bisnis, bahkan umat muslim memiliki suri tauladan dalam praktek bisnis, dimana figur Rasulullah Muhammad SAW merupakan figur pebisnis yang menjadi rujukan dalam berbisnis.

Jika seseorang ingin sukses dalam hidupnya, maka mulailah berbisnis dari sejak dini. Dengan berbisnis, maka ia akan mendapatkan pekerjaan dan penghidupan yang layak, karena bisnis menyajikan banyak peluang, kemudian menangkap peluang tersebut, mengatur startegi dan akhirnya memulai bisnis itu.

Globalisasi ekonomi di dunia dan berkembangnya kerjasama dibidang ekonomi dan bisnis dewasa ini di Indonesia, terutama sekali dengan berkembangnya era perdagangan bebas, salah satunya bentuk kerjasama dibidang perdagangan dan jasa tersebut adalah *franchise* atau waralaba.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Suhrawardi K. lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), h. 180.

*Franchise* atau waralaba dapat diartikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalinkan dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, *franchise* atau waralaba adalah sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada pihak independen atau penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.<sup>2</sup>

Bisnis waralaba (*franchise*) di Indonesia mulai marak sekitar tahun 1970-an, yang ditandai dengan menjamurnya restoran cepat saji (*fast food*) seperti Kentucky Fried Chicken dan Pizza Hut. Hingga tahun 1992 jumlah perusahaan waralaba di Indonesia mencapai 35 perusahaan, 6 di antaranya adalah perusahaan waralaba lokal dan sisanya (29) adalah waralaba asing. Perkembangan waralaba asing dari tahun ke tahun sangat pesat yaitu sebesar 710% sejak tahun 1992 hingga tahun 1997, sedangkan perkembangan waralaba lokal hanya meningkatkan sebesar 400% (dari sejumlah 6 perusahaan menjadi 30 perusahaan). Namun sejak krisis moneter tahun 1997, jumlah perusahaan waralaba asing mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -9.78% dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2001. Hal ini disebabkan karena terpuruknya nilai rupiah sehingga biaya untuk *franchise fee* dan *royalti fee* serta biaya bahan baku,

---

<sup>2</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h. 6.

peralatan dan perlengkapan yang dalam dollar menjadi meningkat. Hal tersebut mempengaruhi perhitungan harga jual produk atau jasanya di Indonesia. Sebaliknya waralaba lokal mengalami peningkatan pertumbuhan rata-rata sebesar 30%. Pada tahun 2001 jumlah waralaba asing tumbuh sebesar 8.5% sedangkan waralaba lokal meningkat 7.69% dibanding tahun 2000.<sup>3</sup>

Pengembangan usaha melalui *franchise* ini dalam lima tahun terakhir mulai diterapkan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia. Yang dimaksud dengan *franchise internasional* adalah *franchise* yang berasal dari luar Indonesia dan beroperasi di Indonesia, sedangkan *franchise lokal* merupakan konsep *franchise* yang lahir di Indonesia baik yang beroperasi di Indonesia maupun di manca negara.<sup>4</sup>

Salah satu nama *franchise* pada sektor makanan (*food*) yang sedang berkembang salah satunya adalah Kebab Corner. Makanan khas timur tengah ini sangat diminati, mempunyai daya tarik karena rasa dan bentuknya yang menarik perhatian masyarakat dari berbagai kalangan. Kebab Corner berdiri tahun 2007, dimulai dengan 3 outlet. Kini *fast food* Kebab Corner sudah memiliki lebih dari 400 outlet yang beroperasi diseluruh

---

<sup>3</sup> Sudarmiatin, "Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia, Peluang, Usaha dan Investasi", (Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Malang, Kamis, 28 April, 2011), h. 8-9.

<sup>4</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: Refika Aditama, 2004), h. 124.

Indonesia. Kebab Corner menyajikan menu makanan yang terenak dan halal sebagai THE TRULY KEBAB (kebab yang sebenarnya), menyajikan menu makanan yang lezat sehingga semakin banyak pelanggan yang ketagihan akan kelezatannya. Kebab Corner menawarkan 2 sistem pengelolaan *franchise*, yakni *franchise* mandiri dan *franchise* syariah. Khusus sistem pengelolaan *franchise* syariah dibebaskan *royalty fee* dan masa kerjasama *franchise* baik sistem mandiri maupun syariah adalah 5 tahun.<sup>5</sup>

*Franchise* merupakan pembelian HAKI yang berupa merek dagang, penemuan dan ciri khas produk/menejemen usaha sebagai hak yang dimiliki *franchisor*. Apabila diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan oleh *franchisor* dengan *franchisee* dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerja sama dalam bisnis (*syirkah*). Dikatakan merupakan bentuk pengembangan dari kerja sama, sebab dengan adanya perjanjian *franchise* itu maka secara otomatis antara *franchisor* dengan *franchisee* terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerja sama tersebut dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> <http://cornerkebabonline.com/sample-page/>, pukul 01.48 WIB.

<sup>6</sup> Puji Sulistyarningsih, dkk, "Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Perspektif Hukum Islam" dalam *Jurnal Hukum Novelty*, Vol. 8 No. 1 Februari 2017, h.139.

Sistem *franchise* syariah pada Kebab Corner menggunakan bagi hasil (*profit sharing*) sebagai akad perjanjian kerja sama (*Syirkah*). dimana investor memberikan modal uang kepada *franchisor* dan *franchisor*-lah yang menjalankan bisnis tersebut dengan sistem bisnis yang dimilikinya. *Syirkah* sendiri adalah bentuk kemitraan bisnis yang di dalamnya terdiri dari dua orang atau lebih untuk berbisnis lalu keduanya membagi laba dan kerugian dengan bagian masing-masing sesuai kesepakatan.

Sistem *franchise* syariah yang diterapkan Kebab Corner, *franchisor* berkontribusi dengan pengalaman, brand, dan sistem bisnisnya. Sedangkan *franchisee* berkontribusi dengan modal. Jadi dalam *franchise* sistem syariah Kebab Corner, investor tidak perlu ikut menjalankan usaha dari *franchisor*. Nilai investasi tipe gerobak pada Kebab Corner seharga Rp 40.000.000,-. Untuk jangka waktu perjanjian kontrak selama selama 5 tahun, setelah bisnis dijalankan oleh Kebab Corner, apabila penjualan mendapatkan keuntungan, *franchisee* akan mendapatkan bagi hasil sebesar 50 : 50 dengan *Franchisor* begitupun dengan kerugiannya.<sup>7</sup>

Kebab Corner dengan sistem *franchise* syariah membebaskan *royalty fee* yang seharusnya ada pada setiap bisnis *franchise*. Dalam perjanjian *franchise* (waralaba) dikenal adanya kompensasi, secara umum dikenal dengan kompensasi

---

<sup>7</sup> <http://cornerkebabonline.com/>, ..., pukul 02.49 WIB.

yang dapat diminta oleh pemberi *franchise*, yakni kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*).

*Direct Monetary Compensation* terdiri dari *lump sum payment* dan *royalty fee*. *Lump sum payment* adalah suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima waralaba pada saat persetujuan pemberian waralaba disepakati untuk diberikan oleh penerima waralaba. Sedangkan *royalty fee* adalah jumlah pembayaran yang dikaitkan dengan suatu presentasi tertentu yang dihitung dari jumlah produksi dan atau penjualan barang dan atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba, baik yang disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah *royalty* tertentu atau tidak.<sup>8</sup> Jadi, *royalty fee* dalam bisnis sistem *franchise* adalah jumlah yang harus dibayarkan oleh *franchisee* sebagai imbalan atas pemberian hak intelektual kepada pemilik *franchise*.<sup>9</sup>

Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti merasa tertarik untuk mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya dalam penulisan proposal skripsi dengan judul “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah Kebab (Studi Kasus di Kebab Corner Cabang Serang)”.

---

<sup>8</sup> Budi Prasetyo, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba (*Franchise*)”, dalam *Jurnal Hukum dan Dinamika Masyarakat*, vol. 4 No. 2 April 2007 Fakultas Hukum Untag Semarang, h. 219.

<sup>9</sup> Peni R. Pranomo, *Cara Memilih Waralaba yang Menjanjikan Profit*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), h. 15.

## **B. Fokus Penelitian**

Dengan tujuan agar penelitian tidak menyimpang dari sasaran dan lebih terfokus. Peneliti akan melakukan penelitian tentang “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah Pada Studi Kasus di Kebab Corner Cabang Serang”.

## **C. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah adalah tulisan singkat berupa pertanyaan yang biasanya terletak setelah latar belakang yang dijelaskan dalam sebuah karya ilmiah. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan masalah yang akan dibahas dalam laporan tersebut kepada para pembaca.

Adapun rumusan masalah dalam pembahasan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Mekanisme Kerjasama Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang ?
2. Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah Kebab Corner di Cabang Serang ?

## **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Bagaimana Mekanisme Kerjasama Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang.
2. Untuk Mengetahui Tinjauan Hukum Islam terhadap Sistem *Franchise* Syariah Kebab Corner di Cabang Serang.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penulis berharap bahwa kegiatan penelitian dalam penulisan proposal ini akan bermanfaat bagi penulis maupun orang lain. Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penulisan proposal ini antara lain untuk memberi pemahaman tentang Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang.

Suatu penelitian dianggap layak apabila memiliki 2 (dua) aspek manfaat yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis. Oleh karena itu, manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

### **1. Manfaat Teoritis**

Peneliti berharap penelitian ini dapat menambah wawasan dan menjadi pengetahuan akademis bagi penulis dan pembaca terkait bentuk mekanisme kerjasama sistem *franchise* syariah di Kebab Corner cabang Serang.

### **2. Manfaat Praktis**

Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa menjadi tambahan pemikiran atau bahan masukan bagi pembaca dalam dunia waralaba (*franchise*).

## **F. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Untuk menghindari terjadinya kesamaan terhadap penelitian terdahulu, penulis mengadakan penelusuran terhadap penelitian-penelitian yang terdahulu sebagai berikut:

1. Muhammad Yusuf, NIM E0005030, Universitas Sebelas Maret Surakarta dengan judul skripsi “Tinjauan Konsep



Waralaba (*Franchise*) Berdasarkan Ketentuan Ketentuan Hukum Islam”. Kesimpulan dari skripsi ini adalah Perjanjian *franchise* tidak bertentangan dengan syariat Islam. Tentunya dengan catatan bahwa obyek perjanjian *franchise* tersebut tidak merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam. Kalau sekiranya yang di*franchise*kan tersebut obyeknya merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam (misalnya, makanan dan minuman yang haram) maka otomatis perjanjian tersebut bertentangan dengan syari’at Islam. Konsep bisnis waralaba (*franchise*) diperbolehkan dalam hukum Islam, namun harus sesuai dengan syariat Islam.

2. M. Azwar Nur Akbar, NIM. 10200108027, Universitas Islam Negeri (UIN) Alauddin Makassar dengan judul “Bisnis Waralaba (*Franchise*) Dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam”. Kesimpulan dari skripsi ini adalah waralaba atau *franchise* merupakan beberapa dari sekian metode dalam berbisnis, metode ini suatu bentuk sinergi usaha yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang sudah memiliki kinerja unggul karena didukung sumber daya berbasis pengetahuan dan orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi dengan tata kelola yang baik, dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dengan melakukan hubungan kontraktual. Untuk menjalankan bisnis dibawah formatnya dengan imbalan yang disepakati. Dalam ekonomi waralaba sebagai bisnis yang prospektif serta memiliki kontribusi,

dimana sebagai bentuk pemasaran dapat mengurangi angka pengangguran serta menciptakan masyarakat yang berkualitas, karena waralaba membuka kesempatan kerja yang besar terhadap pihak kedua yang akan dilibatkan yakni terwaralaba, namun untuk menghindari hal-hal tertentu misalnya kecurangan salah satu pihak, maka hukum dianggap sangat perlu lalu kemudian lahirnya hukum perjanjian atau hukum waralaba, untuk melindungi pihak-pihak yang terikat.

Serupa dengan permasalahan yang diangkat penulis dalam penelitian ini, yakni sama-sama berupaya untuk mengetahui bagaimana hukum Islam serta sistem yang digunakan dalam (*franchise*) waralaba. Namun, dengan konteks yang berbeda dimana peneliti meninjau hukum Islam terhadap sistem *franchise* syariah khususnya dalam masalah bebas *royalty fee* di Kebab Corner cabang Serang, sedangkan penelitian terdahulu menganalisis hukum Islam tentang bisnis *franchise* secara umum dengan hukum Islam.

## **G. Kerangka Pemikiran**

Revolusi industri telah memungkinkan barang-barang kebutuhan masyarakat diproduksi secara massal. Melimpahnya produk-produk kebutuhan masyarakat tentu saja memerlukan perluasan pasar dari pasar regional dan global ke pasar lokal. Demi alasan efisiensi, maka produsen tidak menjual barang dan jasa langsung kepada konsumen, tetapi menjualnya melalui

pedagang perantara seperti agen, distributor ataupun memberikan lisensi untuk memproduksi dan mendistribusikan barang dan jasa melalui sistem *franchise*.<sup>10</sup>

*Franchise* atau waralaba menurut PP RI No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, (Revisi atas PP No. 16 Tahun 1997 dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba), waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.<sup>11</sup>

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, ditegaskan bahwa “Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan

---

<sup>10</sup> Suharkono, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004), h. 83.

<sup>11</sup> Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), h. 176.

konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba”.<sup>12</sup>

Bisnis waralaba (*franchise*) merupakan sebuah konsep kerja sama yang menguntungkan antara dua pihak dalam mengembangkan usaha masing-masing, baik *franchisor* maupun *franchisee*. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 29;

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”<sup>13</sup>

Kebab Corner merupakan salah satu waralaba (*franchise*) dengan sistem syariah dimana pihak *franchisee* (penerima waralaba) menginvestasikan modalnya kepada pihak *franchisor* (pemberi waralaba) untuk mengelola *outlet* Kebab Corner dengan sistem bagi hasil (*profit sharing*) sebesar 50:50.

Tercantum dalam “Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah, akad syirkah adalah akad kerja sama antara dua

<sup>12</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 12.

<sup>13</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 107.

pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha (*ra's al-mal*) dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional, sedangkan kerugian ditanggung oleh pihak secara proporsional.<sup>14</sup>

Jadi, *syirkah* adalah akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berserikat, baik dalam modal, keuntungan, dan kerja dan presentasinya serta ketentuan lainnya ditentukan pada akad berdasarkan kesepakatan bersama.<sup>15</sup>

Firman Allah SWT dalam Qur'an surat Shad ayat 24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۗ وَإِنَّ كَثِيرًا  
 مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا  
 وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا  
 فَتَنَتْهُ فَأَسْتَغْفَرَ رَبَّهُ ۗ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

*Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia*

<sup>14</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah.

<sup>15</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h.141.

*meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.*<sup>16</sup>

Hadist Nabi riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah yang merupakan landasan dari syirkah:

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا" رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَصَحَّحَهُ الْحَاكِمُ.

*“Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: Rasulullah pernah bersabda Allah telah berfirman: “Aku menemani dua orang yang bermitrausaha selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati yang lain. Bila salah seorang berkhianat, maka Aku akan keluar dari kemitrausahaan mereka”.(HR. Abu Daud)”*.<sup>17</sup>

*Royalty fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh *franchisee* kepada *franchisor* sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba oleh *franchisee* yang merupakan presentase dari omzet penjualan. Nilai *royalty fee* ini sangat bervariasi, tergantung pada jenis waralaba.<sup>18</sup>

Hukum Islam dalam al-Qur'an disebut dengan kata syariah, fiqh, dan hukum Allah yang seakar dengannya. Kata hukum Islam merupakan terjemahan dari term “*Islamic Law*”

---

<sup>16</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 454.

<sup>17</sup> Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Bulugul marammin adilla ahkam*, (Putra Amani: Jakarta, 1996), h. 348.

<sup>18</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba, ...*, h. 73.

dari literatur barat. Yang berarti “Seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan Rasul tentang tingkah laku manusia mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat yang beragama islam”. Dari definisi di atas dapat dipahami bahwa hukum Islam mencakup Hukum Syariah dan Hukum Fiqh, karena arti syarak dan fiqh terkandung didalamnya.<sup>19</sup>

Syariah secara etimologis (bahasa) berarti “jalan tempat keluarnya air untuk minum”. Kata ini kemudian dikonotasikan oleh bangsa arab dengan jalan yang lurus yang harus diturut. Secara terminologis (istilah) syariah diartikan “segala ketentuan Allah yang disyariatkan bagi hamba-hambanya, baik menyangkut akidah, ibadah, akhlak dan muamalah.”<sup>20</sup>

Fiqh menurut bahasa bermakna “mengetahui sesuatu” atau “memahaminya dengan baik”. Sedangkan secara terminologis adalah mengetahui hukum-hukum syara’ yang bersifat amaliyah yang dikaji dari dalil-dalil terperinci. Dari definisi di atas dapat diambil pengertian bahwa fiqh itu bukanlah hukum syara’ itu sendiri, tetapi interpretasi terhadap hukum syara’.<sup>21</sup>

---

<sup>19</sup> Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997), h.11.

<sup>20</sup> Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, ..., h.7.

<sup>21</sup> Fathurrahman Djamil, *Filsafat Hukum Islam*, ..., h.8.

## H. Metode Penelitian

Setiap penulisan ilmiah agar dapat mencapai hasil yang baik dan sistematis, maka harus menggunakan metode penelitian. Adapun metode penelitian dalam skripsi ini meliputi:

### 1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### a. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan (*field research*) artinya peneliti terjun langsung ke lokasi penelitian untuk memperoleh data-data yang diperlukan, yaitu peneliti mendapatkan data yang diperoleh dari hasil pengamatan langsung dari kantor cabang Kebab Corner Serang.

#### b. Pendekatan Masalah Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan sebagai pendekatan dalam penelitian ini adalah Pendekatan yuridis empiris yakni dilakukan dengan melihat kenyataan yang ada dalam praktek di lapangan (*field research*) dan dipadukan dengan hukum yang berlaku di Indonesia.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Bila dilihat dari sumber datanya, maka pengumpulan data dapat menggunakan :

#### a. Sumber Data Primer



Sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>22</sup> Sumber data primer dalam penelitian ini adalah data-data yang ada di Kebab Corner Cabang Serang. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Observasi

Observasi adalah aktivitas terhadap suatu proses atau objek dengan maksud merasakan dan kemudian memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya.<sup>23</sup> Dalam teknik ini peneliti mengadakan pengamatan langsung ke tempat penelitian yaitu Kebab Corner Cabang Serang.

2. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini

---

<sup>22</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), h. 225.

<sup>23</sup> <http://id.m.wikipedia.org/wiki/pengamatan>, diakses pada tanggal 4 April 2018, pukul 07.14.

mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.<sup>24</sup> Responden dalam peneliti ini adalah Manager Kebab Corner Cabang Serang.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah cara mengumpulkan data melalui peninggalan tertulis, seperti arsip, agenda, buku-buku yang berhubungan dengan masalah penelitian dan foto.

#### b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.<sup>25</sup> Dalam hal ini, yang menjadi sumbernya berasal dari laporan-laporan, buku-buku, artikel, internet dan jurnal.

### 3. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga dapat mudah dipahami dan temuannya dapat diinformasikan

---

<sup>24</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, ...*, h. 231.

<sup>25</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, ...*, h. 225.

kepada orang lain.<sup>26</sup> Dalam menganalisis data, penulis menggunakan analisis data kualitatif yang bersifat induktif, yaitu suatu analisis data dimana penulis menjabarkan data-data yang diperoleh dari hasil penelitian.

Dalam penelitian kualitatif, teknis analisis data lebih banyak dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data.<sup>27</sup> Analisis domain merupakan langkah pertama dalam penelitian ini, analisis domain pada umumnya dilakukan untuk memperoleh gambaran yang umum dan menyeluruh tentang situasi sosial yang diteliti atau obyek penelitian. Hasilnya berupa gambaran umum tentang obyek yang diteliti, yang sebelumnya belum pernah diketahui. Langkah selanjutnya adalah analisis taksonomi yang aktivitasnya adalah mencari bagaimana domain yang dipilih itu dijabarkan menjadi lebih rinci. Selanjutnya analisis komponensial aktivitas adalah mencari perbedaan yang spesifik setiap rincian yang dihasilkan dari analisis taksonomi.<sup>28</sup> Data yang diperoleh akan dianalisis dan dijabarkan secara jelas dan sistematis sehingga akan diperoleh kesimpulan yang jelas.

#### 4. Pedoman Penulisan Skripsi

---

<sup>26</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., h. 244.

<sup>27</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., h. 293.

<sup>28</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ..., h. 256.

- a. Buku pedoman penulisan Skripsi Fakultas Syariah tahun 2017.
- b. Penulisan ayat-ayat Al-Qur'an berpedoman kepada Al-Qur'an dan terjemahnya yang diterbitkan oleh Pustaka Al Hanan tahun 2009.
- c. Penulisan hadits mengacu pada kitab hadits atau buku yang dijadikan sebagai referensi. Namun, apabila kitab hadits tak memadai, maka kembali kepada buku yang menjadi referensi.

## **I. Sistematika Penulisan**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis membagi lima bab yang sistematis. Bab-bab ini merupakan bagian dari penjelasan dari penelitian sebagaimana yang diuraikan dalam rangkaian sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, terdiri dari Latar Belakang Masalah, Fokus Penelitian, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II Tinjauan Umum Profil Kebab Corner, terdiri dari Sejarah Berdirinya Kebab Corner, Visi dan Misi Kebab Corner, Struktur Organisasi Kebab Corner cabang Serang, Produk-Produk Makanan Kebab Corner, Sistem *Franchise* Kebab Corner.

BAB III Tinjauan Teoritis Tentang *Franchise* (Sejarah *Franchise*, Pengertian dan Konsep *Franchise*, Jenis-Jenis *Franchise*, Perkembangan Hukum *Franchise* di Indonesia, Hubungan *Franchise* Dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), Biaya-Biaya Dalam Sistem *Franchise*), dan Syirkah (Definisi Syirkah, Dalil-Dalil Tentang Syirkah, Rukun dan Syarat Syirkah, Macam-Macam Syirkah, Berakhirnya Akad Syirkah).

BAB IV Hasil Penelitian, terdiri dari Mekanisme Kerjasama Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang dan Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah Kebab Corner di Cabang Serang.

BAB V Penutup, terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **TINJAUAN UMUM PROFIL KEBAB CORNER**

#### **A. Sejarah Kebab Corner**

Berawal dari goresan impian, bermula pada tahun 2006 dengan bermodal tekad, semangat, dan tanpa rupiah. Langkah pertama adalah usaha LBB UNIX dan service komputer, lalu membentuk CV. UNIX (Universal Info EXcommindo), dengan kepercayaan dari investor, akhirnya “Blueoffice Bussiness Center” buka di Surabaya, Blueoffice 24 jam, diantaranya melayani: warnet, ATK (Alat Tulis Kantor), wartel, fotocopy, minicafe, pengiriman barang, ticketing online, virtual office dan persewaan kantor. Tantangan awal usaha yang penuh pengorbanan. Kami menggoreskan impian, mempunyai usaha makanan. Ada peluang bisnis kebab di Jakarta, perantauan dimulai, tulisan harapan, putus asa, dan kedukaan seolah menjadi saksi tidak dapat menghentikan tekad.

Kebab sendiri adalah nama makanan atau camilan untuk macam daging yang ditusuk kemudian dipanggang atau dibakar. Hidangan kebab ini berasal dari negara Timur Tengah, tepatnya dari Turki. Makanan dari Turki ini sesungguhnya sudah akrab dengan lidah masyarakat kita yang pada umumnya banyak yang menyukai makanan ini.

Makanan kebab ini sudah populer dengan makanan siap saji yang mempunyai kandungan gizi yang baik sehingga untuk

memakannya menimbulkan rasa kenyang dan aman. Meskipun bisa dibilang sebagai jenis makanan cepat saji, namun jenis makanan yang satu ini tidak mengakibatkan kolesterol yang sangat tinggi karena cara pengolahannya tidak digoreng melainkan dengan cara dipanggang. Kepopuleran kebab didukung dengan cara untuk memakan kebab yang sangat mudah dan sangat nikmat dimakan saat kapanpun dan di manapun.

Kebab merupakan jenis panganan dari daging panggang yang ditambahkan sayuran dengan diberikan olesan saus dengan berbalut roti . Rasa yang dimiliki dari kebab terdiri dari bermacam rasa gabungan yang sangat cocok dengan lidah masyarakat kita, yakni rasa asin, pedas, gurih, dan asam.

Ketika makanan kebab telah diperkenalkan di Indonesia banyak inovasi yang telah dibuat untuk menjadikan kebab sebagai makanan yang disesuaikan dengan masyarakat Indonesia. Inovasi ini dilakukan dengan mengubah isi kebab, mulai dari daging, jenis sayur, jenis saus maupun roti yang digunakan. Cara-cara untuk membuat kebab sendiri bisa dikatakan tidak sulit tanpa perlu memiliki keahlian khusus untuk cara penyajiannya. Hal inilah yang membuat potensi kebab menjadi semakin besar.<sup>29</sup>

Tahun 2007 pertama kali bisnis *franchise* Kebab Corner buka di Tangerang Selatan, kantor pertama berwujud kontrakan

---

<sup>29</sup> <http://cornerkebabonline.com/franchise-kebab-corner-kebab/>

1 kamar, difungsikan sebagai gudang dan mesh, sedangkan outlet pertama terdapat di Cirendeu Tangerang Selatan, outlet kedua di Pamulang, Tangerang Selatan, dan outlet ketiga dibuka di Cilegon. Pada tahun 2008 kantor Kebab Corner pindah di Cirendeu, Tangerang Selatan. Pada tahun 2009 kami mengikuti pameran *Franchise JCC* di Jakarta, berkat pameran JCC, *franchise* Kebab Corner bertambah menjadi 20 outlet. Tahun 2010 “Blueoffice Bussiness” di Surabaya dijual. Pada tahun 2010 pengembangan bisnis dimulai. Tahun 2011 Kebab Corner menempati kantor baru, gedung 3 lantai di Jl. Siliwangi no.8 blok a2-3 Pamulang, Tangerang Selatan.

Selanjutnya melakukan Roadshow pameran *franchise* di Bandung, Tasikmalaya, Jogja, Surabaya, Pontianak, Palembang, Makassar, Denpasar dan kota besar lainnya. *Franchise* Kebab Corner bertambah, outlet cabangpun berkembang di Jakarta Barat, Cilegon, Serang, Bogor, Tangerang Kota, Jogja, dan Bandung. Pada bulan Mei 2011 Kantor Bandung melayani 8 area cabang, yakni di Cimahi, Kopo, Banjaran, Lembang, Cicalengka, Garut, Kopo, dan Purwakarta.

Tahun 2012 CV. UNIX (Universal Info EXcommindo) berubah menjadi PT. ARLINDA PUTRA. Pada tahun 2013, kantor Bandung menempati ruko 3 lantai di Pesona Cisaranten Indah. Tahun 2015 *franchise* Kebab Corner telah memiliki 400 outlet, tersebar di 20 kota, Banda Aceh, Pangkal Pinang, Bandar Lampung, Jakarta Barat, Tangerang Selatan, Tangerang, Bogor,



Depok, Serang, Bandung, Cimahi, Lembang, Banjaran, Garut, Jogja, Makassar, dan Medan. Impian kami di tahun 2018 adalah Menuju 800 outlet yang tersebar di kota-kota yang ada Indonesia.<sup>30</sup>

Saat ini, Kebab Corner sudah memiliki izin legalitas berupa HAKI, BADAN USAHA PT, DEP.KES.PIRT no. 206357833136 dan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) No. 503/001.c/436.6.11/2011 serta bersertifikat halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia).<sup>31</sup>

## B. Visi dan Misi Kebab Corner

Berikut ini adalah visi dan misi *Franchise* Kebab Corner;

### 1. Visi

- Become World Class Muslims *Franchise*

### 2. Misi

- Be top of mind.
- Be top of sales.
- Be top of believable.
- Be the highest enterprise.<sup>32</sup>

---

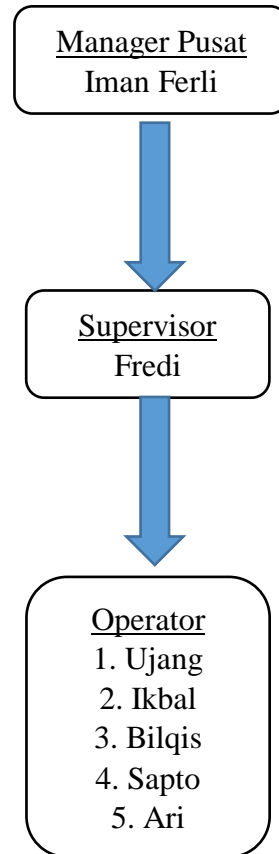
<sup>30</sup> "Company Profile Corner Kebab", <https://youtu.be/ZP5Cpww1FEI>, diakses pada 3 Juni 2018, pukul 21.00 WIB.

<sup>31</sup> Corner Kebab, "*Syariah Specialist Berpengalaman dan Terpercaya*", dalam brosur

<sup>32</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 4 Mei 2018.

### C. Struktur Organisasi Kebab Corner

Adapun struktur organisasi yang ada di Kebab Corner Serang adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>



### D. Produk-Produk Makanan Kebab Corner

1. Sosiz Kebab,
2. Hot Kebab,
3. Kebab Original,

---

<sup>33</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 4 Mei 2018.

4. Burger (beef/chicken/fish),
5. Giant Beef Sosiz,
6. Cane Coklat,
7. Kids Kebab.<sup>34</sup>

## E. Sistem *Franchise* Kebab Corner

### 1. Sistem *franchise* mandiri Kebab Corner

Sistem *franchise* mandiri Kebab Corner, yakni sistem *franchise* yang mengelola sendiri atau investor (mitra) yang mengelola sendiri, mulai dari karyawan, tempat, rekrutmen, laporan dan bahan baku. Dalam sistem *franchise* mandiri pihak investor (mitra) bisa membeli bahan baku dari kita ataupun dari luar pihak luar. Keuntungan hasil penjualan 100% untuk pihak investor (mitra), jadi pihak investor (mitra) disini hanya membeli merek, perlengkapan dan gerobak. Sedangkan bahan baku tidak termasuk atau di luar dari nilai inves (modal) Rp.40.000.000,- (Empat Puluh Juta Rupiah) dengan masa kontrak kerjasama selama 5 tahun.<sup>35</sup>

#### FASILITAS YANG DI DAPATKAN

- 1 unit outlet yang dilengkapi dengan *chiler* (kulkas)
- Peralatan masak lengkap termasuk pemanggang *dual burner* dan seragam karyawan

---

<sup>34</sup> Corner Kebab, “*Syariah Specialist Berpengalamn dan Terpercaya*”, dalam brosur

<sup>35</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 4 Mei 2018.

- Asistensi survei lokasi (lokasi bisa dicarikan)
- Training karyawan
- Training manajemen pengelolaan outlet
- Paket promosi usaha (*flyer menu* dan *stand banner*)
- Pendampingan *grand opening*
- *Software* keuangan Corner Kebab (monitor outlet dari rumah)
- *E-Book standart operating procedure* (SOP)
- Masa kerjasama 5 (lima) tahun

FASILITAS YANG DIBUTUHKAN (untuk *Franchisee* tipe mandiri)

- *Frezer Box* 200 liter,
- Transportasi local untuk operasional usaha,
- Mesh untuk karyawan (jika *recruitment* dari *franchisor*),
- Bahan baku awal (bisa belanja di kantor).<sup>36</sup>

## 2. Sistem *franchise* syariah Kebab Corner

Sistem *franchise* syariah Kebab Corner, yakni sistem *franchise* dimana pihak kebab cornerlah yang mengelola semuanya baik dari tempat, karyawan, laporan, bahan baku dan lain-lain, serta bisa langsung jualan. Investor (mitra) hanya perlu membayar modal sebesar

---

<sup>36</sup> Corner Kebab, “*Syariah Specialist Berpengalaman dan Terpercaya*”, dalam brosur

Rp.40.000.000,- dengan masa kontrak kerjasama 5 tahun. Keuntungan dan kerugian penjualan 50:50.<sup>37</sup>

#### FASILITAS YANG DI DAPATKAN

- 1 unit outlet yang dilengkapi dengan *chiler* (kulkas)
- Peralatan masak lengkap termasuk pemanggang *dual burner* dan seragam karyawan
- Lokasi bisa dicarikan
- Karyawan disediakan pusat
- Paket promosi usaha (*flyer menu* dan *stand banner*)
- Laporan *software* keuangan Kebab Corner per bulan
- *Software* keuangan Corner Kebab (monitor outlet dari rumah)
- Masa kerjasama 5 (lima) tahun

FASILITAS YANG DIBUTUHKAN (untuk *franchisee* tipe syariah)

- Disediakan oleh kantor pusat.<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 4 Mei 2018.

<sup>38</sup> Corner Kebab, “Syariah Specialist Berpengalaman dan Terpercaya”, dalam brosur

## **BAB III**

### **TUNJAUAN PUSTAKA**

#### **A. *Franchise***

##### **1. Sejarah *Franchise***

*Franchise* atau waralaba muncul sejak 200 tahun sebelum masehi. Saat itu, seorang pengusaha China memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu. Kemudian, di Prancis pada tahun 1200-an, penguasa Negara dan penguasa gereja mendelegasikan kekuasaan mereka kepada para pedagang ahli pertukangan melalui apa yang dinamakan “*diartes de franchise*”, yaitu hak untuk menggunakan atau mengolah hutan yang berada di bawah kekuasaan Negara atau gereja. Sebagai imbalannya, penguasa Negara atau penguasa gereja menuntut jasa tertentu atau uang. Pemberian hak tersebut diberikan juga kepada para pedagang dan ahli pertukangan untuk penyelenggaraan pasar dan pameran, dengan imbalan sejumlah uang. Namun, sebenarnya waralaba dengan pengertian yang kita kenal saat ini berasal dari Amerika Serikat.<sup>39</sup>

---

<sup>39</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba, ...*, h. 2.

Di Amerika Serikat, waralaba atau *franchise* mulai dikenal kurang lebih dua abad yang lalu ketika perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Sistem waralaba atau *franchise* di Amerika Serikat pertama kali dimulai pada tahun 1851.<sup>40</sup>

Pada tahun tanggal 22 November 1991, berdiri Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) sebagai wadah yang menaungi *franchisor* dan *franchisee*. AFI didirikan dengan bantuan ILO (*International Labour Organisation*) dan pemerintah Indonesia. Dengan berdirinya AFI diharapkan dapat menciptakan industri waralaba yang kuat dan menjadi pendorong pertumbuhan ekonomi nasional berbabsiskan usaha kecil dan menengah.<sup>41</sup>

Bisnis waralaba (*franchise*) di Indonesia mulai marak sekitar tahun 1970-an, yang ditandai dengan menjamurnya restoran cepat saji (*fast food*) seperti Kentucky Fried Chicken dan Pizza Hut. Hingga tahun 1992 jumlah perusahaan waralaba di Indonesia mencapai 35 perusahaan, 6 di antaranya adalah perusahaan waralaba lokal dan sisanya (29) adalah waralaba asing. Perkembangan waralaba asing dari tahun ke tahun sangat pesat yaitu sebesar 710% sejak tahun 1992 hingga tahun 1997, sedangkan perkembangan

---

<sup>40</sup> Johannes Ibrahim, dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: Refika Aditama, 2007), h. 122.

<sup>41</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 20.

waralaba lokal hanya meningkatkan sebesar 400% (dari sejumlah 6 perusahaan menjadi 30 perusahaan). Namun sejak krisis moneter tahun 1997, jumlah perusahaan waralaba asing mengalami penurunan pertumbuhan sebesar -9.78% dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2001. Hal ini disebabkan karena terpuruknya nilai rupiah sehingga biaya untuk *franchise fee* dan *royalti fee* serta biaya bahan baku, peralatan dan perlengkapan yang dalam dollar menjadi meningkat. Hal tersebut mempengaruhi perhitungan harga jual produk atau jasanya di Indonesia. Sebaliknya waralaba lokal mengalami peningkatan pertumbuhan rata-rata sebesar 30%. Pada tahun 2001 jumlah waralaba asing tumbuh sebesar 8.5% sedangkan waralaba lokal meningkat 7.69% dibanding tahun 2000.<sup>42</sup>

Saat ini, tidak sedikit jenis waralaba lokal yang sudah benar-benar mantap menjaga kualitas dan membangun citra produknya sehingga sudah mulai *go international* dengan mengikuti berbagai *expo* di mancanegara dan sudah membuka cabangnya di luar negeri. Oleh karena itu, diharapkan suatu saat semua pihak waralaba di Indonesia, baik *franchisor* maupun *franchisee* sudah mempunyai profesionalisme dan etos kerja yang tinggi, yang melahirkan sistem yang benar-benar teruji sehingga produk dan sumber

---

<sup>42</sup> Sudarmiatin, "Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia, Peluang, Usaha dan Investasi", (Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Malang, Kamis, 28 April, 2011), h. 8-9.



daya manusia yang berkualitas dapat menjadi suatu epidemic di masyarakat Indonesia.<sup>43</sup>

## 2. Pengertian dan Konsep *Franchise*

Secara bebas dan sederhana, *franchise* didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilage*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran.<sup>44</sup>

Masyarakat Indonesia sendiri menyebut *franchise* dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa. Secara istilah waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama dibidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, dimana satu pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak lain sebagai *franchisee*. Dimana didalamnya diatur bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek yang memberikan hak tertentu kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis dari atau atas suatu produk barang atau jasa.<sup>45</sup>

---

<sup>43</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 21.

<sup>44</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 6.

<sup>45</sup> Johannes Ibrahim, dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, ..., h. 119.

Dari penjelasan *franchise* di atas, pada dasarnya di dalam *franchise* terdapat tiga komponen pokok, yaitu sebagai berikut :<sup>46</sup>

- a. *Franchise* atau waralaba, yaitu sistem dan cara bisnis itu sendiri yang merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari *franchisor* yang dijual kepada *franchisee*.
- b. *Franchisor*, yaitu pihak yang mempunyai bisnis *franchise*.
- c. *Franchisee*, yaitu pihak yang menjalankan bisnis *franchise*.

Menurut *International Franchise Association* (IFA), *franchise* atau waralaba pada hakekatnya melibatkan tiga elemen, diantaranya adalah sebagai berikut :<sup>47</sup>

- a. Merek, dalam perjanjian *franchise*, *franchisor* selaku pemilik dari sistem waralaba memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk dapat menggunakan merek dagang atau jasa dan logo yang dimiliki oleh *franchisor*.
- b. Sistem Bisnis, sistem bisnis berupa pedoman yang mencakup standarisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau metode jasa, standar rupa dari fasilitas bisnis, standar periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, kebijakan dagang, dan lain lain.

---

<sup>46</sup> Munir Fuady, “*Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*”, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013), h. 340.

<sup>47</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 49.

- c. Biaya, dalam setiap bisnis *franchise*, *franchisor* baik secara langsung atau tidak langsung, menarik pembayaran dari *franchisee* atas penggunaan merek dan atas partisipasi dalam sistem *franchise* yang dijalankan. Biaya biasanya terdiri dari atas biaya awal, biaya *royalty*, biaya jasa, biaya lisensi, dan atau biaya pemasaran bersama. Biaya lainnya juga dapat berupa biaya atas jasa yang diberikan kepada *franchisee*, misalnya manajemen.

### 3. Jenis-Jenis *Franchise*

Pada umumnya, *franchise* dibedakan menjadi dua jenis, diantaranya adalah sebagai berikut;<sup>48</sup>

- a. *Franchise* produk dan merek dagang (*product and trade franchise*) merupakan bentuk *franchise* paling sederhana. Dalam waralaba produk dan merek dagang, *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk menjual produk yang dikembangkan oleh *franchisor* yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik *franchisor*. Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut, biasanya *franchisor* mendapatkan bentuk pembayaran *royalty* dimuka, dan selanjutnya *franchisor* memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang *franchise* kepada *franchisee*. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini,

---

<sup>48</sup> Gunawan Widjaya, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), h. 48.

*franchise* produk dan merek dagang sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor, atau lisensi penjualan. Dalam bentuk *franchise* ini, *franchisor* membantu *franchisee* untuk memilih lokasi yang tepat serta menyediakan jasa orang untuk membantu mengambil keputusan.

- b. *Franchise* format bisnis (*business format franchise*) adalah sistem *franchise* yang tidak hanya menawarkan merek dagang dan logo, tetapi juga menawarkan sistem yang komplit dan komprehensif mengenai tata usaha dalam hal menjalankan bisnis, termasuk di dalamnya pelatihan dan konsultasi usaha dalam hal pemasaran, penjualan, pengelolaan stok, akunting, personalia, pemeliharaan, dan pengembangan bisnis. Dengan kata lain *franchise* sistem format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh *franchisor* kepada pihak *franchisee*. Lisensi tersebut memberikan hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang *franchisor* dan untuk keseluruhan paket yang terdiri dari seluruh elemen, yang diperlukan untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan.

#### 4. Perkembangan Hukum *Franchise* di Indonesia

*Franchise* telah diakui sebagai alat bisnis untuk mendorong investasi pada skala internasional, tetapi juga sebagai teknik pemasaran yang membantu perkembangan bisnis, baik secara lokal maupun internasional.

Mengenai perkembangan hukum waralaba di Indonesia, secara kebetulan bisnis *franchise* selama ini belum banyak menimbulkan masalah hukum. Kemungkinan munculnya masalah memang ada, bukan menjadi hal aneh dalam dunia bisnis. Meskipun demikian, masalah waralaba ditampung dalam perangkat hukum nasional. Perangkat hukum yang mengatur *franchise* atau waralaba di Indonesia berhubungan dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah diatur lewat Undang-Undang Hak Cipta, Undang-Undang Paten, dan Undang-Undang Merek. Saat itu, yang perlu dipersoalkan ialah bagaimana memberikan perlindungan baik untuk *franchisor* maupun *franchisee*.

Sebelum munculnya perangkat hukum yang mengatur waralaba di Indonesia, perlindungan tetap bisa dilakukan melalui kontrak *franchise* yang dibuat oleh pihak-pihak yang terlibat sesuai dengan KUHPerdara yang secara tegas mengakui bahwa perjanjian yang disepakati oleh beberapa pihak, yang bersifat mengikat mereka secara hukum. Meskipun belum ada dasar hukum yang memberikan kepastian hukum secara jelas terhadap

*franchise*, kenyataannya pelaksanaan waralaba melalui suatu perjanjian telah diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sehingga semua perjanjian dapat dibenarkan selama diadakan secara sah serta tidak bertentangan dengan undang-undang dan kesusilaan.<sup>49</sup>

Pada tahun 1997 dibuatlah Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Adapun rumusan waralaba yang berkaitan dengan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba adalah sebagai berikut;<sup>50</sup>

- a. Waralaba merupakan suatu perikatan. Rumusan tersebut menyatakan bahwa sebagai suatu perikatan, waralaba tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam KUHPerdata.
- b. Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. Adapun hak atas kekayaan intelektual meliputi merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten. Sedangkan penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen serta cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemilik usaha.
- c. Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

---

<sup>49</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 25-26.

<sup>50</sup> Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba

Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa waralaba tidaklah diberikan dengan cuma-cuma. Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu. Secara umum dikenal dua macam kompensasi yang dapat diminta *franchisor* dari *franchisee*, yaitu sebagai berikut:

1. Kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*). Berikut ini adalah kompensasi yang termasuk kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter.
  - a. *Lump-sum payment*, suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh *franchisee* untuk diberikan kepada *franchisor* pada saat persetujuan waralaba disepakati. Pembayaran ini dapat dilakukan sekaligus, maupun dalam beberapa kali (cicilan).
  - b. *Royalty*, pembayaran oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor* sebagai imbalan, yang besar atau jumlah pembayarannya dikaitkan dengan presentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksinya dan atau penjualan barang atau jasa berdasarkan perjanjian waralaba, baik yang disertai dengan jumlah minimum atau maksimum atau tidak. Meskipun secara absolut *royalty* dibayarkan tetap, tetapi sebenarnya

pembayaran *royalty* akan menunjukkan kenaikan seiring dengan peningkatan jumlah produksi, penjualan atau keuntungan penerima lisensi.

2. Kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (*indirect moneter compensation*) dan kompensasi yang diberikan tidak dalam bentuk nilai moneter (*non monetary compensation*), yang meliputi sebagai berikut;
  - a. Keuntungan dari penjualan barang modal atau bahan mentah, bahan setengah jadi, dan termasuk barang jadi, yang merupakan satu paket dengan pemberian waralaba (*exclusive purchase arrangement*).
  - b. Pembayaran dalam bentuk *dividen* atau bunga pinjaman dimana *franchisor* memberikan bantuan finansial baik dalam bentuk ekuitas (*equity participation*) atau dalam bentuk pinjaman jangka pendek maupun jangka panjang.
  - c. *Cost shifting* atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh *franchisor*. Pengalihan ini biasanya dilakukan dalam bentuk kewajiban *franchisee* untuk mengeluarkan semua biaya yang diperlukan untuk mencagah terjadinya pelanggaran maupun untuk mempertahankan



perlindungan hak atas kekayaan intelektual paket yang diwaralabakan kepadanya.

- d. Perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh *franchisee*, yang berarti *franchisor* memiliki akses yang lebih luas untuk mengembangkan lebih lanjut waralaba yang diberikan tersebut.
- e. Penghematan biaya *franchisor* yang dilakukan oleh *franchisee*.

Intinya, Peraturan Pemerintah ini dilahirkan untuk mengembangkan kegiatan waralaba sebagai upaya memperluas kesempatan kerja dan kesempatan ber usaha sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan ahli teknologi. Peraturan tersebut juga dibuat dalam upaya memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba, terutama dalam upaya pengaturan, pembinaan, dan pengembangan waralaba.<sup>51</sup>

Selanjutnya, lahirlah Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menggantikan Peraturan Pemerintah (PP) No. 16 Tahun 1997 dalam upaya pemerintah meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia sehingga perlu mendorong pengusaha nasional, terutama pengusaha kecil dan menengah untuk

---

<sup>51</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba, ...*, h. 31.

tumbuh sebagai *franchisor* nasional yang handal dan mempunyai daya saing didalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Seperti yang tertuang dalam Pasal 3 PP No 42 Tentang Waralaba, bisnis waralaba harus memenuhi kriteria-kriteria sebagai berikut :<sup>52</sup>

- a) Memiliki ciri khas usaha
- b) Terbukti sudah memberikan keuntungan
- c) Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
- d) Mudah diajarkan dan diaplikasikan
- e) Adanya dukungan yang berkesinambungan dan,
- f) Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

Dan ketentuan pasal 4 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pewaralaba dan terwaralaba, dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat harus memperhatikan hukum Indonesia dan apabila perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Lebih jauh

---

<sup>52</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, h. 2.

dijelaskan pada Pasal 5 PP No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba memuat klausula tentang perjanjian antara lain<sup>53</sup>:

- a) Nama dan alamat para pihak
- b) Jenis hak kekayaan intelektual
- c) Kegiatan usaha
- d) Hak dan kewajiban para pihak
- e) Bantuan, fasilitas, bimbingan oprasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba
- f) Wilayah usaha
- g) Jangka waktu perjanjian
- h) Tata cara pembayaran imbalan
- i) Kepemilikan, perubahan kepemilikan, ahli waris
- j) Penyelesaian sengketa dan
- k) Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Adapun kewajiban dari Pemberi Waralaba sebagaimana tertuang dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yakni pemberi waralaba harus memberikan porspektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba pada ssaat melakukan penawaran. Porspektus ini memuat paling sedikit mengenai<sup>54</sup>;

---

<sup>53</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, h.2.

<sup>54</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, h.3

- a) Data identitas pemberi waralaba
- b) Legalitas usaha pemberi waralaba
- c) Sejarah kegiatan usahanya
- d) Struktur organisasi pemberi waralaba
- e) Laporan keuangan 2 (tahun) terakhir
- f) Jumlah tempat usaha
- g) Daftar penerimaan waralaba dan
- h) Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Tidak hanya pemberian prospektus penawaran saja, akan tetapi pemberi waralaba juga wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional, manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.<sup>55</sup>

Namun, Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 memiliki kekurangan. Peraturan ini memiliki permasalahan yuridis yang dapat menjadi kendala pengembangan usaha kecil dan menengah untuk tumbuh menjadi *franchisor*. Peraturan Pemerintah ini sangat ketat sehingga dikhawatirkan bisnis waralaba tidak bisa lagi dilakukan oleh usaha kecil, tetapi hanya oleh usaha menengah dan besar.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan

---

<sup>55</sup> Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, h. 3.

Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, munculnya Peraturan Menteri Perdagangan ini sebenarnya hanya sebagai pengulangan dalam hal pengertian yang tertuang dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007, dalam peraturan ini juga dirumuskan mengenai waralaba lanjutan, kewajiban *franchisor* untuk menyampaikan keterangan dengan benar kepada *franchisee*, serta mengatur perjanjian waralaba.<sup>56</sup> Bila *franchisee* telah membuka outlet-nya secara teratur, kemudian ia wajib membayar *royalty* kepada *franchisor*, yaitu sesuai dengan presentase dari hasil penjualannya.

## **5. Hubungan *Franchise* Dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI)**

Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) adalah sekumpulan hak-hak yang meliputi suatu bidang hukum yang membidangi hak-hak yuridis dari karya-karya atau ciptaan-ciptaan hasil olah pikir manusia berkaitan dengan kepentingan-kepentingan yang bersifat ekonomi dan moral. Bidang yang dicakup dalam HAKI sangat luas, terdiri atas ciptaan sastra, seni dan ilmu pengetahuan.<sup>57</sup>

Pada umumnya, hukum kekayaan intelektual bertujuan untuk melindungi para pencipta dan produser

---

<sup>56</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, ..., h. 38.

<sup>57</sup> Suyud Margono, "*Hukum Hak Cipta Indonsia*", (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 21.

barang dan jasa intelektual lainnya melalui pemberian hak tertentu secara terbatas untuk mengontrol penggunaan yang dilakukan produser tersebut.<sup>58</sup>

Secara tradisional, hak kekayaan dibagi menjadi dua cabang, “hak kekayaan industri” dan “hak cipta”. Hak kekayaan industri mencakup perlindungan invensi melalui `paten, perlindungan kepentingan komersial melalui undang-undang merek dan undang-undang tentang nama dagang, dan undang-undang tentang nama.

Sedangkan hak cipta memberikan hak-hak tertentu kepada para pengarang atau pencipta karya intelektual lainnya (sastra, music dan seni) untuk memberikan wewenang atau melarang untuk menggunakan karya tersebut selama waktu tertentu.<sup>59</sup>

Setelah pengertian dan konsep *franchise* yang sudah dijelaskan, dapat diketahui bahwa pemberian *franchise* senantiasa terkait dengan pemberian hak untuk menggunakan dan/atau memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual tertentu. Perjanjian *franchise* mengakibatkan adanya pemberian hak untuk menggunakan sistem *franchise* yang bersangkutan. Pemberian hak-hak tersebut diantaranya adalah sebagai berikut;

---

<sup>58</sup> Suyud Margono, “*Hukum Hak Cipta Indonsia*”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 24.

<sup>59</sup> Suyud Margono, “*Hukum Hak Cipta Indonsia*”, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), h. 25.

## 1. Hak Merek

Adalah pendaftaran hak sebuah merek yang digunakan untuk mengidentifikasi barang dan jasa yang diproduksi atau didistribusi oleh sebuah perusahaan tertentu yang memberikan hak kepada perusahaan lain tersebut untuk menggunakannya secara eksklusif merek tersebut. Pemilik merek terdaftar memiliki hak untuk mencegah pihak lain menggunakan mereknya tanpa izin. Merek merupakan logo yang terkenal dan menjadi komoditi yang sangat bernilai.<sup>60</sup>

Berdasarkan Pasal 1 angka 5 Undang-Undang Merek No.20 Tahun 2016, suatu merek dianggap sah apabila merek itu telah didaftarkan dalam daftar merek. Pihak pertama mendaftarkan berhak atas merek dan secara eksklusif dapat memakai merek tersebut, sedangkan pihak lain tidak boleh memakainya, kecuali dengan izin. Tidak semua merek dapat didaftarkan, Pasal 4 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001 menyatakan, “Merek tidak dapat didaftar atas permohonan yang diajukan oleh pemohon yang beriktikad tidak baik”. Suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 Undang-Undang Merek No. 15 Tahun 2001, yaitu:<sup>61</sup>

---

<sup>60</sup> Tim Lindsey, dkk, “*Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”, (Bandung: Alumni, 2013), h. 8.

<sup>61</sup> Undang-Undang Merek No.15 Tahun 2001 Tentang Merek.

- a. Bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- b. Tidak memiliki daya pembeda;
- c. Telah menjadi milik umum; atau
- d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Jadi, dalam hukum pemberian lisensi merek, dengan tegas menyebutkan bahwa merek yang dilisensikan adalah merek yang harus mempunyai perbedaan dengan merek-merek lainnya yang telah terdaftar pada kantor merek dan karenanya memperoleh perlindungan dalam hukum tersendiri.<sup>62</sup>

## 2. Hak Rahasia Dagang

Menurut Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang, “Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum dibidang teknologi dan atau bisnis, yang memiliki nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang”.<sup>63</sup>

Pada Pasal 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000, hak rahasia dagang memiliki ruang lingkup meliputi metode produksi, metode pengelolaan, metode

---

<sup>62</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba, ...*, h. 99.

<sup>63</sup> Massudilawe dan partners, “*Himpunan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual*”, Pasal 1 UU no. 19 tahun 2002, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 1.



penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.<sup>64</sup>

Selanjutnya pada Pasal 4 memuat tentang hak pemilik rahasia dagang, diantaranya adalah:<sup>65</sup>

- a. Menggunakan sendiri Rahasia Dagang yang dimilikinya;
- b. Memberikan Lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan Rahasia Dagang atau mengungkapkan Rahasia Dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.

### 3. Hak Paten

Berdasarkan Undang-Undang No.13 Tahun 2016 Pasal 1 angka 1, “Paten adalah hak eksklusif yang diberikan oleh Negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya”.

Selanjutnya pada Pasal 1 angka 2 dijelaskan bahwa, “Invensi adalah ide yang dituangkan kedalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau

---

<sup>64</sup> Ermansyah Djaja, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), h. 363.

<sup>65</sup> Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses”.<sup>66</sup>

Jadi, Hak paten diberikan untuk melindungi invensi di bidang teknologi. Paten diberikan untuk jangka waktu yang terbatas, dan tujuannya adalah untuk mencegah pihak lain, termasuk para inventor independen dari teknologi yang sama, menggunakan invensi tersebut selama jangka waktu perlindungan paten, supaya inventor atau pemegang paten mendapat manfaat ekonomi yang layak atas invensinya. Sebagai gantinya, pemegang paten harus mempublikasikan semua rincian invensinya supaya pada saat berakhirnya perlindungan paten, agar informasi yang berkaitan dengan invensi tersebut tersedia secara bebas bagi khalayak.<sup>67</sup>

#### 4. Hak Desain Industri

Berdasarkan Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri Pasal 1 angka 1 bahwa, “Desain Industri adalah kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna, atau gabungan dari padanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat

---

<sup>66</sup> Undang-Undang No.13 Tahun 2016 Tentang Paten.

<sup>67</sup> Tim Lindsey, dkk, “*Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”,... , h. 7.

dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri, atau kerajinan tangan”.<sup>68</sup>

Pada Pasal 2 angka 1 Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri, dijelaskan bahwa hak desain industri diberikan untuk desain industri yang baru. Jadi, desain industri berhubungan dengan perwujudan secara visual dari produk-produk komersial dalam pola tiga atau dua dimensi. Desain industri biasanya tidak melindungi fungsi dari suatu produk, melainkan semata-mata melindungi penampakan luarnya.<sup>69</sup>

#### 5. Hak Cipta

Berdasarkan Pasal 1 angka 1 Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta, “Hak Cipta adalah hak eksklusif pencipta yang timbul secara otomatis berdasarkan prinsip deklaratif setelah suatu ciptaan diwujudkan dalam bentuk nyata tanpa mengurangi pembatasan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.”<sup>70</sup>

Selanjutnya Pasal 1 angka 2 menjelaskan, “Hak cipta diberikan pada pencipta atau penerima hak atas suatu ciptaan. Pencipta adalah seorang atau beberapa orang

---

<sup>68</sup> Undang-Undang No. 31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri.

<sup>69</sup> Tim Lindsey, dkk, “*Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*”,... , h. 8.

<sup>70</sup> Munir Fuady, “*Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*”, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013), h. 208.

secara bersama-sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu ciptaan berdasarkan kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang dituangkan kedalam bentuk khas dan bersifat pribadi”. Pada Pasal 1 angka 3 dijelaskan, “Ciptaan adalah hasil setiap karya pencipta yang menunjukkan keasliannya dalam lapangan ilmu pengetahuan, seni, atau sastra”. Dalam Pasal 1 angka 4 dijelaskan, “Pemegang hak cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta, atau pihak yang menerima hak tersebut dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut”.<sup>71</sup>

## 6. Biaya-Biaya Dalam Sistem *Franchise*

Adapun biaya-biaya yang terdapat dalam *franchise* adalah sebagai berikut :<sup>72</sup>

### 1. *Royalty Fee*

Merupakan pembayaran oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor* sebagai imbalan dari pemakaian hak *franchise* oleh *franchisee*. Walaupun tidak tertutup kemungkinan pembayaran *royalty* ini pada suatu waktu dalam jumlah tertentu yang sebelumnya tidak diketahuinya (sistem lumsump). Akan tetapi, sistem yang lebih sering justru pembayaran *franchise fee*

---

<sup>71</sup> Undang-Undang No. 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta

<sup>72</sup> Munir Fuady, “*Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*”, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013), h. 346-347.

dengan memakai sistem presentase tertentu dari omset *franchise*.

## 2. *Franchise Fee*

Merupakan bayaran yang harus dilakukan oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor*, yang merupakan biaya *franchise*, yang biasanya dilakukan dengan jumlah tertentu yang pasti dan dilakukan sekaligus dan hanya sekali saja. Dibayar hanya pada tahap saat *franchise* akan dimulai atau pada saat penandatanganan akta *franchise*.

## 3. *Direct Expenses*

Merupakan biaya langsung yang harus dikeluarkan sehubungan dengan pembukaan atau pengembangan suatu bisnis *franchise*. Misalnya terhadap pemondokan pihak yang akan menjadi pelatih dan *fee*-nya, biaya pelatihan, dan biaya saat pembukaan.

## 4. Biaya sewa

Walaupun sesungguhnya kurang lazim, ada beberapa *franchisor* yang ikut juga menyediakan tempat bisnis, maka dalam hal yang demikian pihak *franchisee* harus membayar harga sewa tempat tersebut kepada pihak *franchisor*.

## 5. *Marketing and Advertising Fee*

Karena pihak *franchisor* yang melakukan marketing dan iklan, maka pihak *franchisee* harus juga ikut menanggung beban biaya tersebut dengan

menghitungnya, baik secara presentase dari omset penjualan atau jika ada marketing atau iklan tertentu.

#### 6. *Assignment Fee*

Yang dimaksud dengan *assignment fee* adalah biaya yang harus dibayar oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor* jika pihak *franchisee* tersebut mengalihkan bisnisnya kepada pihak lain.

## B. Syirkah

### 1. Definisi Syirkah

Menurut bahasa syirkah (*as-syirkatu*) adalah *al-ikhtilatu* (percampuran).<sup>73</sup> Dan merupakan bentuk *isim mashdar*, seperti dalam bentuk kalimat “saya telah berserikat dengan seseorang”. Maksudnya adalah “percampuran atau gabungan dua orang yang berserikat atau bercampurnya dua bagian”. Atau bisa juga berarti pengkhususan sesuatu yang dilakukan seorang manusia dan percampurannya.

Sedangkan *syirkah* menurut istilah syara’ sebagaimana dikemukakan para ulama di bawah ini:<sup>74</sup>

#### a. Ulama Hanafiyah;

“Ungkapan tentang akad di antara dua orang yang berserikat dalam modal dan keuntungan.”

---

<sup>73</sup> Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005), h.43.

<sup>74</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*,... h. 140.

b. Ulama Malikiah

“Izin yang diberikan oleh masing-masing pihak dari dua orang atau lebih yang berserikat untuk mentasharufkan harta kepada yang lainnya.”

c. Ulama Syafi’iyah

“Menetapkan hak bagi kedua belah pihak atau lebih menurut kesepakatan bersama.”

d. Ulama Hanabilah

“Berkumpul dalam mendapatkan hak atau mentasharufkan harta.”

Dengan melihat definisi yang dikemukakan para ulama diatas dapat ditarik suatu pemahaman bahwa *syirkah* adalah akad yang dilakukan oleh dua orang atau lebih yang berserikat, baik dalam modal, keuntungan, dan ketentuan lainnya ditentukan pada awal akad berdasarkan kesepakatan bersama.

## 2. Dalil-Dalil Dasar Hukum Syirkah

a. Al- Qur’an

...وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ  
وَالْعَدْوَانِ ۗ

“...dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-

menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...<sup>75</sup> (QS. Al-Maidah : 2)

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نَعَجْتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ <sup>ط</sup> وَإِنَّ كَثِيرًا  
 مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا  
 وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ <sup>ق</sup> وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا  
 فَتَنَتْهُ فَأَسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿٢٤﴾

*Daud berkata: "Sesungguhnya Dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk ditambahkan kepada kambingnya. dan Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan Amat sedikitlah mereka ini". dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; Maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat. (QS. Shad : 24)<sup>76</sup>*

#### b. Al-Hadist

Hadist Nabi riwayat Abu Daud dari Abu Hurairah yang merupakan

landasan dari syirkah

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَضِيَ اللَّهُ عَنْهُ قَالَ: قَالَ رَسُولُ  
 اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: "قَالَ اللَّهُ تَعَالَى: أَنَا

<sup>75</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 120.

<sup>76</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Jakarta:Sinergi Pustaka Indonesia, 2012), h. 454.



ثَالِثُ الشَّرِيكَيْنِ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ، فَإِذَا  
خَانَ حَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمَا" رَوَاهُ أَبُو دَاوُدَ وَصَحَّحَهُ  
الْحَاكِمُ.

*"Dari Abu Hurairah r.a. beliau berkata: Rasulullah pernah bersabda Allah telah berfirman: "Aku menemani dua orang yang bermitrasaha selama salah seorang dari keduanya tidak mengkhianati yang lain. Bila salah seorang berkhianat, maka Aku akan keluar dari kemitrasahaan mereka".(HR. Abu Daud)".<sup>77</sup>*

c. Ijma

Para ulama telah sepakat mengenai kebolehan syirkah, sekalipun mereka berbeda pendapat dalam sebagian hukum jenis syirkah tersebut. Menurut para ulama keberadaan syirkah ini telah dipraktikkan manusia sejak zaman Rasulullah Saw sampai sekarang. Oleh karena itu, syirkah ini termasuk akad dalam muamalah yang berjalan diantara manusia.

d. Akal

Islam mensyariatkan banyak hukum yang berbeda-beda dalam dinamika kehidupan. Hal tersebut disesuaikan dengan keperluan manusia, yaitu untuk menghilangkan kesempitan dalam menjalankan hukum tersebut, syara' telah mensyariatkan berbagai akad, di

---

<sup>77</sup> Ibnu Hajar Al-Asqalani, *Terjemahan Bulugul marammin adilla ahkam*, (Putra Amani, Jakarta 1996), h. 348.

antaranya syirkah dengan aturan-aturannya. Akad-akad dalam muamalah termasuk syirkah menjadi solusi bagi mereka yang ingin mengembangkan harta melalui kerjasama sebagai sarana untuk memenuhi kehidupan manusia, di samping tujuannya adalah untuk saling tolong menolong yang diperintahkan oleh syara'.<sup>78</sup>

### 3. Rukun dan Syarat Syirkah

#### a. Rukun *Syirkah*<sup>79</sup>

1. Pihak yang berkontrak.
2. Objek kesepakatan berupa modal dan kerja.
3. Sighat (ucapan): ijab dan qabul (penawaran dan penerimaan).

#### b. Syarat *Syirkah*<sup>80</sup>

1. Syarat yang berhubungan dengan dua orang yang berakad;
  - Mempunyai Kemampuan dalam menyerahkan kepercayaan dan menerima kepercayaan, diantaranya yaitu baligh, berakal, cerdas dan merdeka.
  - Sama dalam agama. Hal ini diperdebatkan oleh para ulama. Hanafiyah berpendapat harus sama,

---

<sup>78</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, ..., h.143-145.

<sup>79</sup> Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005), h.48.

<sup>80</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, ..., h.151.

sedangkan ulama Malikiyah, Syafi'iyah dan Hanabilah membolehkannya.

2. Syarat yang berhubungan dengan objek kesepakatan;
  - Modal harus diketahui jumlahnya oleh kedua belah pihak.
  - Modal harus tunai atau bukan berbentuk uang (sistem perdagangan atau aset).
3. Syarat yang berhubungan dengan ijab dan qobul (*shighat*) ;
  - Adanya kesesuaian antara ijab dan qabul. Maksudnya qabul yang diucapkan sesuai dengan yang dimaksud oleh ijab.
  - Bersambungnya antara ijab dan qabul dalam majlis akad. Maksudnya apabila kedua orang yang berakad hadir dalam majlis akad, maka masing-masing harus saling memahami ucapan ijab dan qabul. Sedangkan apabila salah satu tidak hadir di tempat itu, maka dapat dilaksanakan dengan cara bersambungnya majlis. Maksudnya tempat melaksanakan ijab dan qabul dapat diketahui oleh masing-masing pihak disertai adanya saksi dari masing-masing pihak.
  - Selamat dari sesuatu yang bisa menghalangi keridhaan kedua belah pihak, seperti penipuan dan pemaksaan.

#### 4. Macam-Macam Syirkah

Secara umum, pembagian *syirkah* terbagi menjadi dua, yaitu; *syirkah amlak* dan *syirkah uqud*. Dengan penjabaran sebagai berikut:<sup>81</sup>

##### a. *Syirkah Amlak*

*Syirkah amlak* mengandung pengertian sebagai kepemilikan bersama dan keberadaanya muncul apabila dua atau lebih orang secara kebetulan memperoleh kepemilikan bersama atas suatu kekayaan tanpa telah membuat perjanjian kemitraan yang resmi. Misalnya dua orang menerima warisan atau menerima pemberian sebidang tanah atau harta kekayaan, baik yang dapat atau tidak dapat dibagi-bagi. *Syirkah amlak* sendiri terbagi menjadi dua bentuk, yaitu *syirkah ijbariyyah* dan *syirkah ikhtiyariyyah*. *Syirkah ijbariyyah* adalah *syirkah* terjadi tanpa adanya kehendak masing-masing pihak.

##### b. *Syirkah Uqud*

*Syirkah* ini dapat dianggap sebagai kemitraan yang sesungguhnya, karena para pihak yang bersangkutan secara sukarela berkeinginan untuk membuat suatu perjanjian investasi bersama dan berbagi untung dan risiko. Perjanjian yang dimaksud tidak perlu merupakan suatu perjanjian yang formal dan tertulis. Dapat saja perjanjian itu informal dan secara lisan. Dalam *syirkah*

---

<sup>81</sup> Sayyid Sabiq, *Fiqh Sunnah Jilid 4*, (Jakarta:Pena Pundi Aksara, 2006), h. 317.

ini, keuntungan dibagi secara proporsional diantara para pihak seperti halnya *mudarabah*. Kerugian juga ditanggung secara proporsional sesuai dengan modal masing-masing yang telah diinvestasikan oleh para pihak. Sedangkan *syirkah ikhtiyariyyah* adalah *syirkah* yang terjadi atas adanya perbuatan dan kehendak pihak-pihak yang berserikat.

*Musyarakah* ata

u *syirkah* dalam kategori ini terbagi menjadi: *syirkah 'Inan, mufawadha, a'mal, dan wujud*.<sup>82</sup>

a. *Syirkah 'Inan*

Adalah kontrak antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Kedua pihak berbagi dalam keuntungan dan kerugian sebagaimana yang disepakati di antara mereka. Namun, porsi masing-masing pihak, baik dalam dana maupun kerja atau bagi hasil, berbeda sesuai dengan kesepakatan mereka. Semua ulama membolehkan jenis musyarakah ini.

b. *Syirkah mufawadha*

Adalah kontrak kerjasama antara dua orang atau lebih. Setiap pihak memberikan suatu porsi dari keseluruhan dana dan berpartisipasi dalam kerja. Setiap pihak membagi keuntungan dan kerugian secara sama.

---

<sup>82</sup> Muhammad Firdaus, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005), h.45-47.

dengan demikian, syarat utama dari jenis *musyarakah* atau *syirkah* ini adalah kesamaan dana yang diberikan, kerja, tanggung jawab dan beban hutang dibagi oleh masing-masing pihak.

c. *Syirkah A'mal*

Adalah kontrak kerjasama dua orang se-profesi untuk menerima pekerjaan secara bersama dan berbagi keuntungan dari pekerjaan itu.

d. *Syirkah wujuh*

Adalah kontrak antara dua orang atau lebih yang tidak memiliki modal sama sekali, tetapi mempunyai keahlian dalam bisnis. Mereka mengambil barang secara kredit dari suatu perusahaan, dan menjual barang tersebut secara tunai. Mereka berbagi dalam keuntungan dan kerugian berdasarkan jaminan kepada penyuplai yang disediakan oleh tiap mitra. Jenis *syirkah* ini tidak memerlukan modal karena pembelian secara kredit berdasar jaminan tersebut. Maka, kontrak inipun lazim disebut sebagai *syirkah piutang*.

## 5. Berakhirnya Akad Syirkah

Akad *syirkah* dapat berakhir disebabkan oleh hal-hal sebagai berikut:<sup>83</sup>

- Salah satu pihak membatalkannya dengan cara mengundurkan diri.

---

<sup>83</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah, ...*, h.166.

- Salah satu pihak kehilangan kecakapannya bertindak hukum, seperti disebabkan karena gila.
- Salah satu pihak meninggal dunia.
- Rusaknya harta yang dijadikan objek akad syirkah.
- Berakhirnya masa akad syirkah sebagaimana yang telah ditentukan atas kesepakatan bersama.
- Menyalahi perjanjian sebagaimana yang telah disepakati bersama.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Mekanisme Kerjasama Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang**

Adapun mekanisme kerjasama sistem *franchise* syariah di Kebab Corner memiliki tahapan-tahapan yang harus dijalani oleh calon *franchisee* dengan jangka waktu selama 4 minggu, yang dibagi dalam 2 minggu awal dan 2 minggu setelahnya. **Pada 2 minggu awal;**<sup>84</sup>

##### **1. Mengikuti Presentasi Bisnis Kebab Corner**

Tahap pertama ialah mengikuti presentasi yang diadakan oleh pihak Kebab Corner apabila ada yang ingin ikut berbisnis *franchise* Kebab Corner, didalam presentasi dibahas tentang sebuah *prospectus* yang berhubungan dengan usaha *franchise* Kebab Corner yang akan dijalankan, isi dari presentasi tersebut diantaranya adalah:

- a. Unit bisnis yang ditawarkan, termasuk didalamnya target pasar yang akan dibidik.
- b. Biaya-biaya yang akan dibutuhkan, termasuk didalamnya syarat lokasi (penentuan tempat berjualan).

---

<sup>84</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 12 Juli 2018.



- c. Jangka waktu kontrak, didalamnya dijelaskan berapa lama waktu seorang terwaralaba menggunakan/memakai merek Kebab Corner tersebut.
  - d. Dan hal-hal lain yang bersangkutan dengan sistem bisnis *franchise* yang ada di Kebab Corner serta hal-hal yang menjadi batalnya *franchise*.
2. Mengisi Formulir Calon *Franchise* Kebab Corner

Setelah calon investor (*franchisee*) mengikuti presentasi yang diadakan oleh pihak Kebab Corner, apabila calon *franchisee* bersedia atau merasa tertarik untuk bergabung dengan bisnis *franchise* Kebab Corner, baik sistem *franchise* mandiri ataupun *franchise* syariah, barulah calon *franchisee* mengisi formulir yang disediakan oleh pihak Kebab Corner.

3. Membayar *Commitment fee* Rp. 5.000.000,-

Setelah mengikuti presentasi dan mengisi formulir calon *franchisee*, apabila calon *franchisee* bersedia ikut dalam bisnis *franchise* Kebab Corner, khususnya sistem *franchise* syariah kebab corner, maka calon *franchisee* harus membayar *Down Payment* (DP) Rp. 5.000.000,- dalam jangka waktu 2 minggu, baik pengelolaan *franchise* mandiri ataupun syariah. Apabila calon *franchisee* tidak membayar dalam jangka waktu yang telah ditentukan, maka dinyatakan gugur.

#### 4. Protect Lokasi Strategis

Protect lokasi strategis disini dalam sistem *franchise* syariah adalah pihak *franchisee* tidak perlu memikirkan dimanakah outletnya akan berjualan, karena dalam sistem *franchise* syariah, pihak Kebab Corner (*franchisor*)lah yang bertanggung jawab dalam pencarian tempat atau lokasi strategis yang mana nanti akan menjadi tempat berjualan outlet Kebab Corner.

#### 5. Survei dan Fiksasi Lokasi

Setelah melakukan protect lokasi strategis oleh pihak Kebab Corner, maka barulah pihak kebab corner melakukan survei ke tempat lokasi yang mana akan menjadi tempat berjualan outlet pihak *franchisee*, pihak Kebab Corner tidak semena-mena dalam mencari tempat lokasi outlet berjualan. Setelah pihak Kebab Corner melakukan survei lokasi, dengan sebelumnya melihat tata letak, masyarakat dan lain sebagainya, maka barulah pihak kebab corner melakukan fiksasi lokasi outlet bakal calon *franchisee* tersebut.

#### 6. *Training Management* Pengelolaan Outlet

Setelah menemukan tempat untuk outlet berjualan, maka barulah pihak kebab corner melakukan training manajemen kepada calon *franchisee* dalam pengelolaan outlet (dalam sistem *franchise* mandiri), sedangkan sistem *franchise* syariah, pihak *franchisee* tidak perlu khawatir dalam manajemen pengelolaan outlet, karena manajemen

pengelolaan outlet sudah menjadi tanggung jawab pihak Kebab Corner (*franchisor*) yang nantinya setiap bulan akan diberikan rincian hasil penjualannya, jadi pihak *franchisee* hanya menunggu rekapitulasi hasil pengelolaan outlet dari pihak Kebab Corner (*franchisor*).

#### 7. Penanda Tangan *Agreement Franchise*

Setelah semua tahap yang telah dijelaskan diatas, maka barulah pihak calon *franchisee* menanda tangani surat perjanjian kerjasama (*agreement*) yang telah disediakan oleh pihak Kebab Corner dan sebelumnya telah dibaca oleh calon *franchisee*.

Setelah calon *franchisee* menyelesaikan 2 minggu tahap awal, maka calon *franchisee* harus melanjutkan tahap **2 Minggu setelahnya;**<sup>85</sup>

##### 1. Pelunasan Sisa Investasi

Setelah melakukan tahap-tahap pada 2 minggu awal yang diakhiri dengan penandatanganan perjanjian kerjasama (*agreement*), maka pihak *franchisee* harus melunasi sisa pembayaran modal Rp. 35.000.000,- dari jumlah total modal Rp. 40.000.000,-. Jumlah modal ini berlaku pada *franchise* Kebab Corner baik *franchise* sistem mandiri ataupun *franchise* sistem syariah.

##### 2. Penyerahan Berkas *Franchise* (SOP, *Software* Keuangan, *Pricelist* Harga Bahan Baku).

---

<sup>85</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 12 Juli 2018.

Setelah melunasi sisa pembayaran modal (investasi), barulah pihak Kebab Corner memberikan berkas *franchise* yang terdiri dari SOP Kebab Corner, *software* keuangan dan *pricelist* harga bahan baku. Khusus untuk *franchise* sistem syariah, tidak perlu lagi membeli bahan baku untuk memulai berjualan kebab, sebaliknya apabila sistem *franchise* mandiri, pihak *franchisee* harus membeli bahan baku sendiri, boleh membeli dari pihak Kebab Corner (*franchisor*) ataupun dari pihak luar.

### 3. *Training* Karyawan

Sebelum berjualan, karyawan harus ditraining terlebih dahulu agar pada saat berjualan sudah tau apa saja yang harus dilakukan sesuai SOP yang ada dalam Kebab Corner. Untuk sistem *franchise* syariah tidak perlu memikirkan karyawan untuk berjualan di outletnya, karena dalam sistem *franchise* syariah karyawan sudah disediakan oleh pihak kebab corner (*franchisor*) dan adapun training karyawan beserta biaya sebelumnya sudah masuk dalam biaya investasi modal sebesar Rp. 40.000.000,-.

### 4. Produksi Outlet

Maksud produksi outlet disini khususnya dalam sistem *franchise* syariah adalah pihak Kebab Corner menyiapkan atau membuat barang-barang yang harus disiapkan untuk nantinya berjualan pada lokasi yang sebelumnya telah disurvei dan fiksasi oleh pihak Kebab Korner (*franchisor*).

Adapun barang-barang tersebut adalah seperti gerobak, bahan baku (daging dan sayuran), stiker, bumbu-bumbu, dan lain-lain.

#### 5. Penjadwalan *Opening Outlet*

Setelah tahap-tahap yang sebelumnya sudah dilalui, maka pihak Kebab Corner (*franchisor*) akan menghubungi pihak investor (*franchisee*) bahwasanya outletnya sudah siap langsung berjualan dan tinggal menentukan kapan tanggal outlet milik pihak *franchisee* ini dibuka.

#### 6. *Grand Opening*<sup>86</sup>

Tahap terakhir adalah grand opening, yakni hari dimana outlet milik pihak *franchisee* dibuka secara resmi yang dihadiri oleh manager pusat Kebab Corner beserta karyawannya dan langsung bisa berjualan pada hari itu juga.

Adapun rincian biaya yang diterapkan *franchise* Kebab Corner dalam sistem *franchise* syariah adalah sebagai berikut;

#### **PROYEKSI KEUANGAN**

Initial Investment (gerobak, peralatan memasak, dan bahan baku) Rp. 21.000.000,-

*Franchise Fee* (HAKI, training karyawan, dan software keuangan) Rp. 15.000.000,-

Infaq (10%) Rp. 4.000.000,

---

<sup>86</sup> Corner Kebab, “Syariah Specialist Berpengalaman dan Terpercaya”, dalam brosur

**PEMASUKAN**

Omset rata-rata/ hari	Rp. 470.000,-
Omset rata-rata/bulan (26 hari)	Rp. 12.220.000,-

**PENGELUARAN PER BULAN**

Biaya Pemakaian Bahan	Rp. 6.354.000,-
Biaya Operational Outlet	Rp. 611.000,-
Biaya Operational Gudang	Rp. 488.000,-
Komisi karyawan	Rp. 733.000,-
Sewa Lokasi	Rp. 488.800,-
<i>Royalty Fee</i>	Rp. 0,-

**Net Profit Franchise Syariah (per bulan Rp. 1.527.000,-  
BEP (Balik Modal) 26 Bulan**

*Initial Investment* memiliki jumlah biaya paling terbesar karena berisi perlengkapan pokok untuk berjualan pada outlet. Jumlah nominal yang harus dibayarkan *franchisee* adalah Rp. 21.000.000,-. Didalamnya sudah termasuk biaya untuk membeli gerobak, peralatan memasak, dan bahan baku.

Adapun besaran biaya *franchise fee* pada sistem *franchise syariah* pada Kebab Corner ialah Rp. 15.000.000,-. *Franchise fee* sepenuhnya dibayarkan kepada pihak *Franchisor* dalam hal ini ialah Kebab Corner sebagai kompensasi atas Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yakni merek Kebab Corner yang dimanfaatkan untuk menjalankan usahanya selama perjanjian kerjasama sebagai mitra *franchise* berlangsung. Jadi dalam hal ini *royalty fee* dikatakan bebas biaya karena bersifat sekali bayar pada awal pembayaran yang masuk kedalam hitungan biaya *franchise fee* untuk jangka waktu kontrak kerja sama selama 5

tahun, Kebab Corner beralasan tidak ingin merepotkan dan menyulitkan calon mitra (*franchisee*) dalam berbisnis *franchisee*-nya serta pihak Kebab Corner ingin sama-sama saling membantu dalam berbisnis.

Jadi dalam nominal jumlah uang yang dibayarkan dalam *franchise fee*, didalamnya sudah termasuk pemberian Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI), *software* keuangan dan biaya *training* karyawan. Calon *Franchisee* sendiri melakukan pembayaran *Franchise Fee* dengan datang langsung ke kantor pusat yang berada di Jl. Siliwangi no.8 blok a2-3 Pamulang, Tangerang Selatan dan melakukan akad perjanjian kerjasama bisnis (*syirkah*) secara langsung. Pembagian Keuntungan dan kerugian adalah 50:50 dari hasil penjualan outlet Kebab Corner.

Infaq 10% disini adalah biaya yang harus dibayar oleh calon *franchisee* sebesar Rp. 10.000.000,- (Sepuluh Juta Rupiah) untuk Yayasan Donasi Sosial al-Falah (YDSF), YDSF sendiri adalah yayasan sosial yang sudah berkerjasama dengan pihak Kebab Corner (*franchisor*) dalam rangka untuk berinfaq demi kemudahan dan kelancaran dalam berbisnis agar diridhai oleh Allah SWT. Pihak *franchisee* wajib membayar biaya tersebut dan tidak bisa diinfaqkan untuk kelain pihak.

Untuk biaya sewa lokasi dan gaji karyawan dibayarkan atas dasar keuntungan yang dihasilkan outlet yang sebelumnya telah dibagi hasil yakni 50:50 antara *franchisor* dan *franchisee*.

Dalam proyeksi keuangan pada sistem *franchise* syariah net profitnya adalah Rp. 1.527.000,-. Hal ini tidak selalu sesuai dengan proyeksi keuangan yang sudah menjadi standard, apabila net profitnya kurang dari jumlah yang sudah dijadikan standard maka pihak *franchisor* (Kebab Corner) akan mengusahakan agar outletnya mendapatkan net profit yang sudah dijadikan standard dengan cara merelokasikan outlet ketempat yang baru ataupun mengganti karyawannya dikarenakan kurang produktif dalam mengelola outletnya.

Kebab Corner (*franchisor*) menjanjikan BEP (balik modal) dalam sistem *franchise* sistem syariah adalah selama 26-30 bulan. Kalaupun itu tidak terwujud, maka pihak Kebab Corner akan berusaha agar outletnya tidak merugi agar proyeksi keuangan yang ada pada sistem *franchise* sistem syariah bisa menjadi kenyataan sebagai profesionalitas dalam menjadi *franchisor*.<sup>87</sup>

## **B. Tinjauan Hukum Islam Terhadap Sistem *Franchise* Syariah di Kebab Corner Cabang Serang**

Islam adalah agama yang tidak melarang setiap bentuk kerjasama pada setiap umatnya yang memungkinkan terbentuknya organisasi bisnis yang menguntungkan satu sama lain. semua bentuk organisasi bisnis dalam berbagai bidang seperti perdagangan, perniagaan, pendidikan transportasi,

---

<sup>87</sup> Iman Ferli, Manager Pusat Kebab Corner, wawancara dengan penulis dikantornya, tanggal 12 Juli 2018.



pembangunan dan masih banyak lagi dibentuk kaum muslimin untuk melangsungkan perekonomian dalam rangka menjalankan tugasnya sebagai manusia di bumi ini.

Ada ribuan lebih bisnis dapat dibentuk berdasarkan prinsip-prinsip yang sama untuk pembangunan ekonomi dan untuk memenuhi kebutuhan serta tuntutan zaman modern dewasa ini. Kerjasama untuk saling memperoleh keuntungan, apabila sesuai dengan etika bisnis dalam Islam, maka hal tersebut dibolehkan, bahkan dianjurkan. Salah satu bentuk bisnis yang ada saat ini salah satunya yakni *franchise* (waralaba).

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

*Franchise* adalah suatu bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima *franchisee*. Dalam *franchise* diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa sistem *Franchise* ini tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama obyek perjanjian *franchise* tersebut tidak merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam

(misalnya: bisnis penjualan makanan atau minuman yang haram), maka perjanjian tersebut otomatis batal menurut hukum Islam dikarenakan bertentangan dengan syariat Islam.

Bisnis *franchise* Kebab Corner khususnya pada sistem pengelolaan *franchise* syariah, jika ditinjau dari sisi muamalah tentang hukum asal sesuatu adalah boleh, selama tidak ada dalil yang melarang/mengharamkannya. Ini menjelaskan bahwa sistem syariah pada *franchise* Kebab Corner disebutkan boleh, selama tidak ada dalil yang mengharamkannya. Dari sisi akad, dalam fiqh muamalah berarti perikatan yang diterapkan dengan ijab dan qabul berdasarkan ketentuan syara' yang berdampak pada objeknya. Rukun dari akad sendiri yang dapat ditemui didalam *franchise* Kebab Corner yaitu:<sup>88</sup>

1. *Sighah akad* (Ijab dan Kabul) adalah ucapan atau perbuatan yang keluar dari dua orang yang berakad (*aqidain*) dan menunjukkan keridhaan keduanya.
2. *Aqidain* (Orang yang berakad), Pihak yang berakad didalam sistem *franchise* syariah disini yakni Pihak Kebab Corner (*franchisor*) dan pihak pemilik modal (*franchisee*).
3. *Ma'qud 'alaih* (Objek akad), didalam waralaba ini objeknya ialah bentuk usaha outlet (gerobak atau gerai).

*Franchise* sistem syariah pada Kebab Corner ini termasuk bentuk kerjasama bisnis dengan menggunakan akad *syirkah*. Tercantum dalam “Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis

---

<sup>88</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016), h.13-18.

Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 114/DSN-MUI/IX/2017”, Tentang Akad Syirkah yakni akad *syirkah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu dimana setiap pihak memberikan kontribusi dana/modal usaha (*ra's al-mal*) dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional, sedangkan kerugian ditanggung oleh pihak secara proporsional.<sup>89</sup>

Bentuk kerja sama yang dipakai oleh Kebab Corner dalam sistem *franchise* syariah ini adalah *syirkah uqud*, lebih spesifiknya adalah *syirkah Inan* yaitu kerjasama diantara dua orang atau lebih yang berserikat dalam modal dan keuntungan. Teknisnya dengan cara melakukan bisnis dengan prosentase yang ditentukan pada waktu akad dan tidak diharuskan adanya kesamaan dalam modal, keuntungan, kerja, rugi dan agama.<sup>90</sup> Dapat dilihat bahwa dalam berbisnis *franchise* pada Kebab Corner dengan sistem syariah bahwa *franchisee* memberikan sejumlah modal, yakni Rp. 40.000.000,- kepada pihak *franchisor* untuk ber-usaha (mengelola) modalnya untuk bisnis *franchise*. Disini *franchisor* mempunyai modal berupa sistem bisnis *franchise*. Jadi, *franchisee* bermodal uang dan *franchisor* bermodal sistem. Sebagai imbalannya, pihak *franchisee* bisa memakai merek milik Kebab Corner (*franchisor*) untuk berjualan dan nantinya pihak Kebab Corner (*franchisor*)lah yang

---

<sup>89</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No. 114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah

<sup>90</sup> Enang Hidayat, *Transaksi Ekonomi Syariah*, ..., h.147.

mengelolanya. *Franchisee* hanya menunggu rekapan hasil tiap bulannya dari pihak Kebab Corner (*franchisor*). Apabila outlet memperoleh keuntungan, maka akan dibagi hasil yakni 50:50 begitu juga dengan kerugiannya.

Adapun besaran biaya *franchise fee* pada sistem *franchise syariah* pada Kebab Corner ialah Rp. 15.000.000,-. *Franchise fee* sepenuhnya dibayarkan kepada pihak *Franchisor* dalam hal ini ialah Kebab Corner sebagai kompensasi atas Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yakni merek Kebab Corner yang dimanfaatkan untuk menjalankan usahanya selama perjanjian kerjasama sebagai mitra *franchise* berlangsung. Jadi dalam hal ini *royalty fee* dikatakan bebas biaya karena bersifat sekali bayar pada awal pembayaran yang masuk kedalam hitungan biaya *franchise fee* untuk jangka waktu kontrak kerjasama selama 5 tahun, Kebab Corner beralasan tidak ingin merepotkan dan menyulitkan calon mitra (*franchisee*) dalam berbisnis *franchise*-nya serta pihak Kebab Corner ingin sama-sama saling membantu dalam berbisnis secara Islami dan *royalty fee* yang dimaksudkan bebas biaya oleh pihak Kebab Corner adalah biaya yang harus dibayar oleh *franchisee* kepada *franchisor* tiap bulannya atas dasar pemakaian HAKI yang diambil dari presentase omset keuntungan penjualan, yang jumlahnya tidak tentu tiap bulannya. Jadi, dalam hal ini diperbolehkan sebagai kompensasi atas dipergunakannya HAKI milik *franchisor* oleh *franchisee*. Al-Quran juga telah menyebutkan dalam surat An-

Nisa ayat 29 perihal tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain.

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ  
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ ۚ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ كَانَ  
بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

*“Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan taqwa dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertaqwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya.”<sup>91</sup>*

Kebab Corner selaku merek yang difranchise-kan saat ini, dilihat dari penerapan Pembayaran *royalty fee* yang dimasukkan kedalam pembayaran *franchise fee* dapat dikatakan memenuhi prinsip syariah, karena *royalty fee* yang dibebankan *franchisor* kepada *franchisee* tidak terdapat kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (*indirect moneter compensation*) serta dengan alasan tidak ingin membebaskan *franchisee* terhadap biaya *royalty fee* yang kadang bisa berubah-ubah. *Royalty fee* dibebankan kepada *franchisee* yang dimasukkan kedalam pembayaran *franchise fee* sebagai Kompensasi atas pemanfaatan dan penghargaan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) yang telah dimiliki oleh *franchisor*, karena Hak Kekayaan Intelektual (HKI) seseorang harus dihargai, hal

---

<sup>91</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Pustaka Al Hanan, 2009), h. 84.

tersebut diperkuat dengan Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1/Munas/VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).<sup>92</sup>

*Franchise fee* yang diterapkan Kebab Corner juga tidak bertentangan dengan konsep *syirkah Inan* dimana terdapat unsur-unsur keadilan dan kerelaan diantara *franchisor* dan *franchisee* yang bekerjasama dalam modal dan syarat-syarat bahwa keuntungan dan kerugian dilakukan dengan cara bagi hasil 50:50 sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati. Dengan kata lain prinsip *syirkah* dalam Islam juga melarang adanya kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (*indirect moneter compensation*) karena hal tersebut mendzalimi *franchisee* sebagai mitra kerja. Hal ini tidak diperbolehkan sesuai dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an Surat Al-Huud ayat 18.

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا ۚ أُولَٰئِكَ  
يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ ٱللَّهُ شَهِدُ هَٰؤُلَاءِ ٱلَّذِينَ  
كَذَبُوا۟ عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۗ ٱللَّهُ لَعَنَةُ ٱللَّهِ عَلَى ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿١٨﴾

“Dan siapakah yang lebih zalim dari pada orang yang membuat-buat dusta kepada Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada tuhan mereka, dan para saksi akan berkata: “Orang-orang inilah yang telah berdusta

---

<sup>92</sup> Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1/Munas/VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual (HKI).

*terhadap tuhan mereka” Ingatlah, kutukan Allah (ditimpakan) atas orang-orang zalim”.*<sup>93</sup>

Perjanjian yang diterapkan dalam *franchise* ataupun kerjasama lainnya haruslah sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut syariat Islam, dan juga menghindari transaksi yang bersifat *Gharar* (ketidakjelasan), dan sesuai asas akad yaitu *Ash-Shidiq* (Kejujuran dan keadilan) serta *Al-Khitabah* (tertulis), juga memenuhi prinsip-prinsip bermuamalah yaitu usaha yang mengandung kemaslahatan, menjunjung prinsip keadilan, jujur, saling tolong menolong, tidak mempersulit, suka sama suka, menjauhi segala bentuk riba, memenuhi syarat sahnya perjanjian serta menghindari dari sifat sifat dzalim dan menghindari hal yang batil.

---

<sup>93</sup> Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, (Surakarta: Pustaka Al Hanan, 2009), h. 223.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian penulis yang dilakukan di Kebab Corner tentang Sistem *Franchise* Syariah, maka sebagaimana muara akhir pembahasan skripsi ini penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Mekanisme kerjasama sistem *franchise* syariah di Kebab Corner memiliki tahapan-tahapan yang harus dijalani oleh calon *franchisee* diantaranya adalah, mengikuti presentasi bisnis Kebab Corner, lalu mengisi formulir calon *Franchisee* Kebab Corner, membayar *commitment fee*, protect lokasi strategis, survei dan fiksasi Lokasi, *training management* pengelolaan outlet, menanda tangani *agreement franchise*, melunasi Sisa Investasi, penyerahan berkas *franchise*, *training* karyawan, produksi outlet, penjadwalan opening outlet, dan yang terakhir adalah Grand Opening.
2. Kebab Corner cabang Serang tidak bertentangan dengan konsep *syirkah* secara hukum Islam. Sistem *franchise* syariah Kebab Corner termasuk bentuk kerjasama *syirkah uqud* dalam bentuk *syirkah inan*. *Royalty fee* sebenarnya ada, akan tetapi dilakukan bersamaan dengan pembayaran *franchise fee*.



## **B. Saran**

1. Untuk manajemen Kebab Corner cabang Serang mengenai Mekanisme kerjasama yang ada sudah baik, namun tentang penetapan bebas *royalty fee* agar ditransparansikan bahwasanya biaya *royalty fee* tetap ada, akan tetapi hanya sekali bayar yang biayanya di masukkan ke dalam *franchise fee*. Jadilah *franchise* yang sesuai dengan konsep hukum ekonomi Islam.
2. Seharusnya kita sebagai umat muslim melepaskan diri dari segala macam bentuk transaksi bisnis yang dilarang oleh Islam, baik gharar, maisir, atapun riba dan serta selalu mengedepankan nilai-nilai keadilan dalam berbisnis, sehingga dapat menjadi salah satu pelopor majunya bisnis ekonomi bersistem Islam di Indonesia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Djaja, Ermansyah, *Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009).
- Djamil, Fathurrahman, *Filsafat Hukum Islam*, (Jakarta: Logos Wacana Ilmu, 1997).
- Firdaus, Muhammad, dkk, *Cara Mudah Memahami Akad-Akad Syariah*, (Jakarta:Renaissance, 2005).
- Fuady, Munir, *Pengantar Hukum Bisnis Menata Bisnis Modern di Era Global*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2013).
- Hajar, Ibnu Al-Asqalani, *Terjemahan Bulugul marammin adilla ahkam*, (Putra Amani: Jakarta, 1996).
- Hidayat, Enang, *Transaksi Ekonomi Syariah*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2016).
- Ibrahim, Johannes dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Modern*, (Bandung: Refika Aditama, 2004).
- Lindsey, Tim, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: Alumni, 2013)
- Margono, Suyud, *Hukum Hak Cipta Indonsia*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010).
- Partners, dan Massudilawe, “*Himpunan Undang-Undang Hak Kekayaan Intelektual*”, Pasal 1 UU no. 19 tahun 2002, (Yogyakarta: Andi Offset, 2008), h. 1.
- Pranomo, Peni R., *Cara Memilih Waralaba yang Menjanjikan Profit*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007).

- Sabiq, Sayyid, *Fiqh Sunnah Jilid 4*, (Jakarta:Pena Pundi Aksara, 2006).
- Saiman, Leonardus, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009).
- Sharif , Muhammad Chaudhry, *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Pasar Islam*, (Jakarta: Prenamedia Group, 2012).
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2010).
- Suharkono, *Hukum Perjanjian:Teori dan Analisa Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2004).
- Suhrawardi, K lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2012).
- Sutedi, Adrian, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008).
- Widjaya, Gunawan, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002).
- Prasetyo, Budi, “Perspektif Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba (*Franchise*),” dalam *Jurnal HUKUM DAN DINAMIKA MASYARAKAT*, Vol. 4 No. 2 April 2007 Fakultas Hukum Untag Semarang.
- Sudarmiati, “Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia, Peluang, Usaha dan Investasi”, (Pidato Pengukuhan Guru Besar Bidang Ilmu Manajemen Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Malang, Kamis, 28 April, 2011).
- Sulistyaningsih, Puji, dkk, “Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Perspektif Hukum Islam” dalam *Jurnal Hukum Novelty*, Vol. 8 No. 1 Februari 2017.

Kementrian Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*,  
(Surakarta: Pustaka Al Hanan, 2009).

### **Undang-Undang**

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No.  
114/DSN-MUI/IX/2017 Tentang Akad Syirkah

Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No.  
1/Munas/VII/MUI/15/2005 tentang perlindungan Hak  
Atas Kekayaan Intelektual (HKI)

Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 42 Tahun 2007  
Tentang Waralaba

Undang-Undang No.31 Tahun 2000 Tentang Desain Industri

Undang-Undang No.13 Tahun 2016 Tentang Paten.

Undang-Undang No.30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

Undang-Undang Merek No.15 Tahun 2001 Tentang Merek.

Undang-Undang Merek No.28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta.

### **Sumber Lain**

Corner Kebab, *Syariah Specialist Berpengalaman dan  
Terpercaya*, dalam brosur.

Ferli, Iman, Manager Pusat Kebab Corner, “wawancara”.

<https://youtu.be/ZP5Cpvw1FEI>, “Company Profile Corner  
Kebab”.

<http://cornerkebabonline.com/sample-page/>.

<http://id.m.wikipedia.org/wiki/pengamatan>.

# **TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP SISTEM *FRANCHISE* SYARIAH KEBAB**

(Studi Kasus di Kantor Cabang Kebab Corner Serang)

## **SKRIPSI**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Hukum (S.H)  
Pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah  
Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri  
Sultan Maulana Hasanuddin Banten



Oleh :

**MUHAMMAD PANJI WASKITA**

NIM : 141300814

**FAKULTAS SYARIAH  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
SULTAN MAULANA HASANUDDIN BANTEN  
2018 M/ 1439 H**