

**Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's
Malang Perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang
Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Strata
Satu Sarjana Hukum (S.H)**

Oleh :

Muhammad Syahril Maulidi

NIM : 15220052



JURUSAN HUKUM BISNIS SYARIAH

FAKULTAS SYARIAH

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

2020

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Demi Allah SWT,

Dengan kesadaran dan rasa tanggung jawab terhadap pengembangan keilmuan, penulis menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**TRANSAKSI *FRANCHISOR* DAN *FRANCHISEE* DALAM USAHA
TOKKEBI SNACK'S MALANG PERSPEKTIF PERATURAN
PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA DAN
KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH.**

Benar-benar merupakan karya ilmiah yang disusun sendiri, bukan duplikat atau memindah data milik orang lain, kecuali yang disebutkan refrensinya secara benar. jika dikemudian hari terbukti disusun orang lain, ada penjiplakan, duplikasi, atau memindah data orang lain, baik secara sebagian atau keseluruhan, maka skripsi dan gelar yang saya peroleh karenanya, batal demi hukum.

Malang, 14 Mei 2020

Penulis,

A green rectangular stamp with the text "KEMENTERIAN TEMPEL" at the top, "6000" in the middle, and "ESTAB. 1981" at the bottom. A signature is written over the stamp, and there is a red flower-like mark on the right side.

Muhammad Syahril Maulidi

NIM 15220052

PENGESAHAN SKRIPSI

Dewan penguji skripsi saudara Muhammad Syahril Maulidi 15220052,
Mahasiswa Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam
Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dengan Judul:

**TRANSAKSI *FRANCHISOR* DAN *FRANCHISEE* DALAM USAHA
TOKKEBI SNACK'S MALANG PERSPEKTIF PERATURAN
PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA DAN
KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH.**

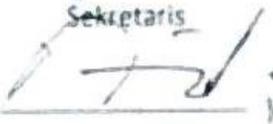
Telah dinyatakan lulus dengan nilai: B+

Dewan Penguji:

1. Dr. Moh. Toriquddin, Lc., M.H.I
NIP. 197303062006041001
2. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H
NIP. 197212122006041004
3. Dr. Noer Yasin, M.H.I
NIP. 196111182000031001

()
Ketua

()
Sekretaris

()
Penguji Utama

Malang, 14 Mei 2020



Muhammad Syahril Maulidi, S.H., M.Hum
NIP. 15220052000031001

MOTTO

*“Bekerjalah untuk duniamu seakan kau hidup selamanya. Dan
bekerjalah untuk akhiratmu seakan kau akan mati esok hari”*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan rahmat Allah SWT, yang selalu terlimpahkan setiap detiknya, penulisan skripsi yang berjudul “**TRANSAKSI *FRANCHISOR* DAN *FRANCHISEE* DALAM USAHA TOKKEBI SNACK’S MALANG PERSPEKTIF PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA DAN KOMPILASI HUKUM EKONOMI SYARIAH.**” dapat terselesaikan. Shalawat serta salam kita haturkan kepada baginda kita yakni Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan suri tauladan kepada umatnya, sehingga dalam proses penulisan skripsi ini tidak terlepas dari nilai-nilai kehidupan yang menjadikan Allah SWT sebagai tujuan, sebagaimana yang telah diajarkan oleh Rosulullah. Semoga kita menjadi umat yang pandai dalam mensyukuri segala nikmat yang telah diberikan Allah SWT, dan dengan harapan kelak mendapat syafaat dari baginda Nabi Muhammad SAW. Aminn.

Dengan segala daya dan upaya serta bantuan, doa, dan bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dengan berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

1. Prof. Dr. Abdul Haris, M.,Ag. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

2. Dr. Saifullah, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Dr. Fakhruddin, M.H.I., selaku Ketua Jurusan Hukum Bisnis Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan selaku dosen perwalian.
4. Dr. H. Abbas Arfan, Lc., M.H. selaku dosen pembimbing skripsi. Terima kasih penulis haturkan atas waktu yang telah diluangkan untuk memberikan bimbingan, arahan, serta motivasi selama penulis menempuh perkuliahan hingga skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Segenap dosen Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang telah memberi pendidikan, pengajaran, bimbingan dan mengamalkan ilmunya dengan ikhlas. Semoga Allah SWT menjadikan ilmu tersebut sebagai modal kelak di Akhirat dan mendapat balasan yang sepadan kepada beliau semua.
6. Para informan yang dengan ikhlas menyempatkan waktunya untuk memberikan informasi demi keberlanjutan penelitian ini.
7. Kepada Bapak Ahmad Fuadi dan Ibu Ainin Romahtun Hasanah, selaku orang tua penulis yang telah memberikan support berupa doa serta yang lainnya dan memotivasi penulis, terimakasih juga selalu memberikan yang terbaik untuk putra-putrinya, sehingga bisa sampai kepada titik saat ini, dan juga selalu mendoakan kami putra-putrinya agar menjadi putra-putri terbaik.
8. Terimakasih untuk teman-teman Hukum Bisnis Syariah angkatan 2015 yang telah memberi dukungan, terima kasih telah berjuang bersama, kita

bersama-sama masuk dalam sebuah perguruan tinggi, semoga kita sama-sama pula berdiri tegak demi terwujudnya hukum yang adil di negeri ini.

9. Sahabat-sahabat penulis yang telah menjadi keluarga selama berada di Malang yakni, Alfian Amrulloh Zain S.Pd., Muhammad Bagus Azmi S.Pd., Fadhoilul Amri S.S., Jamik Imam Utomo, S.H., Ahmad Bahrudin Hidayatullah S.H., M. Nouval Muzakki S.Pd., Syamsul S.Psi, Aji S.Pd., Umi Zakiyah S.S., serta teman-teman kontrakan Mbah Hisyam. Terimakasih telah menjadi partner terbaik selama berada di Kota Malang, terimakasih telah hadir memberikan warna baru untuk kehidupan penulis, memberikan arti sesungguhnya sebuah pertemanan.
10. Terimakasih juga untuk segenap keluarga komunitas “Cerita Ahad Pagi” kalian memberikan kenangan yang sangat indah dan sangat begitu sulit dilupakan, memberikan pelajaran kehidupan menjadi makhluk sosial yang baik.
11. Terimakasih juga untuk segenap keluarga Takmir Masjid “Al-hijrah Asy-Syarqowi Merjosari” telah memberikan banyak pelajaran kehidupan bermasyarakat serta arti dari pengabdian.
12. Teruntuk orang-orang yang selalu menanyakan bagaimana kabar skripsi terimakasih kalian telah menjadi inspirasi dan menjadi pemacu semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
13. Serta berbagai pihak yang turut serta membantu proses penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak mungkin penulis sebutkan satu persatu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pembaca. Penulis sangat menyadari bahwa karya sederhana ini masih jauh dari kata sempurna

karena keterbatasan pengetahuan, wawasan dari penulis, oleh sebab itu penulis sangat mengharap kritik dan saran yang membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Malang, 14 Mei 2020

Penulis,

Muhammad SyahrilMaulidi

NIM. 15220052

PEDOMAN TRANSLITERASI

Transliterasi adalah peimindah alihan tulisan Arab ke dalam tulisan Indonesia (Latin), bukan terjemah bahasa Arab ke dalam bahasa Indonesia. termasuk dalam kategori ini ialah nama Arab dari bangsa Araba, sedangkan nama Arab dari bangsa Arab ditulis sebagaimana ejaan bahasa nasionalnya, atau sebagaimana yang tertulis dalam buku yang menjadi rujukan. Penulisan judul buku dalam *gootnote* maupun daftar pustaka, tetap menggunakan ketentuan transliterasi.

Banyak pilihan dan ketentuan transliterasi yang dapat digunakan dalam penulisan karya ilmiah, baik yang standar internasional. Nasional maupun ketentuan yang khusus digunakan penerbit tertentu. Transliterasi yang digunakan Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang menggunakan EYD plus, yaitu transliterasi yang didasarkan atas Surat Keputusan Bersama (SKB) Menteri Agama Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia, 22 Januari 1998, No. 159/1987 dan 0543.b/U/1987, sebagaimana tertera dalam buku Pedoman Transliterasi bahasa Arab (*A Guide Arabic Transliteration*), INIS Fellow 1992.

A. Konsonan

| | |
|------------------------|---------------------------|
| ا = Tidak dilambangkan | ض = dl |
| ب = B | ط = th |
| ت = T | ظ = dh |
| ث = Ta | ع = ‘ (menghadap ke atas) |
| ج = J | غ = gh |

| | |
|--------|-------|
| ح = H | ف = f |
| خ = Kh | ق = q |
| د = D | ك = k |
| ذ = Dz | ل = l |
| ر = R | م = m |
| ز = Z | ن = n |
| س = S | و = w |
| ش = Sy | ه = h |
| ص = Sh | ي = y |

Hamzah (ء) yang sering dilambangkan dengan alif, apabila terletak di awal kata maka dalam transliterasinya mengikuti vokalnya, tidak dilambangkan, namun apabila terletak di tengah atau akhir kata, maka dilambangkan dengan tanda koma di atas (‘), berbalik dengan koma (‘) untuk penggantian lambang ع.

B. Vokal, Panjang dan Diftong

Setiap penulisan bahasa Arab dalam bentuk tulisan latin vokal *fathah* ditulis dengan “a”, *kasrah* dengan “i”, *dlommah* dengan “u”, sedangkan bacaan panjang masing-masing ditulis dengan cara berikut:

| Vokal | Panjang | Diftong |
|-------------|---------|------------------|
| a = fathah | Â | قال menjadi qâla |
| i = kasrah | î | قيل menjadi qîla |
| u = dlommah | û | دون menjadi dûna |

Khusus untuk bacaan ya' nisbat, maka tidak boleh digantikan dengan “î”, melainkan tetap ditulis dengan “iy” agar dapat menggambarkan ya' nisbat diakhirnya. Begitu juga untuk suara diftong, wawu dan ya' setelah *fathah* ditulis dengan “aw” dan “ay”. Perhatikan contoh berikut:

| Diftong | Contoh |
|---------|---------------------|
| aw = و | قول menjadi qawlun |
| ay = ي | خير menjadi khayrun |

C. Ta'marbûthah (ة)

Ta' marbûthah (ة) ditransliterasikan dengan “t” jika berada di tengah kalimat, tetapi ta' marbûthah tersebut berada di akhir kalimat, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “h” misalnya الرسالة للمدرسة menjadi *al-risala li-mudarrisah*, atau apabila berada di tengah-tengah kalimat yang terdiri dari susunan *mudlaf* dan *mudlaf ilayh*, maka ditransliterasikan dengan menggunakan “t” yang disambungkan dengan kalimat berikut, misalnya الله في رحمة menjadi *fi rahmatillâh*

D. Kata Sandang dan Lafdh al-Jalâlah

Kata sandang berupa “al” (ال) dalam lafadh jalâlah yang erada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan.

Perhatikan contoh-contoh berikut :

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan.....
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan
3. *Masyâ'Allah kânâ wa mâlam yasyâ lam yakun*

4. *Billâh 'azza wa jalla*

E. Hamzah

Hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan di akhir kata. Bila terletak di awal kata, hamzah tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh : شيء - syai'un أمرت - umirtu
 النون - an-nau'un تأخذون - ta'khudzûna

F. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik *fi'il* (kata kerja), *isim* atau *huruf*, ditulis terpisah. Hanya kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain, karena ada huruf Arab atau harakat yang dihilangkan, maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut dirangkaikan juga dengan kata lain yang mengikutinya.

Contoh : وان الله لهو خير الرازقين - wa innalillâha lahuwa khairar-râziqîn.

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sanfangnya.

Contoh : وما محمد إلا رسول = wa maâ Muhammadun illâ Rasûl
ان اول بيت وضع للدرس = inna Awwala baitin wu dli'a linnâsi

Penggunaan huruf capital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan arabnya memang lengkap demikian dan jika penulisan itu disatukan

dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, maka huruf capital tidak dipergunakan.

Contoh : نصر من الله فتح قريب = nas'run minallâhi wa fathun qarîb

الله الامر جميعا = lillâhi al-amru jamî'an

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan ilmu tajwid.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

HALAMAN COVER i

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN ii

HALAMAN PENGESAHAN iii

MOTTO iv

KATA PENGANTAR v

PEDOMAN TRANSLITERASI ix

DAFTAR ISI xiv

ABSTRAK xvii

ABSTRACT xviii

المستخلص xix

BAB I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 9

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 10

E. Definisi Operasional 11

F. Sistematika Penulisan 12

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| A. Penelitian Terdahulu | 15 |
| B. Kajian Pustaka | 18 |
| 1. <i>Franchisee</i> menurut PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba .. | 18 |
| a. Pengertian <i>Franchisee</i> | 18 |
| b. Perjanjian <i>Franchisee</i> | 22 |
| c. Elemen-elemen pokok <i>Franchisee</i> | 33 |
| d. Jenis-jenis kegiatan <i>Franchisee</i> | 34 |
| e. Aspek-aspek pembiayaan dalam <i>Franchisee</i> | 36 |
| 2. Hak dan Kewajiban <i>Franchisor</i> dan <i>Franchisee</i> | 38 |
| a. Hak <i>Franchisor</i> | 38 |
| b. Kewajiban <i>Franchisor</i> | 40 |
| c. Hak <i>Franchisee</i> | 41 |
| d. Kewajiban <i>Franchisee</i> | 42 |
| 3. Pendaftaran <i>Franchisee</i> | 45 |
| 4. Waralaba dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah | 47 |
| a. Konsep Ekonomi Islam | 47 |
| b. Syarat dan Rukun Transaksi (Akad) | 51 |

BAB III : METODE PENELITIAN

| | |
|----------------------------------|----|
| A. Jenis Penelitian | 54 |
| B. Pendekatan Penelitian | 55 |
| C. Lokasi Penelitian | 55 |
| D. Jenis dan Sumber Data | 53 |
| E. Metode Pengumpulan Data | 56 |
| F. Metode Pengolahan Data | 56 |

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | |
|--|----|
| A. Transaksi <i>Franchisor</i> dan <i>Franchisee</i> dalam Usaha Tokkebi Snack’s Malang Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba | 58 |
| 1. Profil Usaha Tokkebi Snack’s Malang sebagai <i>Franchisee</i> | 58 |
| 2. Transaksi <i>Franchisor</i> dan <i>Franchisee</i> Usaha Tokkebi Snack’s Malang..... | 60 |
| 3. Pembinaan dan Pengawasan | 67 |
| 4. Sanksi | 68 |
| B. Transaksi <i>Franchisor</i> dan <i>Franchisee</i> dalam Usaha Tokkebi Snack’s Malang Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) | 71 |

BAB V : PENUTUP

| | |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan | 79 |
| B. Saran | 81 |

| | |
|-----------------------------|-----------|
| DAFTAR PUSTAKA | xx |
|-----------------------------|-----------|

| | |
|-------------------------------|-------------|
| LAMPIRAN-LAMPIRAN..... | xxii |
|-------------------------------|-------------|

ABSTRAK

Maulidi, Muhammad Syahril, 15220052, *Transaksi Franchisor dan Franchisee dalam Usaha Tokkebi Sanck's Malang Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah*. Skripsi, Jurusan Hukum Bisnis Syariah, Fakultas Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, Pembimbing : Dr. H. Abbas Arfan, Lc, MH

Kata Kunci: Transaksi, Waralaba, Usaha Tokkebi Snack's Malang

Di dalam dunia bisnis, istilah waralaba bukanlah hal yang asing didengar lagi, konsep waralaba (*franchise*) ini mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu kode etik (*code of conduct*) dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba, sebagaimana yang dijalankan Usaha Tokkebi Snack's Malang. Pengaturan serta pembatasan waralaba telah diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/ M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Dengan hadirnya Tokkebi Snack's Malang, maka menarik untuk dilakukan penelitian dengan rumusan masalah yaitu, pertama, bagaimana praktek Transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ? Kedua, Bagaimana praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ? Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan mengetahui praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Jenis penelitian ini adalah yuridis empiris, yaitu penelitian yang dilakukan baik studi kepustakaan maupun studi lapangan, Secara keseluruhan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Sebagian besar hasil dari data primer diperoleh dari observasi lapangan dan melalui wawancara dengan subyek penelitian (responden) terkait dengan bidang kajian secara langsung.

Hasil penilitan menunjukkan bahwa pertama, Pengaturan Bisnis Waralaba di Indonesia mengacu pada KUH Perdata dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, adapun konstruksi perjanjian waralaba dalam usaha Tokkebi Snack's Malang diantaranya memuat judul perjanjian, hari, tanggal, bulan dan tahun dibuatnya perjanjian, tempat dibuatnya perjanjian, identitas para pihak dan kewenangan dalam membuat perjanjian, dalam hal ini perjanjian sebagai *legal standing*. Kedua, Perjanjian/transaksi *franchisor* dengan *franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang dapat dikemukakan bahwa perjanjianitu merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah*) tidak bertentangan dengan syariat Islam.

ABSTRACT

Maulidi, Muhammad Syahril, 15220052 *Franchisor Transactions toward Franchises in Tokkebi Snack's Malang using the perspective of Government Regulation No. 42 year 2007 concerning Franchising and the Compilation of Sharia Economic Laws*, Majoring in Shariah Business Law, Sharia Faculty, State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang, Supervisor : Dr. H. Abbas Arfan, Lc, MH.

Keywords : Transaction, Franchising, Tokkebi Snack's Malang Business

In business, the term franchise is not a strange thing anymore. The concept of franchise relies on the ability of business partners to develop and carry out business activities through franchising procedures, processes, a code of conduct and a system determined by the franchisor, as utilized by Tokkebi Snack's Malang. Regulations and restrictions on franchising have been regulated by Government Regulation Number 42 year 2007 concerning Franchising and Ministerial Regulation of Trade Number: 53 / M-DAG / PER / 8/2012 concerning Franchising and Compilation of Sharia Economic Laws.

Based on the phenomena, it is interesting to conduct research by formulating some research questions. the first research question is how the practice of Franchisor Transactions toward Franchises in Tokkebi Snack's Malang using the perspective of Government Regulation No. 42 year 2007 concerning Franchising. Second, how the practice of Franchisor transactions towards Franchises in Tokkebi Snack's Malang on the perspective of the Compilation of Sharia Economic Laws. This study aims to determine the practice of Franchisor transactions on Franchise in Tokkebi Snack's Malang based on the perspective of Government Regulation No. 42 year 2007 concerning Franchising and knowing the practice of Franchisor transactions against Franchises in Tokkebi Snack's Malang from the perspective of Sharia Economic Law Compilation.

This is empirical juridical research that is research conducted on both literature studies and field studies. This study uses a qualitative descriptive design. The data are obtained from field observations and interviews with research subjects (respondents) about the field of the study.

The results of the study show that, first, the Franchise Business Arrangement in Indonesia refers to the Civil Code and Government Regulation Number 42 year 2007 regarding Franchising. Besides, franchise agreements in Tokkebi Snack's Malang business include the title of the agreement, day, date, month and year of the agreement, place of the agreement, the identity of the parties and the authority in agreeing, in this case, the agreement as legal standing. Second, the results show that the agreement or transaction of the franchisor with the franchisee in Tokkebi Snack's Malang can be stated as the development of cooperation (*syirkah*) and does not contradict with Islamic law.

المستخلص

المولدي، محمد شهر، 15220052، العقد بين مانح الامتياز وممنوحه في تجارة توكيبي للوجبات الخفيفة مالانج من نظر نظام الحكومة رقم 42 سنة 2007 عن الامتياز ومجموعة الأحكام الاقتصادية الشرعية. بحث جامعي، قسم أحكام التجارة الشرعية، كلية الشريعة، جامعة مولانا مالك إبراهيم الإسلامية الحكومية مالانج، المشرف: الدكتور الحاج عباس عرفان

الكلمات الرئيسية: العقد، الامتياز، تجارة توكيبي للوجبات الخفيفة مالانج

في عالم التجارة، مصطلح امتياز ليس من المصطلحات الغريبة حيث يركز هذا المجال على قدرة شريك العمل في تنمية ذاك الامتياز وإدارته عبر الكيفيات، العمليات، قواعد السلوك والنظم التي يعينها مانح الامتياز كما ورد في تجارة توكيبي للوجبات الخفيفة مالانج. ولقد حددت الحكومة تجارة الامتياز عبر قرارهم رقم 42 سنة 2007 عن الامتياز، قرار وزير الشؤون التجارية رقم M-53/2012/8PER/DAG عن عقد الامتياز ومجموعة الأحكام الاقتصادية الشرعية.

وبحضور مجموعة الأحكام الاقتصادية الشرعية، فيجذب إلى أداء البحث بتقديم الأسئلة المطروحة: (1) كيف تطبيق العقد بين مانح الامتياز وممنوحه من نظر نظام الحكومة رقم 42 سنة 2007 عن الامتياز؛ (2) كيف تطبيق العقد بين مانح الامتياز وممنوحه من نظر مجموعة الأحكام الاقتصادية الشرعية. وأما هدف هذا البحث هو معرفة تطبيق العقد بين مانح الامتياز وممنوحه في تجارة توكيبي للوجبات الخفيفة مالانج من نظر نظام الحكومة رقم 42 سنة 2007 عن الامتياز ومجموعة الأحكام الاقتصادية الشرعية.

هذا البحث يعتبر بحثاً حقوقياً واقعياً حيث يتم بدراسة المكتبية والحقلية بمدخل الكيفي والوصفي. فطريقة جمع البيانات الأساسية هي الملاحظة والمقابلة مع مجتمع البحث بشكل مباشر.

فنتائج البحث تدل على أن: (1) نظام الامتياز في إندونيسيا يتأسس على كتاب الدستور عن الأحكام المدنية وقرار الحكومة رقم 42 سنة 2007 عن الامتياز، أما بناء عهد الامتياز يتبنى من عنوان العهد وتاريخ وشهره وعامه ومكانه وهوية الطرفين والحقوق عند المعاهدة كمذاكرة تفاهم؛ (2) يبدو أن العقد بين مانح الامتياز وممنوحه في تجارة توكيبي للوجبات الخفيفة مالانج من ترقية الشركة ولم يعارض بالأحكام الشرعية.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Al-Qur'ân al-Karîm.

- Afzalurrahman. *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*. Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996.
- Antonio, Muhammad Syafi’I. *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*. Jakarta : Gema Insani, 2001.
- Badruzaman, Mariam Darus. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni, 2014.
- Basarah, Moh. dan M. Faiz Mufidin. *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.
- Basyir, Ahmad Azhar. *Asas-Asas Hukum Muamalat*. Yogyakarta: UII Press, 2000.
- Chapra, Umer. *Islam dan Tantangan Ekonomi*. Jakarta: Gema Insani Press dan Tazkia Institut, 2000.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, 2005.
- Djuwaini, Dimyauddin. *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008.
- Djamil, Fatrurrahman. *Hukum Perjanjian Syari’ah dalam Kompilasi Hukum Perikatan oleh Darus Badruzaman, et.al*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.
- Fajar ND , Mukti dan Yulianto Achmad. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian Azas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. Yogyakarta: Leksbang Mediatama, 2008.
- Ibrahim, Johannes dan Lindawaty Sewu. *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Moderen*. Bandung: Rafika Aditama, 2004.
- J. Satrio. *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.
- Al-Juhaili, Wahbah. *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*. Beirut: Dar Al-Fikr, 1989.
- Al-Kalafi, Abdul Azhim bin Badawi. *Al Wajaiz Panduan Fiqih Lengkap*. Bogor: Pustaka Ibnu Katsir, 2007.
- Khairandy, Ridwan. *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, Yogyakarta: FH UII Press, 2013.
- Lubis, Ibrahim. *Ekonomi Islam; Suatu Pengantar*. Jakarta: Kalam Mulia, 1994.
- Lubis, Suwardi K, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Malahayati. *Rahasia Bisnis Rasulullah*. Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010.
- Mannan, M. Abdul. *Ekonomi Islam Teori dan Praktek*. Yogyakarta: PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997.

- Mas'adi, Ghufron A. *Fiqih Muamalah Kontekstual*. Jakarta: Raja Grafindo, 2002.
- Mendelsohn, Martin. *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993.
- Moleong, Lexy. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Kosda Karya, 1997.
- Najma, Siti. *Bisnis Syariah dari Nol*. Jakarta:Hikmah, 2007.
- Nasution, Harun. *Ensiklopedi Islam Indonesia*. Jakarta: Djambatan, 1992.
- Qardawi, M. Yusuf. *Halal dan Haram dalam Islam*, Surabaya: Bina Ilmu, 1993.
- R, Subekti. *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita, 1992.
- Sabiq, Sayyid. *Fikih Sunnah Jilid 13*. Bandung: PT Al-Ma'arif, 1987.
- Sewu, Lindawaty S. *Franchise: Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*. Bandung: Utomo, 2004.
- Syaifuddin, Muhammad. *Hukum Kontrak (Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum)*. Bandung: Mandar Maju, 2012.
- Syafie'I, Rachmat. *Fiqih Muamalah*, Surakarta: Pustaka Setia, 2016.
- Sumarsono, Sonny. *Manajemen Bisnis Waralaba, Cet. I*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009.
- Suseno, Darmawan Budi. *Waralaba: Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*. Yogyakarta, Pilar Humania, 2005.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba. Cet. II*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008.
- Tim Lindsey, et.al. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*. Bandung: Alumni, 2013.
- Wicaksono, Frans Satriyo. *Panduan Lengkap Membuat Surat-surat Kontrak*. Jakarta: Visimedia, 2008.
- Widjaja, Gunawan. *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.
- Widjaja, Gunawan. *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 2003.
- Widjaja, Gunawan. *Waralaba. Cet. II*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Kitab dan Perundang-undangan

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor:
53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Hadist Riwayat Bukhari

Hasil Penelitian

Fernando, Ricky. *Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (Franchisee)*. skripsi sarjana Program Studi Ilmu Hukum, Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia, 2018.

Hanim, Lathifah. *Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*. Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI. Agustus 2011.

Sudarmiatin. *Praktik Bisnis Waralaba (Franchisee) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi*. Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Senat Terbuka Universitas Negeri Malang. 2011.

Awaluddin, Marissa Vydia. *Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus*. Artikel pada Jurnal Lex Privatum, No. 1, Vol. 1, 2013.

Setiawan, Deny. *Kerja Sama (Syrikah) dalam Ekonomi Islam*, Artikel pada Jurnal Ekonomi, No. 3, Vol. 21, September 2013.

Website

<https://tokkebisnacks.business.site/> , diakses pada tanggal 5 November 2019

LAMPIRAN LAMPIRAN

Lokasi Kantor Tokkebi Snack's Malang



Foto tampak depan Tokkebi Snack's Malang



Foto dalam kantor serta proses wawancara dengan direktur CV. Karya Rasa

Mandiri badan hukum dari usaha Tokkebi Snack's Malang



Foto bersama Bapak Yasir Sani S.Kom.,M.Kom. selaku direktur CV. Karya Rasa Mandiri badan hukum dari usaha Tokkebi Snack's Malang dengan gaya *Ajib* ala Tokkebi Snack



Foto bersama Uul Ma'rifah selaku mitra waralaba (*Fanchisee*) usaha Tokkebi Snack's Malang

Pedoman Wawancara I

Narasumber : Yasir Sani S.Kom.,M.Kom. (Direktur CV. Karya Rasa Mandiri)

Daftar Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya Tokkebi Snack's Malang ?
2. Siapa saja pelopor dibalik berdirinya Tokkebi Snack's Malang ?
3. Berapa outlet yang sudah jalan hingga saat ini dan ada dimana saja ?
4. Berapa jumlah orang yang bekerja di Tokkebi Snack's Malang ?
5. Apakah sudah berbadan hukum ?
6. Bagaimana Prosedur untuk manjalin mitra waralaba dengan Tokkebi Snack's Malang?
7. Bagaimana bentuk perjanjian pihak Franchisor (Tokkebi Snack's Malang) dengan Franchisee (mitra waralaba) dalam menjalankan usaha ?
8. Bagaimana bentuk pembinaan usaha terhadap mitra waralaba ?
9. Bagaimana bentuk timbal balik mitra waralaba terhadap Tokkebi Snack's Malang ?
10. Bagaimana solusi menyelesaikan permasalahan apabila terjadi wanprestasi (tidak dipenuhinya perjanjian) dalam waralaba ?

Pedoman Wawancara II

Narasumber : Kurnia (Direktur CV. Karya Rasa Mandiri)

Daftar Pertanyaan :

1. Bagaimana sejarah berdirinya Tokkebi Snack's Malang ?
2. Siapa saja pelopor dibalik berdirinya Tokkebi Snack's Malang ?
3. Berapa outlet yang sudah jalan hingga saat ini dan ada dimana saja ?
4. Berapa jumlah orang yang bekerja di Tokkebi Snack's Malang ?
5. Apakah sudah berbadan hukum ?
6. Bagaimana Prosedur untuk manjalin mitra waralaba dengan Tokkebi Snack's Malang?
7. Bagaimana bentuk perjanjian pihak Franchisor (Tokkebi Snack's Malang) dengan Franchisee (mitra waralaba) dalam menjalankan usaha ?
8. Bagaimana bentuk pembinaan usaha terhadap mitra waralaba ?
9. Bagaimana bentuk timbal balik mitra waralaba terhadap Tokkebi Snack's Malang ?

Pedoman Wawancara III

Narasumber : Uul Ma'rifah (Mitra *Franchisee* Tokkebi Snack's Malang)

Daftar Pertanyaan :

1. Apa alasan memilih Tokkebi Snack's Malang ?
2. Apa suka duka menjalankan usaha Tokkebi Snack's Malang ?
3. Bagaimana mengatasi kendala yang terjadi dalam menjalankan usaha Tokkebi Sanck's Malang ?
4. Berapa jumlah orang yang bekerja di outlet Tokkebi Snack's Malang ?
5. Bagaimana bentuk promosi yang sudah dilakukan oleh mitra waralaba ?
6. Bagaimana rencana bisnis kedepannya untuk waralaba Tokkebi Snack's Malang ?

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang sempurna, serta menyeluruh dan konsepnya tidak hanya mengatur kehidupan yang bersifat vertikal yang sering kali dikaitkan dengan tata cara beribadah kepada Allah swt., namun yang bersifat horizontal pun tidak luput. Dalam fikih Islam, horizontal adalah hubungan antar manusia dalam bermasyarakat, contohnya saja perdagangan yang merupakan salah satu aspek kehidupan, yang tengah dikelompokkan ke dalam masalah mu'amalah. Sebagai ajaran yang penuh rahmat Allah swt., Islam melalui dakwah Rasulullah juga mengatur tata nilai dalam bisnis. Bukan hanya dalam tatanan teori namun juga dalam tatanan praktek, mengingat Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang.

Mu'amalah merupakan konsep bisnis Islam yang tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya, sebagaimana yang diajarkan bapak ekonomi kapitalis, Adam Smith, tetapi juga berorientasi kepada konsep ta'awun (tolongmenolong) sebagai implikasi sosial kegiatan bisnis. Tegasnya, berbisnis bukan mencari untung material semata, tetapi didasari keinginan untuk memberi kemudahan bagi orang lain. Sungguh mulianya jika perdagangan atau bisnis itu ternyata bisa menolong orang lain yang membutuhkan.¹

Seorang muslim dibenarkan berdagang dan berusaha secara perseorangan, membenarkan pula penggabungan modal dan tenaga, dalam bentuk perkongsian dagang pada berbagai bentuk yang menjadikannya sebagai organisasi bisnis. Islam tidak menolak setiap kerjasama yang memungkinkan terbentuknya

¹ Malahayati, *Rahasia Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great Publisher, 2010), 5

organisasi bisnis yang menguntungkan. Sesungguhnya salah satu tujuan dasar Islam adalah menggunakan semua sumber dan kekuatan negara dalam memproduksi kekayaan serta mengkordinasikan persediaan tenaga kerja dan modal yang dapat digunakan dalam kepentingan masyarakat. Semua bentuk organisasi bisnis seperti perdagangan, perniagaan, pendidikan, transportasi, pembangunan, dan masih banyak lagi yang bias dibuat oleh pengusaha muslim. Demi kelangsungan perekonomian yang lebih baik serta memenuhi tuntutan zaman modern saat ini.²

Dalam hal ini Mahkamah Agung (MA) RI sebagai lembaga tinggi negara juga mengkordinir penyusunan Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) guna merespon terhadap perkembangan baru dalam kajian dan praktek hukum muamalat (ekonomi Islam) di Indonesia. Banyaknya praktek hukum juga sarat dengan berbagai permasalahan yang muncul akibat dari tarik menarik antar kepentingan para pihak dalam persoalan ekonomi, sementara untuk saat ini belum ada peraturan perundang-undangan yang mengatur secara khusus terhadap permasalahan itu. Kehadiran Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) merupakan kebutuhan yang sangat mendesak bagi ketersediaan sumber hukum terapan peradilan agama di bidang ekonomi syariah pasca lahirnya Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006. Di samping itu, kehadiran KHES adalah sebuah kebutuhan yang mendesak di tengah-tengah menggeliatnya sistem ekonomi Islam atau syariah dengan menjamurnya perbankan syariah di segenap pelosok tanah air.³

²Afzalurrahman, *Muhammad Sebagai Seorang Pedagang*, (Jakarta: Yayasan Swarna Bhumi, 1996), 281

³Abbas Arfan, *99 Kaidah Fiqh Muamalah Kulliyah*, (Malang : UIN Press, 2003), 123

Upaya positifisasi hukum perdata Islam seperti ini juga pernah dilakukan oleh Pemerintahan Turki Usmani dalam meberlakukan Kitab Hukum Perdata Islam Majalah al-Ahkam a'Adliyyah yang terdiri dari 1851 pasal.

Disamping itu, "positifisasi" hukum perdata Islam tersebut merupakan realisasi impian sebagian umat Islam sejak zaman dulu yang pada masa pemerintahan Hindia Belanda masih diterapkan Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPer) yang notebene adalah terjemahan dari Borgelijk Wetbook (BW) ciptaan Kolonial Belanda.

Seiring dengan berkembangnya zaman, ilmu pengetahuan semakin berkembang. Begitu pun dengan gagasan tentang bermu'amalah. Pada zaman dahulu, berdagang hanya dilakukan dengan cara-cara sederhana seperti berdagang dipasar atau menjajakan barang dagangannya *door to door*. Namun, sekarang terdapat berbagai macam variasi yang dibuat oleh seorang wirausahawan dalam menjajakan produk dagangannya. Misalnya, seorang penjual bahkan tidak harus bertemu dengan si pembeli. Ini adalah salah satu inovasi pemasaran dalam bermuamalah. Hal ini dapat kita ditemukan pada bisnis *E commerce* misalnya. Selain bisnis *E commerce* ada juga bisnis *Multi Level Marketing* terdapat juga bisnis yang semakin berkembang dewasa ini yaitu bisnis waralaba, atau lebih dikenal dengan istilah *franchise*.

Franchise diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya gagal, namun dialah pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba (*franchise*) ini di AS (Amerika Serikat). Kegagalan tersebut menginspirasi pengusaha lain untuk mencoba metode yang

sama dan terbukti sukses, seperti John S Pemberton, pendiri Coca Cola. Teknik atau metode bisnis tersebut telah menjamur diberbagai negara seperti Inggris dan di negara-negara maju lainnya.⁴

Konsep waralaba (franchise) ini mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu kode etik (*code of conduct*) dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.⁵ Format bisnis waralaba ini terdiri atas konsep bisnis yang menyeluruh, sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep *franchise* dan proses bantuan yang terus menerus.⁶

Dalam terjemahan bebas, waralaba adalah kontrak atau persetujuan lisan atau tulisan yang dinyatakan secara tegas dimana pihak yang disebut pewaralaba memberikan hak kepada orang lain atau yang disebut terwaralaba untuk menggunakan nama dagang, merek jasa, merek dagang, logo, atau karakteristik yang berhubungan, dimana terdapat kepentingan bersama dalam bisnis yang menawarkan, menjual, mendistribusikan barang-barang atau jasa lainnya, dimana *franchisee* harus melakukan pembayaran biaya waralaba (*franchise fee*) langsung atau tidak langsung.⁷ Sedangkan menurut Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 1 Ayat 1 : Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti

⁴Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu), 2-3.

⁵ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 4

⁶ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee* (Jakarta: PT. Pustaka Binaman Press Indo, 1993), 4

⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Cet. II; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), 11

berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian Waralaba.

Konsep waralaba tersebut diatas, kalau dalam hukum Islam, hampir sama dengan model *syirkah mudharabah* (bagi hasil), sudah mengalami perkembangan seiring berkembangnya zaman, dan terdapat gabungan dengan jenis *syirkah* lainnya, *syirkah* (persekutuan) dalam hukum Islam banyak jenisnya, dan perlu diketahui bahwa dalam pola transaksi yang diatur oleh hukum Islam adalah menitik beratkan pada sisi moralitas yang lebih tinggi dari apapun.

Perjanjian waralaba sendiri sebagaimana tercantum dalam PP RI No.16 Tahun 1997 yang kemudian diubah menjadi PP RI No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 4 Ayat (1) dan (2) mengatur bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia dan menggunakan bahasa Indonesia.

Sedangkan di dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES), sebuah perikatan tersebut merupakan sama halnya dengan *Syirkah*. *Syirkah* secara bahasa berarti *al-ikhtilath* yang artinya adalah campur atau pencampuran. Istilah pencampuran disini mengandung pengertian pada seseorang yang mencampurkan hartanya dengan harta orang lain, sehingga tidak mungkin untuk dibedakan. Dalam sumber lain pengertian musyarakah adalah akad kerjasama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak

memberikan kontribusi dana (atau amal/ *expertise*) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan resiko akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan.⁸

Waralaba (franchise) sendiri adalah sebuah format usaha baru yang saat ini sedang menjamur di Indonesia. Fenomena ini dapat kita buktikan dengan semakin banyaknya usaha-usaha waralaba di Indonesia baik yang merupakan waralaba asing seperti KFC, Mc Donald ataupun waralaba lokal seperti Indomart, Klenger Burger serta Tokkebi Snack's Malang yang dalam hal ini menjadi objek penelitian penulis. Tokkebi Snack's merupakan sebuah outlet makan yang mengedepankan take away dan delivery service. Tokkebi Snack's berdiri sejak tahun 2017 di Kota Malang, hingga saat ini sudah ada lebih dari 60 mitra waralaba yang bekerjasama dibawah Tokkebi Snack's Malang serta tersebar di berbagai daerah. Tokkebi bukanlah merupakan makanan baru di dunia kuliner, namun dengan memperkaya rasa dan bumbu-bumbu yang mengusung kearifan lokal Indonesia dan selera makan orang Indonesia, maka menu yang ditawarkan pada produk dari Tokkebi Snack's juga sudah disesuaikan dengan lidah dari Masyarakat Indonesia. Perkembangan ini sepatutnya memberi nilai positif bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia kerana dapat menghasilkan devisa bagi negara.

Bisnis sinergi seperti ini memang dianggap menguntungkan. Jaringan pemasaran dan omset dapat berkembang lebih cepat sehingga memperoleh kepercayaan yang luas dari masyarakat terhadap citra bisnis waralabanya tanpa

⁸ Muhammad Syafi'I Antonio, *Bank Syariah dari Teori ke Praktik*, (Jakarta : Gema Insani,2001),90

harus mengeluarkan modal sendiri. Pewaralaba juga akan mendapat keuntungan berupa *management fee* dan *royalty fee*.⁹

Konsep franchise berkembang karena di satu sisi ada pengusaha yang sudah berhasil dalam menjalankan bisnisnya, tetapi kekurangan modal untuk mengembangkan usaha lebih besar lagi. Dan di sisi lain ada pihak yang memiliki modal, tetapi belum/tidak memiliki pengalaman atau keahlian dalam berbisnis di bidang tersebut. Dikarenakan adanya kepentingan antara dua belah pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba inilah maka terjadilah suatu bentuk kerjasama bisnis.

Bentuk kerjasama yang melibatkan antara pengusaha yang kekurangan modal dengan pihak yang ingin membuka usaha dengan tidak/belum memiliki pengalaman atau keahlian berbisnis. Kedua pihak ini melakukan kesepakatan yang biasanya disahkan dalam sebuah kontrak atau perjanjian bisnis. Waralaba merupakan suatu perjanjian yang bertimbal balik karena baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu.¹⁰ Melalui kontrak tercipta perikatan atau hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban pada masing-masing pihak yang membuat kontrak.

Dengan kata lain, para pihak terikat untuk mematuhi kontrak yang telah mereka buat. Kontrak sangat bermanfaat sebagai *legal standing*, pegangan, pedoman, dan alat bukti bagi para pihak pembuatnya. Adanya kontrak yang baik

⁹ Siti Najma, *Bisnis Syariah dari Nol*, (Jakarta:Hikmah, 2007), 176

¹⁰ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2003, Cet ke-2),

mencegah terjadinya perselisihan, karena semua perjanjian sudah diatur dengan jelas sebelumnya.¹¹

Anggota DSN MUI, Muhammad Hidayat dalam majalah *sharing* mengatakan bahwa biaya yang dikeluarkan oleh *franchisee* dapat diterima dari sisi syariah. Ada *fee* atau membeli merk semacam hak cipta, serta biaya lainnya sejauh semua pihak sepakat tidak mendzalimi maka secara syariah bisa diterima. Permasalahan pada umumnya yaitu pada nominalnya, wajarkah bila dihargakan demikian dan bagaimana bila belum memperoleh laba. Hal ini berkaitan dengan memegang teguh prinsip keadilan dalam Ekonomi Islam.

Dewasa ini, perlindungan hukum bagi masyarakat pelaku usaha khususnya investor perlu mendapatkan pemerataan hasil-hasil pendapatan dapat dinikmati dengan aman, sah dan tidak perlu menimbulkan masalah hukum kemudian hari. Ini berarti bahwa format bisnis waralaba (*franchisee*) sesungguhnya memiliki satu aspek yang didambakan oleh pengusaha pemberi waralaba (*franchisor*) maupun mitra usahanya masalah kepastian dan perlindungan hukum. Berdasarkan masalah-masalah yang dikemukakan tersebut, menunjukkan bahwa format bisnis waralaba ini menyimpan potensi konflik.

Dalam *franchisee* Tokkebi Malang ini pun terdapat perjanjian atau prestasi yang harus diikuti dan ditaati oleh kedua belah pihak (*franchisor* dan *franchisee*), dalam Peraturan Pemerintah No. 47 Tahun 2007 Tentang Waralaba pasal (4) sampai pasal (6) diatur bagaimana kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Dalam menjalankan usahanya integritas dan kepercayaan sebuah *franchisor* mutlak diperlukan guna menjalin kerja sama yang

¹¹ Frans Satriyo Wicaksono, *Panduan Lengkap Membuat Surat-surat Kontrak*, (Jakarta: Visimedia, 2008), 2.

sinergis dengan mitra-mitranya atau penerima waralaba, hal ini bisa kita lihat dengan bagaimana *franchisor* bertanggung jawab terhadap mitra-mitranya dalam upaya pembinaan serta pembekalan yang diperlukan untuk menjalankan usaha *franchisee* tersebut.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik melakukan penelitian tentang upaya penyediaan jasa waralaba dalam pembinaan usaha serta tanggungjawabnya terhadap penerima waralaba dalam sebuah skripsi dengan judul **“Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Malang Perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas yang menggambarkan adanya potensi konflik terkait tanggung jawab penyedia waralaba (*franchisor*) terhadap penerima waralaba (*franchisee*) dalam usaha Tokkebi Snack's Malang serta bagaimana Peraturan Pemerintah dan Kompilasi Hukum Ekonomis Syariah (KHES) mengaturnya, sehingga perlu dilakukan identifikasi terhadap permasalahan sebagaimana dimaksud melalui perumusan masalah berikut ini :

1. Bagaimana praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ?

2. Bagaimana praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah ?

C. Tujuan

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan yang telah dijabarkan sebelumnya. Dan juga penelitian hukum ini memiliki tujuan yang hendak dicapai agar hasil penelitian hukum ini dapat bermanfaat bagi peneliti dan bagi kehidupan masyarakat.

1. Mengetahui praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
2. Mengetahui praktek transaksi *Franchisor* terhadap *Franchise* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian hukum tentu harus memiliki manfaat, di samping tujuan yang hendak dicapai. Manfaat penelitian terbagi menjadi 2 (dua) yaitu manfaat teoretis dan manfaat praktis. Adapun manfaat teoretis dan manfaat praktis penelitian ini sebagai berikut:

Pertama, secara teoritis, dari penelitian ini dapat diambil manfaat dengan adanya kontribusi bersifat ilmiah, aplikatif ataupun implikatif yang turut

memperkaya khazanah keilmuan di lingkungan bisnis dan keilmuan Islam pada khususnya. Menjadi inspirasi, motivasi, dan acuan bagi pembaca atau mahasiswa untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan Waralaba beserta nilai-nilai ajaran Islam.

Kedua, secara praktis:

1. Bagi lembaga pendidikan (perguruan tinggi), dapat menjadi masukan atau bahan evaluasi untuk penerapan nilai-nilai Islam yang lebih maksimal.
2. Bagi penulis, hasil penelitian ini diharapkan akan menjadi tambahan wawasan keilmuan dan cakrawala pengetahuan dalam kajian Islam.
3. Menjadi bahan kajian dan wawasan ilmu pengetahuan bagi para *Franchisor*, *franchise* dan pelaku usaha yang lainterkait dalam memberikan saran bagipembuat kebijakan.

E. Definisi Operasional

Untuk memperoleh gambaran tentang judul dalam penulisan skripsi ini, maka penulis akan memberikan istilah-istilah dalam mencegah kesalah pahaman pengertian.

1. Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee*

Franchisor (pemberi hak paten) dan *Franchisee* (penerima hak paten) adalah bagian yang tak terpisahkan di dalam bisnis *Franchising* (Waralaba), adapun maksud dari transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* adalah hak khusus yang dimiliki orang perseorangan dan/atau badan hukum terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka

memasarkan barang/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian.

2. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah (disingkat PP) adalah Peraturan Perundang-undangan di Indonesia yang ditetapkan oleh Presiden untuk menjalankan Undang-Undang sebagaimana mestinya. Adapun materi muatan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yaitu untuk lebih meningkatkan tertib usaha dengan cara Waralaba serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, maka perlu ditetapkan Peraturan Pemerintah tentang Waralaba.

3. Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) mempunyai fungsi yang sama dengan Kompilasi Hukum Islam (KHI) yaitu bukan merupakan sumber hukum formil (seperti UUD 45, UU, PERPU, PERDA, dan sebagainya), namun KHES dapat dijadikan sebagai pertimbangan hakim dalam memutuskan perkara hukum alias berperan sebagai sumber hukum materiil apabila hakim menggunakannya.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memahami lebih jelas penelitian ini, maka materi-materi dikelompokkan menjadi beberapa sub bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

Bab Pertama, pada bab ini berisi tentang Pendahuluan antara lain : latar belakang yang menggambarkan inti permasalahan serta alasan mengapa penelitian ini layak dilakukan, perumusan masalah yang merupakan inti masalah dalam penelitian yang berupa pertanyaan yang akan dijawab tujuan dan manfaat

penelitian, diakhiri dengan sistematika pembahasan yang menginformasikan tentang urutan pembahasan.

Bab kedua, pada bab ini berisikan tentang penelitian terdahulu dan kerangka teori. Penelitian Terdahulu yang berfungsi sebagai pembeda antara penelitian ini dengan penelitian yang telah ada sebelumnya, penelitian terdahulu berisi informasi tentang penelitian yang telah dilakukan peneliti-peneliti sebelumnya, baik dalam bentuk buku atau artikel jurnal yang sudah diterbitkan maupun masih berupa disertasi, tesis, atau skripsi yang belum diterbitkan baik secara substansial maupun metodemetode, mempunyai keterkaitan dengan permasalahan. Kerangka Teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literature review yang berhubungan dengan penelitian, landasan teori dan/atau konsep-konsep tersebut nantinya dipergunakan dalam menganalisa setiap permasalahan yang dibahas dalam penelitian tersebut.

Bab Ketiga, ini berisi tentang metode penelitian yang merupakan langkah-langkah yang akan digunakan untuk mempermudah jalan penelitian yang berisi; jenis penelitian, pendekatan penelitian, lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data.

Bab Keempat, bab ini merupakan inti dari penelitian karena pada bab ini akan menganalisis data-data baik melalui data primer maupun data sekunder untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan.

Bab Kelima, pada bab ini berisi tentang penutup berupa kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan analisa dan optimalisasi sistem berdasarkan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Dhamayanti (2014) dari Universitas Islam Bandung melakukan penelitian serupa mengenai Waralaba yakni dengan judul *Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Jo. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba* sehingga terdapat perbedaan fokus penelitian yaitu perjanjian waralaba dan sudut pandang.

Ulfa Treni Juliana (2009) dari Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah melakukan penelitian serupa mengenai Waralaba yakni dengan judul *Analisis Sistem Waralaba Dilihat dari Transaksi Bisnis Syariah* sehingga terdapat perbedaan jenis penelitian yaitu normatif dan fokus penelitian berupa sistem transaksi bisnis syariah.

Rizki Nur Annisa dan Adi Sulistiyono (2016) dari Universitas Sebelas Maret melakukan penelitian serupa mengenai Waralaba yakni dengan judul *Perlindungan Hukum Franchisor dan Franchisee dalam Perjanjian Waralaba "Soto Seger Mbok Giyem" Boyolali* sehingga terdapat perbedaan objek, penelitian berbeda, perlindungan franchisor dan franchise secara umum.

Ghanny Rima Putri Hardhiyanti (2015) dari Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Jogjakarta melakukan penelitian serupa mengenai waralaba yakni dengan judul *Analisis Perjanjian Waralaba di Soto Ayam Pringading Semarang* sehingga terdapat perbedaan yakni perjanjian waralaba, objek berbeda.

M. Azwar Nur Akbar (2013) dari Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar melakukan penelitian serupa mengenai waralaba yakni dengan judul *Bisnis Waralaba (Franchise) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam* sehingga terdapat perbedaan jenis penelitian yakni normatif, pendekatan sistem Ekonomi Islam.

Ricky Fernando (2018) dari Universitas Islam Indonesia melakukan penelitian serupa terkait waralaba yakni dengan judul *Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (Franchisee)* sehingga terdapat perbedaan fokus penelitian dan obyek penelitian.

| No | Nama | Judul | Instansi/Lembaga | Perbedaan |
|----|----------------------|---|------------------------------|---|
| 1. | Dhamayanti (2014) | Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Jo. Peraturan Menteri Perdagangan | Universitas Islam Bandung | Normatif, objek penelitian yang berbeda berupa Perjanjian Waralaba. |

| | | | | |
|----|---|---|--|--|
| | | Nomor : 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba | | |
| 2. | Ulfa Treni Juliana (2009) | Analisis Sistem Waralaba Dilihat dari Transaksi Bisnis Syariah | Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah | Normatif, sistem transaksi Bisnis Syariah |
| 3. | Rizki Nur Annisa dan Adi Sulistiyono (2016) | Perlindungan Hukum Franchisor dan Franchisee dalam Perjanjian Waralaba “Soto Seger Mbok Giyem” Boyolali | Universitas Sebelas Maret | Objek penelitian berbeda, perlindungan franchisor dan franchise secara umum |
| 4. | Ghanny Rima Putri Hardhiyanti (2015) | Analisis Perjanjian Waralaba di Soto Ayam Pringgading Semarang | Universitas Islam Negeri Sunankalijaga Jogjakarta | Perjanjian waralaba, Objek berbeda |
| 5. | M. Azwar Nur Akbar (2013) | Bisnis Waralaba (Franchise) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam | Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar | Nomatif, pendekat sistem Ekonomi Islam |

| | | | | |
|---|-----------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|
| 6 | Ricky Fernando (2018) | Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (Franchisee) | Universitas Islam Indonesia | Fokus penelitian dan Obyek |
|---|-----------------------------|--|--------------------------------|-------------------------------|

B. Kajian Teori

1. *Franchisee* menurut PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

A. Pengertian *Franchisee*

Di Indonesia terdapat pengaturan mengenai waralaba (*Franchisee*) yang terdapat didalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 1 Ayat (1) menjelaskan pengertian dari waralaba yang berarti hak khusus yang dimiliki orang perseorangan dan/atau badan hukum terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba sedangkan dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Pasal 3 menegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang.¹²

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strategisnya dengan cara

¹² Berdasarkan Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 Pasal 1 dan Pasal 3

konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.¹³

Definisi tersebut di atas jelas bahwa bisnis franchise merupakan perikatan 2 pihak dimana pihak pertama (*franchisor*) memberikan hak dan kewajiban sebagaimana yang tertuang di dalam kontrak kepada pihak ke dua (*franchisee*) dengan tujuan saling menguntungkan. Jadi ada dua pihak yang terikat dalam perjanjian kerjasama itu yaitu *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* atau pemberi waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. *Franchisee* atau penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberi hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki oleh pemberi waralaba.¹⁴

Waralaba juga mengandung unsur-unsur sebagaimana yang diberikan pada lisensi, yang didalam pengertian waralaba pada *black's law dictionary* yang lebih menekankan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang franchisor (pemberi waralaba) dengan kewajiban pada pihak franchisee (penerima waralaba) untuk mengikuti metode

¹³ Lathifah Hanim, *Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI, Agustus 2011, 572.

¹⁴ Sudarmiatin, *Praktik Bisnis Waralaba (Franchisee) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi*, Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Senat Terbuka Universitas Negeri Malang, 2011, 2.

dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba akan memberikan bantuan pemasaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik.¹⁵ Pemberian waralaba ini didasarkan pada suatu *franchise agreement*, maksudnya seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.¹⁶

Disamping mengenal *franchise* atau yang sering disebut sebagai waralaba ternyata didalam waralaba dikenal suatu istilah yang disebut sebagai mem-*franchise*-kan, mem-*franchise*-kan adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Suatu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional sehingga pemegang franchise yang membeli suatu bisnis menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik franchise.

Lebih lanjut, Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) menyatakan bahwa pentingnya mendorong industri franchise agar lebih berkembang lagi. Selama ini hanya 9 % (sembilan persen) dari waralaba nasional yang aktif yang memiliki lebih dari 100 (seratus) gerai. Penjualan setiap gerai waralaba berkontribusi terhadap dinamika perekonomian nasional. Semakin banyak jumlahnya, semakin

¹⁵ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 15

¹⁶ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 14

besar kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Setiap gerai waralaba menciptakan lapangan kerja yang menyerap tenaga kerja.¹⁷

Berkaitan dengan pengertian waralaba di atas, terdapat empat (4) macam waralaba menurut IFA (International Franchise Association), yaitu sebagai berikut:¹⁸

1) *Product Franchise*

Produsen menggunakan Product Franchise untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contoh terbaik dari jenis waralaba ini adalah toko ban yang menjual produk dari pemberi waralaba (franchisor), menggunakan nama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh franchisor;

2) *Manufacturing Franchise*

Jenis waralaba ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek franchisor. Jenis waralaba ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman. Kebanyakan pembuatan minuman botol menerima waralaba dari perusahaan dan harus

¹⁷ Kompas, tanggal 24 November 2016, 19

¹⁸ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Moderen*, (Bandung: Rafika Aditama, 2004), 125

menggunakan bahan baku untuk memproduksi, mengemas dalam botol dan mendistribusikan minuman tersebut;

3) *Business Opportunity Ventures*

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis dan sebagai timbal-baliknya pemilik bisnis harus membayar suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya;

4) *Business Format Franchising*

Bentuk format ini merupakan bentuk franchising yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis untuk memulai dan mengatur perusahaan. Sebaliknya, pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau royalti.

B. Perjanjian *Franchisee*

Perjanjian secara umum diatur dalam Pasal 1313 KUHPdata yang menyebutkan suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Rumusan pasal tersebut memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, di mana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitor) dan pihak lain adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditor).

Masing-masing pihak tersebut dapat terdiri satu orang atau lebih bahkan dalam perkembangan ilmu hukum, pihak tersebut terdiri dari badan hukum. Waralaba merupakan perjanjian yang bertimbal balik karena baik pemberi waralaba dan penerima waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi suatu prestasi tertentu.¹⁹

Syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyebutkan adanya empat syarat yang diperlukan untuk sahnya suatu perjanjian, yaitu **pertama**, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; **kedua**, kecakapan untuk membuat suatu perikatan; **ketiga**, suatu hal tertentu; dan **keempat**, suatu sebab yang halal. Syarat yang pertama dan kedua dari rumusan pasal tersebut di atas dinamakan syarat subyektif. Karena keduanya tersebut mengenai subyek perjanjian. Syarat ketiga dan keempat dinamakan syarat objektif, karena mengenai objek dari perjanjian.²⁰

Kemudian Pasal 1338 KUHPerdata yang menyebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kata secara sah mengingatkan kita pada adanya perbedaan antara syarat-syarat untuk timbul/adanya perjanjian dan syarat-syarat untuk sahnya perjanjian. Ada kemungkinan bahwa suatu perjanjian mengandung kekurangan, yang kalau dituntut oleh pihak lawan bisa dibatalkan. Perjanjian yang demikian itu ada dan dianggap sah selama tidak/belum dibatalkan. Jadi para pihak, dengan membuat perjanjian seakan-akan menetapkan undang-undang bagi mereka sendiri. Karena memang sifatnya lain dengan undang-undang yang dibuat

¹⁹ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 77

²⁰ Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung: Alumni, 2014), 23

oleh pembentuk undang-undang, yang sifatnya mengikat umum. Dengan perkataan lain tidak mengikat pihak ketiga yang berada diluar perjanjian.²¹

Waralaba merupakan perjanjian yang tidak bernama. Perjanjian yang tidak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus di dalam KUHPerdara dan KUHDagang. Tetapi perjanjian ini timbul dan berkembang di masyarakat berdasarkan asas kebebasan berkontrak menurut Pasal 1338 KUHPerdara. Jumlah perjanjian ini tidak terbatas dengan nama yang disesuaikan dengan kebutuhan pihak-pihak yang membuatnya.²²

Kebebasan berkontrak sangat mendominasi teori hukum kontrak. Inti permasalahan hukum kontrak lebih tertuju kepada realisasi kebebasan berkontrak.²³ Doktrin mendasar yang melekat pada kebebasan berkontrak adalah bahwa kontrak itu dilahirkan *ex nihilo*, yakni kontrak sebagai perwujudan kebebasan kehendak (*free will*) para pihak yang membuat kontrak (*contractors*). Kontrak secara eksklusif merupakan kehendak bebas para pihak yang membuat kontrak.

Dengan demikian menurut asas kebebasan berkontrak, seseorang pada umumnya mempunyai pilihan bebas untuk mengadakan perjanjian. Dalam asas ini terkandung suatu pandangan bahwa orang bebas untuk melakukan atau tidak melakukan perjanjian, bebas dengan siapa ia mengadakan perjanjian, bebas tentang apa yang diperjanjikan, bebas untuk menetapkan syarat-syarat perjanjian. Menurut Sutan Remy Sjahdeini, asas kebebasan berkontrak dalam hukum

²¹ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), 141-142.

²² Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak (Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum)*, (Bandung: Mandar Maju, 2012), 150

²³ Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, (Yogyakarta: FH UII Press, 2013), 99.

perjanjian Indonesia meliputi kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian; kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ia ingin membuat perjanjian; kebebasan untuk menentukan atau memilih kausa dari perjanjian yang akan dibuatnya; kebebasan untuk menentukan objek perjanjian; kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian; dan kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan.²⁴ Namun, penting untuk diperhatikan bahwa kebebasan berkontrak sebagaimana Pasal 1338 KUHPerdara tidak berdiri sendiri. Asas tersebut berada dalam satu sistem yang utuh dan padu dengan ketentuan lain.

Perjanjian waralaba (*franchise agreement*) adalah perikatan yang mengikat pemberi dan penerima waralaba. Perjanjian ini adalah perjanjian yang seringkali dikaitkan dengan sejumlah perjanjian tambahan lain, misalnya perjanjian untuk pemasok komponen, perjanjian iklan dan sebagainya. Perjanjian harus diadakan secara tertulis, dan di Indonesia dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.²⁵

Perjanjian waralaba secara khusus diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Apapun jenisnya waralaba sebagai sebuah kegiatan bisnis sebagaimana kegiatan lainnya, sesuai ketentuan Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dilaksanakan dan dirumuskan dalam suatu hubungan kontraktual yaitu berdasarkan kontrak atau perjanjian waralaba. Pasal 4 ayat (1) menyebutkan waralaba diselenggarakan berdasarkan pada perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.

²⁴ Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Azas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, (Yogyakarta: Leksbang Mediatama, 2008), 95

²⁵ Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, (Bandung: Alumni, 2013), 339

Kemudian hal-hal yang harus diperhatikan dalam perjanjian waralaba diatur dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan, perjanjian waralaba sekurang-kurangnya memuat nama dan alamat para pihak; jenis hak kekayaan intelektual; kegiatan usaha; hak dan kewajiban para pihak; bantuan, fasilitas, bimbingan, operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba; wilayah usaha; jangka waktu perjanjian; tata cara pembayaran imbalan; kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris; penyelesaian sengketa; dan tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Penerima waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha waralaba.²⁶

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang merugikan pihak lain. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian waralaba, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku.²⁷ Dari sudut pandang yang terkandung dalam suatu perjanjian franchise yang umumnya terdiri dari pasal-pasal, jika dilakukan suatu identifikasi terhadap pokok materi perjanjian tersebut antara lain;²⁸

²⁶ Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

²⁷ Ricky Fernando, *Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (Franchisee)*, skripsi sarjana Program Studi Ilmu Hukum, Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, 2018, 31

²⁸ Marissa Vydia Awaluddin, *Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus*, Artikel pada Jurnal Lex Privatum, No. 1, Vol. 1, 2013, 94.

1. Objek yang diwaralabakan/*franchise*. Objek ini biasanya dikemukakan di awal perjanjian *franchising*. Objek yang di*franchise*-kan harus menjelaskan secara cermat mengenai barang/jasa apa yang termasuk dalam *franchise*.
2. Tempat berbisnis. Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis harus diperhatikan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang banyak.
3. Wilayah *franchise*. Bagian ini meliputi pembagian wilayah oleh *franchisor* kepada *franchise*, di mana dalam pertimbangan pemberian wilayah ini harus didasarkan pada strategi pemasaran.
4. Sewa guna. Sewa guna ini dilakukan apabila lokasi usaha *franchise* didapat dengan sewa. Jangka sewa ini paling tidak harus sama dengan jangka waktu berlakunya *franchise*.
5. Pelatihan dan bantuan teknik dari *franchisor*. Pelatihan merupakan hal mutlak yang harus dijalankan oleh calon *franchise* atau para *franchise*. Pelatihan dan bantuan teknik hal yang penting karena suatu bisnis dengan pola *franchise* mengandalkan kualitas produk baik barang/jasa dan kualitas pelayanan yang baik dalam menjalankan bisnisnya.
6. Standar operasional. Standar operasional franchise biasanya terlampir dalam buku petunjuk/*operation manuals*. Petunjuk tersebut mengandung metode dalam bentuk tertulis yang lengkap untuk menjalankan bisnis.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, ada beberapa objek pengaturan perjanjian waralaba yang meliputi:²⁹

1. Nama dan merek dagang. Hal ini menjadi objek perjanjian waralaba oleh karena nama dagang dan merek dagang yang semula menjadi hak monopoli *franchisor* untuk menggunakan pada barang-barang atau jasa-jasa yang dijualnya kemudian disebabkan perjanjian *franchise*, *franchise* diberi izin untuk menggunakan pada produk yang dijualnya. Nama dan merek dagang merupakan jantung dari perjanjian *franchise* tersebut;
2. Rahasia dagang. Rahasia dagang ini sangat penting terutama dalam hal *franchisechain stylebusiness* atau *business format franchise* dan *manufacturing* karena pada kedua macam waralaba tersebut diberi hak untuk mengetahui dan mempergunakan rahasia-rahasia tersebut.
3. Jasa pelatihan. Jasa ini merupakan objek perjanjian waralaba yang sangat penting bagi pemberi dan penerima waralaba. Untuk mengawali usahanya, penerima waralaba sangat membutuhkan jasa pelatihan inidan merupakan kewajiban pemberi waralaba untuk memenuhinya. Jasa pelatihan ini dapat diberikan oleh pemberi waralaba sendiri maupun jajaran manajemennya.
4. Bantuan-bantuan teknis operasional. Bantuan ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu pertama, bantuan pada saat persiapan usaha penerima waralaba yang meliputi bantuan dalam menentukan pemilihan lokasi usaha; bantuan dalam menentukan arsitektur bangunan dan tata letak ruangan serta pemilihan bahan-bahan dan peralatannya yang akan menentukan

²⁹ Moh. Basarah dan M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008, hlm. 55-66.

standar dan spesifikasinya; penentuan standar administrasi dan pembukuan; penentuan standar penerimaan karyawan; pedoman operasi bisnis waralaba dan pedoman pelaksanaan grand opening. Kedua, bantuan selama hubungan hukum berlangsung yang meliputi pengawasan dan evaluasi pelaksanaan usaha; pelaksanaan kegiatan pemasaran; memilihkan kegiatan pemasaran yang dilakukan penerima waralaba; dan pemberian konsultasi selama perusahaan penerima waralaba beroperasi.

5. Pembelian bahan-bahan dan peralatan. Standarisasi produk merupakan salah satu ciri dari jaringan bisnis waralaba, bahkan sering termasuk penentuan kualitas bahan-bahan dan perlengkapan penjualan. Dengan demikian, untuk ini acap kali pemberi waralaba menentukan tempat pembelian dari bahan-bahan yang akan digunakan.
6. Pengawasan kualitas produk. Pengawasan dari kualitas produk tersebut merupakan hak dari pemberi waralaba terutama berkaitan dengan standarisasi produk-produk yang akan menggunakan nama dan merek dagang pemberi waralaba.
7. Biaya waralaba (*franchise fee*). Biaya ini merupakan objek perjanjian waralaba karena biaya tersebut pada dasarnya merupakan kontraprestasi dari penerima waralaba kepada pemberi waralaba sehubungan dengan penerimaan hak-hak dari pemberi waralaba. Biaya tersebut terdiri dari: biaya yang dibayarkan penerima waralaba pada saat pertama kali menutup perjanjian dengan pemberi waralaba (*initial or joining fee*); biaya yang dikeluarkan penerima waralaba kepada pemberi waralaba

secara periodik (*royalties or continuing fee*); dan biaya-biaya lainnya berdasarkan isi pada perjanjian waralaba tersebut.

8. Jangka waktu. Pada umumnya perjanjian waralaba untuk jangka waktu 5, 10, 15 tahun dengan tiap-tiap tahun opsi perpanjangan. Bagi pihak pemberi waralaba biasanya cenderung menyukai jangka waktu yang pendek. Hal ini disebabkan akan memungkinkan bagi pemberi waralaba berkesempatan menjual kembali sistem waralabanya kepada penerima waralaba yang lain dan sekaligus diharapkan dengan jangka waktu yang lebih pendek akan membuat penerima waralaba lebih bersungguh-sungguh dalam menjalankan kegiatan toko/gerai waralabanya karena berharap pemberi waralaba akan menjual kembali sistem waralabanya kepada penerima waralaba. Sebaliknya, penerima waralaba cenderung menyukai waktu yang lebih panjang karena lebih leluasa mendapatkan keuntungan sebagai keseimbangan dari kerugian kerugian yang kemungkinan akan dialami pada tahun-tahun pertama.
9. Pengalihan waralaba. Pengertian pengalihan tersebut meliputi pengalihan sebagai akibat hukum dari perjanjian jual beli waralaba yang akan dibuat penerima waralaba dengan pihak ketiga atau pengalihan yang disebabkan dengan pewarisan, akibat meninggalnya penerima waralaba. Di dalam perjanjian waralaba, ketentuan yang mengatur pengalihan acap kali sering terjadi membertakna penerima waralaba karena harus meminta persetujuan dari pemberi waralaba.
10. Pemutusan perjanjian. Pada umumnya dalam perjanjian, penerima waralaba tidak mempunyai hak memutuskan perjanjian, kecuali apabila

pemberi waralaba melakukan pelanggaran terhadap perjanjian dan untuk pelanggaran tersebut pemberi waralaba telah diberi kesempatan untuk memperbaikinya.

11. Perjanjian untuk tidak berkompetisi dengan pemberi waralaba. Dalam perjanjian waralaba, sering terdapat klausul tersebut yang mengharuskan penerima waralaba tidak memasuki bidang usaha yang sejenis dengan usaha pemberi waralaba. Keharusan ini tidak saja selama penerima waralaba terikat dengan pemberi waralaba, tetapi juga untuk beberapa tahun setelah hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba terputus.

Dalam waralaba, juga terdapat asas-asas perjanjian waralaba sebagai berikut:³⁰

1. Asas Kebebasan Kontrak

Pasal 1338 KUH Perdata menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya.

2. Asas Konsensualisme

Perjanjian ini sudah dianggap ada saat tercapainya kesepakatan tentang hal-hal yang diperjanjikan.

3. Asas Iktikad Baik

Franchisor dengan iktikad baik harus menjamin hak-hak yang akan diberikan kepada Franchisee itu benar-benar miliknya bukan sebagai

³⁰ Lindawaty, S. Sewu, *Franchise: Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*, (Bandung: Utomo, 2004), 31-35

hasil kejahatan, dan pihak Franchisee harus mewujudkan kewajiban yang harus diberikan kepada Franchisor dengan baik serta iktikad baik.

4. Asas Kerahasiaan

Pada dasarnya bisnis dengan pola Franchise sangat mengandalkan ciri khas dari suatu produk barang/jasa. Sehingga apabila unsur kerahasiaan dari *Trade Secret Know How* tidak dijaga dengan baik hal ini akan merugikan Franchisor karena mengakibatkan ciri khas dari Franchise yang ada diketahui oleh pihak ketiga.

5. Asas Persamaan Hukum

Perjanjian bisnis waralaba hendaknya dibuat atas dasar kesamaan hak di depan hukum, baik bagi pemberi hak waralaba maupun penerima hak waralaba.

6. Asas Keseimbangan

Franchisor dinilai mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi namun *Franchisor* memikul pula beban untuk melaksanakan perjanjian itu dengan iktikad baik. Asas keseimbangan menekankan pada keseimbangan antara hak dan kewajiban dari para pihak secara wajar dengan tidak membebani salah satu pihak saja.

C. Elemen-elemen Pokok dalam *Franchise*

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

1. Per pemberi Waralaba (*Franchise*)

Yaitu badan usaha atau perorangan yang diberikan hak kepada pihak lain (*Franchise*) untuk memanfaatkan segala ciri khas usaha dan segala kekayaan intelektual seperti nama, merek dagang, dan sistem usaha yang dimilikinya

2. Penerima Waralaba (*Franchise*)

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

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

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

5. Adanya imbal prestasi dari *Franchisee* kepada *Franchisor* yang berupa *Franchisee Fee*, sebagai imbalan atas pemberian hak pemanfaatan dan penggunaan hak intelektual yang dimiliki oleh *Franchisor* yang dibayarkan hanya sekali untuk hak yang diperoleh *Franchisee*. Dan *royalty fee* merupakan kontribusi *fee* dari operasional usaha yang dibayarkan oleh *Franchisee* secara periodik kepada *Franchisor*, biasanya secara sebulan dari besarnya omzet penjualan.

6. Adanya standart mutu yang ditetapkan oleh *Franchisor* kepada *Franchisee*, biasanya tertuang dalam buku petunjuk operasional (*Operating Manuals*) yang berisikan metode untuk menjalankan bisnis *franchisee*, serta supervisi berkala dalam rangka mempertahankan mutu.
7. Adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh *Franchisor* kepada *Franchisee* guna meningkatkan keterampilan, yaitu pada penelitian awal, maupun pelatihan yang berkesinambungan.³¹

D. Jenis-jenis kegiatan *Franchise*

Dalam bentuknya sebagai bisnis, waralaba memiliki 2 jenis kegiatan:

1. Waralaba Produk dan Merek Dagang (*Product and Trade Franchise*)

Waralaba produk dan Merek Dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana. Dalam waralaba Produk dan Merek Dagang, pemberi waralaba (*Franchisor*) memberikan hak kepada penerima waralaba (*Franchisee*) untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba (*Franchisor*) yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba (*Franchisor*).³² Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya *Franchisor* mendapatkan suatu bentuk pembayaran *royalty* dimuka, dan selanjutnya *Franchisor* memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada *Franchisee*. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, Waralaba Produk dan Merek Dagang seringkali

³¹ Gunawan Widjaja, *Waralaba* (Cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 15

³² Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis; Waralaba*, (Jakarta, PT. RajaGrafindo Persada, 2003), cet.ke-3, 13

mengambil bentuk keagenan, distributor, atau lisensi penjualan.³³

2. Waralaba Format Bisnis

Waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang kepada pihak lain, lisensi tersebut memberikan hak kepada penerima Waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi Waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih menjadi terampil dalam bisnis dan untuk menjalankan dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.

Format bisnis ini terdiri atas:

a. Konsep bisnis yang menyeluruh.

Konsep ini berhubungan dengan pengembangan cara untuk menjalankan bisnis secara sukses yang seluruh aspeknya berasal dari *franchisor*. *Franchisor* akan mengembangkan suatu “cetak biru” sebagai dasar pengelolaan waralaba format bisnis tersebut.

b. Sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep *Franchisor*.

Franchisee akan diberikan pelatihan mengenai metode bisnis yang diperlukan untuk mengelola bisnis sesuai dengan cetak biru yang telah dibuat oleh *franchisor*. Pelatihan ini biasanya menyangkut pelatihan penggunaan peralatan khusus, metode pemasaran, penyiapan produk, dan penerapan proses.

³³ Gemala Dewi dkk, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta, Prenada Media Group, eds I, 2005), 188

- c. Proses dan bimbingan yang terus menerus dari *Franchisor*

Franchisor akan secara terus-menerus memberikan berbagai jenis pelayanan, yang berbeda-beda menurut tipe format bisnis yang diwaralabakan.

E. Aspek-aspek pembiayaan dalam *Franchise*

Aspek-aspek keuangan yang utama dalam bisnis *Franchise* terdiri atas dua biaya, yakni biaya waralaba awal (*Up-Front Fee* atau *Initial Franchise Fee*) dan royalti (*On Going Royalties*).

- 1) Biaya waralaba awal (*Up-Front Fee* atau *Initial Franchise Fee*) atau lazim disebut *feesaja*. Biaya ini dibebankan kepada *franchisee* untuk semua jenis jasa yang disediakan, termasuk biaya rekrutmen sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh *franchisor* untuk kepentingan *franchisee*.³⁴ Jumlah dan jangka waktu pembayaran awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik *franchisor* dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan dalam perjanjian.

Fee awal diperlukan oleh *franchisor* untuk membantu *franchisee*, dan terdiri dari :

- a. Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis *franchisee*.
- b. Pembuatan manual operasi untuk digunakan *franchisee*.
- c. Penyelenggaraan pelatihan awal (*Initial Training*) dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.

³⁴ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba; Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, (Yogyakarta, Pilar Humana, 2005), 55

- d. Biaya promosi atau periklanan, khususnya untuk promosi menjelang pembukuan perusahaan (*grand opening*) *franchisee*.
- e. Survei pemilikan atau seleksilokasi.

2) *Royalti*, Royalti sering juga disebut *uang waralaba terus-menerus*.

Uang tersebut merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan *franchisor*. Dalam praktiknya, uang tersebut dihitung dalam bentuk prosentase dari pendapatan kotor *franchisee*. Biaya royalti yang ditarik oleh *franchisor* secara rutin diperlukan untuk membiayai pemberian bantuan teknik, manajemen, atau promosi kepada *franchisee* secara berkelanjutan, selama kedua pihak terikat dalam perjanjian.

Umumnya dalam perjanjian waralaba, disebutkan bahwa *franchisee* membayar sejumlah biaya waralaba (royalti) kepada *franchisor* berdasarkan penjualan. Sedangkan besarnya *fee* awal royalti masing-masing perusahaan yang menganut waralaba memang berbeda-beda. Tidak semua jenis *fee* atau royalti disyaratkan *franchisor*. Setiap *franchisor* mempunyai kebijakan tersendiri dalam menentukan jenis *fee* atau royalti.

2. Hak dan Kewajiban *Fanchisor* dan *Franchisee*

A. Hak *Franchisor*

Dalam perjanjian waralaba, terdapat klausula yang mengatur hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba sebagaimana perjanjian pada umumnya. Adapun hak-hak pemberi waralaba antara lain: ³⁵

1. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
2. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba;
3. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja penerima waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
4. Sampai batas tertentu mewajibkan penerima waralaba, dalam hal-hal tertentu untuk membeli barang modal dan/atau barang-barang lainnya dari pemberi waralaba;
5. Mewajibkan penerima waralaba untuk menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen, cara penjualan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
6. Mewajibkan agar penerima waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau cara distribusi yang merupakan

³⁵ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 82-84

karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

7. Menerima pembayaran royalty (imbalan atas pemakaian merek barang/jasa, logo, hak cipta dan sebagainya yang merupakan milik dari franchisor) dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;
8. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba;
9. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
10. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
11. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, atau pun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan memperhatikan hak kekayaan intelektual, penemuan atau cirikhas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
12. Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif tidak menghapuskan hak pemberi waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan objek waralaba.

B. Kewajiban *Franchisor*

Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran.³⁶ Prospektus penawaran waralaba yang dimaksud memuat paling sedikit mengenai data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, daftar penerima waralaba dan hak serta kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.³⁷ Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.³⁸

Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba. Pemberi waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba.³⁹

Berkaitan dengan kewajiban-kewajiban tersebut di atas, pemberi waralaba juga berkewajiban memberikan pelayanan yang meliputi:⁴⁰

³⁶ Pasal 7 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

³⁷ Pasal 7 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

³⁸ Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

³⁹ Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁴⁰ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 82

1. Pedoman beroperasi dan pelayanan konsultasi kepada penerima waralaba;
2. Memberi bantuan kepada penerima waralaba dalam cara memperhatikan usaha yang telah dicapai serta sistem administrasinya;
3. Membuat merek dagang, bahan promosi, dan brosur-brosur dengan biaya yang telah disetujui bersama;
4. Mengiklankan dan mempromosikan, baik tingkat nasional maupun regional, dan lokal;
5. Mengutus supervisi untuk mengunjungi dan memeriksa sistem waralaba yang telah diberikan kepada penerima waralaba dalam hal sistem administrasi yang telah dilaksanakan;
6. Memberikan pelayanan penentuan lokasi usaha, sistem bisnis, persyaratan-persyaratan dan mendapatkan pembayaran penentuan lokasi usaha jika tidak pihak pemberi waralaba yang mempublikasikan kepentingan waralaba.

C. Hak *Franchisee*

Suatu franchise atau waralaba adalah suatu bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba yang dapat terwujud dalam bentuk.⁴¹

1. Hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dangan atau merek dagang tertentu.
2. Hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada

⁴¹ Marissa Vydia Awaluddin, *Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus*, Artikel pada Jurnal Lex Privatum, No. 1, Vol. 1, 2013

suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.

3. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.⁴²
4. Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan hak kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.⁴³
5. Penggunaan penyusunan desain, paten, cara kerja, perlengkapan, dan pengembangan produk pemberi waralaba.
6. Penggunaan penyusunan desain, paten, cara kerja, perlengkapan, dan pengembangan produk pemberi waralaba.

D. Kewajiban *Francisee*

Penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan hak kekayaan intelektual (HKI) atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.⁴⁴ Adapun kewajiban lain penerima waralaba sebagai berikut:⁴⁵

1. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan pemberi waralaba

⁴² Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 86

⁴³ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 86

⁴⁴ Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁴⁵ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002), 84-85

kepadanya guna melaksanakan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usahanya seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

2. Memberikan keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik;
3. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba;
4. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari pemberi waralaba;
5. Melaporkan segala pelanggaran hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba yang ditentukan dalam praktek;
6. Tidak memanfaatkan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan;
7. Melakukan pendaftaran waralaba;
8. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara

langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

9. Melakukan pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama;
10. Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperolehnya;
11. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
12. Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

3. Pendaftaran *Francisee*

Dalam melakukan pendaftaran waralaba, pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.⁴⁶Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberidan penerima waralaba.⁴⁷Pendaftaran prospektus penawaran waralaba dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.⁴⁸

Permohonan pendaftaran prospektus penawaran waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi legalitas usaha. Permohonan pendaftaran perjanjian waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi legalitas usaha; fotokopi perjanjian waralaba; fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/pengurus perusahaan. Permohonan pendaftaran waralaba diajukan kepada Menteri Perdagangan. Menteri Perdagangan menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) apabila permohonan pendaftaran Waralaba telah memenuhi persyaratan pendaftaran prospektus waralaba dan perjanjian waralaba. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Dalam hal perjanjian waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Proses permohonan dan

⁴⁶ Pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁴⁷ Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁴⁸ Pasal 10 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba tidak dikenakan biaya.⁴⁹

STPW dinyatakan tidak berlaku apabila: jangka waktu STPW berakhir; perjanjian waralaba berakhir; atau pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.⁵⁰

Permohonan STPW untuk pemberi waralaba berasal dari dalam negeri dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota setempat dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III A-2 Peraturan Menteri ini.⁵¹

Berkaitan dengan itu, Pasal 3 Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta menyebutkan, penyelenggaraan perizinan yang didelegasikan kepada Dinas Perizinan, satu diantaranya adalah Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Pemberi waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. Penerima waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba, apabila tidak didaftarkan maka dikenakan sanksi administratif berupa: peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua) minggu dihitung sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW; dan denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).⁵²

⁴⁹ Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁵⁰ Pasal 8 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

⁵¹ Pasal 14 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁵² Pasal 26 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Denda dikenakan kepada pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, dan penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri ditetapkan dengan Peraturan Daerah yang besarnya berpedoman pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Perdagangan.⁵³ Denda tersebut disetor ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah.⁵⁴ Pengerjaan denda dilaksanakan terhitung sejak batas waktu surat peringatan ke 3 (tiga) berakhir.⁵⁵

4. Waralaba dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

A. Konsep Ekonomi Islam

Kata “Ekonomi” secara etimologi berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *oikos* yang berarti rumah dan *nemein* yang berarti mengatur. Dengan demikian, ekonomi dapat diartikan sebagai ilmu yang mengatur rumah tangga.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia ekonomi diartikan sebagai ilmu mengenai asas-asas produksi, distribusi, dan pemakaian barang-barang serta kekayaan (seperti hal keuangan, perindustrian, dan perdagangan); pemanfaatan uang, tenaga, waktu dan sebagainya yang berharga; tata kehidupan perekonomian (suatu negara); urusan keuangan rumah tangga (organisasi, negara).

⁵³ Pasal 26 ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

⁵⁴ Pasal 26 ayat (5) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁵⁵ Pasal 26 ayat (6) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

Secara istilah M. Abdullah al-Farabi mengemukakan definisi ekonomi Islam sebagaimana dikutip oleh Ibrahim Lubis sebagai sekumpulan dasar-dasar umum ekonomi yang disimpulkan dari al-Quran dan as-Sunnah, dan merupakan bangunan perekonomian yang didirikan diatas dasar-dasar tersebut sesuai dengan lingkungan dan masyarakat.⁵⁶

Sebagaimana telah disebutkan di atas, bahwa sistem ekonomi Islam dalam aktifitasnya sangat menitikberatkan pada nilai-nilai yang terkandung dalam ajaran Islam. Oleh karena itu, setiap pelaku ekonomi, baik individu, masyarakat, maupun pemerintah dalam aktifitas ekonomi mengharuskan adanya kepatuhan terhadap peraturan-peraturan atau norma-norma yang diatur oleh Islam.

Tujuan dari adanya ekonomi Islam yaitu untuk mewujudkan kehidupan masyarakat yang adil dan sejahtera. Menurut Umer Chapra tujuan dari ekonomi paling tidak menyangkut empat hal yang ditetapkan dalam *maqasid syari'ah*, yaitu :

- a. Pemenuhan kebutuhan pokok
- b. Sumber-sumber pendapatan yang terhormat
- c. Pertumbuhan dan stabilitas.⁵⁷

Implikasi tersebut tertuang dalam tiga aspek pokok filsafat ekonomi Islam yang harus diyakini oleh setiap pelaku bisnis muslim dalam memenuhi keinginannya, yang terdiri dari:

1. Dunia ini, semua harta dan kekayaan sumber-sumber adalah milik Allah dan menurut kehendak Nya, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT :

⁵⁶ Ibrahim Lubis, *Ekonomi Islam; Suatu Pengantar*, (Jakarta, Kalam Mulia, 1994), 245

⁵⁷ Umer Chapra, *Islam dan Tantangan Ekonomi*, (Jakarta Gema Insani Press dan Tazkia Institut, 2000), 212-215

“Kepunyaan Allah-lah kerajaan langit dan bumi dan apa ada di dalamnya; dan Dia Maha Kuasa atas segala sesuatu”. (al-Maidah/5:120)

Asas ini berimplikasi pada status kepemilikan menurut Islam, dimana hak manusia atas barang dan jasa itu terbatas, ia hanya berhak mengurus dan memanfaatkan alam semesta untuk kelangsungan hidup manusia dan lingkungannya sesuai dengan kehendak dan ketentuan Allah sebagai pemilik dan pencipta alam semesta, hal ini berarti manusia hanya memiliki hak khilafat bukan absolut.

2. Allah itu Esa, pencipta segala mahluk dan semua yang diciptakan tunduk kepada Nya. Salah satunya ialah manusia yang memiliki hak dan kewajiban. Semua manusia sama, tidak berkelas-kelas, sedangkan perbedaannya ialah pada ketakwaan dalam perbuatan amal shalehnya. Sedangkan ketidakmerataan karunia nikmat dan kekayaan sumber-sumber ekonomi kepada perorangan maupun bangsa adalah kuasa Allah pula. Implikasi dari asas ini ialah antara manusia terjalin persamaan dan persaudaraan dalam kegiatan ekonomi, saling membantu, dan kerjasama dalam kegiatan bidangekonomi.
3. Beriman kepada hari pengadilan (kiamat).Ini merupakan asas yang penting dalam ekonomi Islam, karena dengan keyakinan itu, tingkah laku ekonomi manusia akan terkendali, sebab ia sadar bahwa perbuatannya akan dimintai pertanggungjawaban oleh Allah, termasuk harta yang diamanatkanNya.

Secara umum tujuan bisnis yang dilakukan pada saat ini biasanya bertujuan untuk mencapai *profit*, yang merupakan penghasilan (*revenue*) atas *Coast* atau

biaya yang harus dikorbankan oleh pelaku, dengan *profit* ini dapat digunakan sebagai alat dan sarana antara lain untuk memajukan dan makin membesarnya bisnis di masa datang serta dapat meningkatkan kesejahteraan *stake holder* yang terlibat dalam mendukung kegiatan bisnis yang bersangkutan.

Tujuan lainnya adalah menciptakan kesejahteraan bagi semua pihak yang terlibat dalam memberikan dukungan terhadap kegiatan bisnis, dengan adanya kegiatan bisnis secara logis dikonsepsikan bahwa semua pihak memperoleh manfaat baik ekonomi, finansial, sosial, dan budaya. Sehingga masyarakat luas akan memperoleh tingkat kesejahteraan yang tinggi.

Namun untuk mencapai tujuan-tujuan tersebut, dibutuhkan lebih dari sekedar konsep maupun materi, tetapi juga etika atau moral agama yang dapat menuntun manusia untuk melakukan kegiatan ekonomi sesuai dengan ajaran Islam. Abdul Mannan menerjemahkannya ke dalam prinsip-prinsip dasar muamalah, diantaranya:

- a. Pelaku ekonomi harus jujur dan tidak melakukan sumpah palsu.
- b. Berlaku adil dan benar dalam penakaran
- c. Mempunyai I'tikad baik dalam bertransaksibisnis.⁵⁸

⁵⁸ M. Abdul Mannan, *Ekonomi Islam Teori dan Praktek*, (Yogyakarta, PT. Dana Bhakti Prima Yasa, 1997), 288-289

B. Syarat dan Rukun Transaksi (Akad)

Akad adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syarak yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada objeknya. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan, sedang kabul adalah pernyataan pihak kedua yang menerimanya.⁵⁹ Akan dipandang telah terjadi jika memenuhi rukun dan syaratnya. Secara etimologi akad adalah ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi. Adapun waralaba (*Franchisee*) kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan *nisbah* yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.⁶⁰ Dalam Al-Qur'an, setidaknya ada 2 (dua) istilah yang berhubungan dengan perjanjian, yaitu al-'aqdu (akad) dan al-'ahdu (janji). Pengertian akad secara bahasa adalah ikatan, mengikat. Dikatakan ikatan (al-rabth) maksudnya adalah menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satunya pada yang lainnya hingga keduanya bersambung dan menjadi seutas tali yang satu.⁶¹

Kata *al'-aqdu* terdapat dalam Surat Al- Maidah Ayat 1 menjelaskan manusia diminta untuk memenuhi akadnya. Menurut Fathurrahman Djamil, istilah *al'-aqdu* ini dapat disamakan dengan istilah verbintenis (perikatan) dalam KUHPerduta. Sedangkan istilah *al-'ahdu* dapat disamakan dengan istilah perjanjian atau *overeenkomst*, yaitu suatu pernyataan dari seseorang untuk mengerjakan atau tidak untuk mengerjakan sesuatu yang tidak berkaitan dengan

⁵⁹ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), 65.

⁶⁰ Pasal (20) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

⁶¹ Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqih Muamalah Kontekstual*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2002), 75

orang lain.⁶²

Rukun akad adalah ijab dan kabul. Adapun syaratnya yang menyangkut rukun akad, ada yang menyangkut objeknya dan ada pula yang menyangkut subjeknya.⁶³Rukun akad tersebut adalah sebagai berikut:⁶⁴

- a. Orang yang berakad ('aqid), contoh: penjual dan pembeli. Al-aqid adalah orang yang melakukan akad. Keberadaannya sangat penting karena tidak akan pernah terjadi akad manakala tidak ada aqid;
- b. Sesuatu yang diakadkan (ma'qud alaih), contoh: harga atau barang. (Al-Ma'qud Alaih) adalah objek akad atau benda-benda yang dijadikan akad yang bentuknya tampak dan membekas. Barang tersebut dapat berbentuk harta benda, seperti barang dagangan, benda bukan harta seperti dalam akad pernikahan, dan dapat pula berbentuk suatu kemanfaatan seperti dalam masalah upah-mengupah dan lain-lain;
- c. Shighat, yaitu ijab dan kabul. Shighat akad adalah sesuatu yang disandarkan dari dua belah pihak yang berakad, yang menunjukkan atas apa yang ada di hati keduanya tentang terjadinya suatu akad. Hal ini dapat diketahui dengan ucapan, perbuatan, isyarat, dan tulisan.

Syarat yang menyangkut rukunnya sebagaimana diuraikan di atas, para fukaha mazhab Hanafi membagi syarat-syarat yang disertakan dalam akad menjadi tiga macam, yaitu syarat yang sah, syarat yang rusak dan syarat yang batal. Syarat dipandang sah, apabila sesuai dengan tujuan akad, menguatkan tujuan akad, diizinkan syarak atau sejalan dengan ketentuan 'urf. Misalnya dalam

⁶² Fatrurrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syari'ah dalam Kompilasi Hukum Perikatan oleh Darus Badruzaman, et.al*, (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001), 247-248

⁶³ Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, (Yogyakarta: UII Press, 2000), 77.

⁶⁴ Rachmat Syafie'I, *Fiqih Muamalah*, (Surakarta: Pustaka Setia, 2016), 65-66.

akad jual beli, penjual memberikan syarat supaya harga dibayar dulu sebelum menerima barang. Syarat seperti ini dipandang sah karena sejalan dengan tujuan akad. Bila dalam akad jual beli pihak pembeli meminta tempo pembayaran kemudian, penjual boleh memberi syarat minta jaminan barang dari pihak pembeli. Guna menguatkan tujuan akad, dalam akad jual beli dibenarkan adanya syarat boleh khiyar, baik bagi penjual atau pembeli, untuk melangsungkan atau mengurungkan akad dalam waktu tertentu, karena hal ini diizinkan syarak.⁶⁵

Syarat dipandang rusak apabila tidak memiliki ketentuan-ketentuan tersebut di atas, yaitu tidak sesuai dengan tujuan akad, tidak menguatkan tujuan akad, tidak diizinkan syarak atau tidak merupakan '*urf*' yang berlaku dalam masyarakat, meskipun memberikan manfaat kepada salah satu pihak yang melakukan akad atau kepada pihak ketiga.⁶⁶

Syarat dipandang batal apabila tidak memenuhi ketentuan-ketentuan syarat yang sah dan tidak mendatangkan manfaat bagi siapapun.

⁶⁵ Rachmat Syafie'I, *Fiqih Muamalah*, (Surakarta: Pustaka Setia, 2016), 110

⁶⁶ Rachmat Syafie'I, *Fiqih Muamalah*, (Surakarta: Pustaka Setia, 2016), 111

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian Data

Jenis penelitian ini adalah yuridis empiris, yaitu penelitian yang dilakukan baik studi kepustakaan maupun studi lapangan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari berbagai peraturan perundang-undangan, literatur, jurnal serta bahan-bahan pendukung lain seperti makalah dan jurnal. Sedangkan studi lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan sekunder yang diperoleh langsung dari lapangan. Cara pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier. Penelusuran bahan hukum tersebut dapat dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun melalui media internet.⁶⁷

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis, yaitu penelitian yang berusaha untuk menuturkan pemecahan permasalahan yang ada sekarang berdasarkan data-data, jadi ia menyajikan data, menganalisa dan menginterpretasi. Dengan tujuan untuk memberi gambaran dan informasi yang akurat dari berbagai sumber serta untuk menghasilkan kesimpulan yang mendukung pembahasan.⁶⁸

⁶⁷ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013), 160

⁶⁸ Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung, PT. Remaja Kosda Karya, 1997), cet.ke-8, 6

B. Pendekatan Penelitian

Secara keseluruhan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, karena penulis melakukan penelitian mengenai Transaksi *Franchisor* terhadap *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, sehingga sebagian besar data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka.

C. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah kantor dari Tokkebi Snack's Malang yang berada di Perumahan Griyashanta Blok K 204 Kecamatan Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur

D. Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian empiris ini berasal dari data primer dan data sekunder, yakni data yang langsung diperoleh dari masalah melalui wawancara dan observasi untuk penelitian kualitatif serta kepustakaan

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan subyek penelitian (responden)
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan.

Adapun teknik penulisan skripsi ini merujuk pada buku pedoman penulisan skripsi dan karya ilmiah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Tahun 2015.

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian empiris ini dengan pendekatan kualitatif adalah wawancara dan dokumentasi.

- a. Wawancara adalah proses tanya jawab dalam sebuah penelitian yang berlangsung secara lisan antara dua orang atau lebih bertatap muka dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang dirancang untuk memperoleh jawaban-jawaban yang relevan dengan masalah penelitian.
- b. Dokumentasi adalah data yang digunakan untuk mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, majalah, agenda, transkrip, buku dan lain sebagainya.

F. Metode Pengolahan Data

Metode pengolahan data kualitatif pada penelitian ini dengan menguraikan data dalam bentuk kalimat yang teratur, runtun, logis, tidak tumpang tindih, dan efektif sehingga memudahkan pemahaman dan interpretasi data. Pengelolaan data dilakukan melalui beberapa tahap yakni; pemeriksaan data (*editing*), klasifikasi (*classifying*), verifikasi (*verifying*), analisis (*analysing*) dan pembuatan kesimpulan (*concluding*).

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu sebuah metode analisis data dengan menyajikan data secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif, yaitu data yang diperoleh dikualifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian kemudian diuraikan dengan cara menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian disusun secara sistematis sehingga memperoleh suatu gambaran yang jelas dan lengkap sehingga dihasilkan suatu kesimpulan yang dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah. Pengolahan bahan dilakukan dengan cara melakukan seleksi data sekunder atau bahan hukum, kemudian melakukan klasifikasi menurut penggolongan bahan hukum dan menyusun data hasil penelitian secara sistematis.⁶⁹

⁶⁹ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, (Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013), 181

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's Malang Perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

1. Profil Usaha Tokkebi Snack's Malang Sebagai *Franchisee*

Tokkebi Snack's Malang dalam hal ini yang berkantor di Perumahan Griyashanta blok K Nomor 204, Lowokwaru Kota Malang Jawa Timur. Jumlah outlet Tokkebi Snack's Malang hingga saat ini ada 70 outlet yang tersebar diberbagai daerah yakni, Malang, Surabaya, Jakarta, Bekasi, Tangerang, Bandung, Jember, Sengkang, Madiun, Lamongan, Blitar, Semarang, Pandaan, Batu, Gresik serta menjadi *brand* penjualan produk sejenis terbesar di Indonesia dengan jumlah outlet yang tersebar di Indonesia. Tokkebi Snack's Malang merupakan usaha yang bergerak dibidang kuliner, produk dari Tokkebi Snack's Malang merupakan *street food* yang ada di Negara Korea yang kemudian dipadukan dengan bumbu dan rempah yang sesuai dengan kearifan lokal Indonesia.⁷⁰

Tokkebi Snack's Malang berada di bawah naungan CV. Karya Rasa Mandiri yang menjalin supervisi dengan Baba Rafi Enterprise berdiri sejak tahun 2018 di Malang dengan Pak Yasir Sani dan Mbak Kurnia sebagai Owner memiliki Visi dan Misi berupa.

⁷⁰ <https://tokkebisnacks.business.site/> , diakses pada tanggal 5 November 2019

Visi : Mengkolaborasikan makanan dunia dengan kesederhanaan citarasa rempah indonesia dengan penuh inovasi dan berdaya jual tinggi yang berkelanjutan.

Misi :

1. Mengutamakan kualitas dalam segala hal pelayanan dan produk yang ada di Tokkebi Snack's
2. Inovasi produk makanan Tokkebi Snack's Modern
3. Memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan
4. Sistem perekrutan yang ketat untuk menghasilkan SDM yang berkualitas
5. Mencari suplier hingga tingkat produsen untuk menekan harga HPP (Harga Pokok Penjualan)

Sebagaimana pasal (3) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Tokkebi Snack's Malang memiliki kriteria yang harus dipenuhi sebagai berikut :

- 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, sejak penelitian ini dibuat sudah dilakukan pendaftaran dan masih dalam proses menunggu hasil.

2. Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* Usaha Tokkebi Snack's Malang

Dalam hal ini Tokkebi Snack's Malang sebagai obyek penelitian memiliki hak khusus dalam menjalankan bisnis yakni dengan sistem waralaba, yaitu diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dengan Penerima Waralaba (*Franchisee*) dengan memperhatikan hukum Indonesia. Hal itu disampaikan Yasir dalam kuipan wawancara sebagaiberikut:

*“Mulai Desember 2018 Tokkebi Snack's Malang ada Franchisee yang mana ada mitra atau orang lain menjalankan usaha dengan brand ini, dengan menjalankan apa-apa yang sudah disepakati di dalam perjanjian.”.*⁷¹

Hal ini sesuai dengan apa yang ada di dalam Pasal (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan 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. Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) jika ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.⁷²

⁷¹ Yasir Sani, wawancara (Malang, 22 Oktober 2019)

⁷² Pasal (4) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Perjanjian Waralaba sendiri diatur di dalam Pasal (5) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang memuat klausula paling sedikit :

- a. *Nama dan alamat para pihak;*
- b. *Jenis Hak Kekayaan Intelektual*, dalam hal ini adalah *Brand* Tokkebi Snack's Malang
- c. *Kegiatan usaha*, yakni usaha kuliner street food yang berasal dari Negara Korea yang sudah dipadukan dengan lidah orang Indonesia
- d. *Hak dan kewajiban para pihak*, dalam hal ini hak dan kewajiban tertuang dalam MoU atau perjanjian tertulis antara *Franchisor* dengan *Franchisee* dengan sangat detail, adapun dalam garis besar yaitu :

Kewajiban Franchisor :

1. Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.⁷³
2. Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada poin 1 memuat paling sedikit mengenai : data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba;⁷⁴

⁷³ Pasal (7) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁷⁴ Pasal (7) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

3. Memberikan fasilitas sesuai jenis paket yang disepakati
4. Memberikan pelatihan terhadap mitra waralaba, pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.⁷⁵
5. Memberikan konseling pengembangan bisnis
6. Mencantumkan dalam beberapa iklan lokal atau nasional
7. Menjalankan semua prestasi yang ada di dalam MoU

Kewajiban *Franchisee*:

1. Membayar Royalti Fix Rp. 400.000 setiap bulan kepada *Franchisor*
2. Mencari Lokasi Penjualan dan Pegawai Operasional
3. Membeli bahan baku utama dari Tokkebi Snack's Malang berupa :
 - Tepung,
 - Kotak Kemasan (packaging)
 - Mozarella
 - Kentang
 - Sosis
 - Extra Saus
4. Memiliki tempat penyimpanan bahan baku (freezer box)

⁷⁵ Pasal (8) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

5. Menanggung ongkos kirim booth ke kota mitra
6. Mengikuti seluruh SOP yang berlaku untuk operasional, pelayanan dan perlakuan bahan baku.
7. Melaporkan Hasil Penjualan ke Pusat sebagai bahan evaluasi

Hak *Fanchisor* :

1. Menerima pembayaran Royalti dari mitra waralaba
2. Menerima laporan hasil penjualan dari setiap outlet
3. Menerima pembelian bahan baku dari mitra Waralaba

Hasil wawancara penulis dengan Uul Ma'rifah salah satu mitra waralaba Tokkebi Snack's Malang mengenai hak yang didapat sebagai mitra waralaba sebagai berikut :

“Di Tokkebi Snack's Malang ini saya mendapat banyak mas, selain apa yang saya dapat dari paket yang saya ikuti, mitra waralaba mendapatkan pelatihan, bimbingan serta dibantu dalam hal promosi..”⁷⁶

Hak *Franchisee* :

1. Menerima Fasilitas sesuai paket yang diikuti
2. Menerima Pelatihan
3. Menerima Bimbingan konseling gratis untuk pengembangan bisnis
4. Menerima bantuan promosi/iklan lokal atau nasional

⁷⁶ Uul Ma'rifah, *Wawancara* (25 Oktober 2019)

e. *Bantuan, fasilitas*, dalam hal fasilitas terdapat dua jenis paket yang bisa dipilih oleh mitra waralaba yakni paket Reguler Silver dan paket Reguler Gold, paket Reguler Silver (Rp. 30.000.000/Outlet) meliputi :⁷⁷

1. Booth/Stand dengan ukuran 60x 150 x 210 cm
2. Bahan baku untuk 150 porsi pertama
3. Neon box
4. Peralatan masak (Kompor, penggorengan, dll)
5. Pelatihan
6. Seragam
7. Roll banner
8. Publikasi/Iklan lokal dan nasional

Adapun paket Reguler Gold (Rp. 35.000.000/Outlet) meliputi :⁷⁸

1. Booth ukuran 200 x 140 x 210 cm
2. Bahan baku untuk 200 porsi pertama
3. Neon box
4. Peralatan masak (Kompor, penggorengan, dll)
5. Pelatihan
6. Seragam
7. Roll banner
8. Publikasi

bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;

⁷⁷ Yasir Sani, wawancara (Malang, 22 Oktober 2019)

⁷⁸ Yasir Sani, wawancara (Malang, 22 Oktober 2019)

f. *Wilayah Usaha*, sebagaimana hasil wawancara dengan Kurnia selaku owner Tokkebi Snack's Malang dan juga istri dari Yasir Sani :

*“Untuk tempat, pihak mitra mas yang bertanggung jawab serta biaya akomodasi dibebankan kepada mitra waralaba..”*⁷⁹

Jadi dalam hal ini untuk tempat usaha menjadi tanggung jawab mitra waralaba atau penerima waralaba (*Franchisee*) serta biaya pengiriman fasilitas yang dibutuhkan (akomodasi) dari kantor pusat yang ada di Perum Griyashanta Blok K Nomor 204 Lowokwaru Malang menjadi tanggung jawab penerima waralaba (*Franchisee*);

g. *Jangka waktu perjanjian*, Hal ini disampaikan oleh Yasir Sani dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

*“di dalam perjanjian waralaba Tokkebi Snack's Malang waktu paling pendek adalah 5 tahun”*⁸⁰

h. *Tata cara pembayaran imbalan*, hal ini disampaikan oleh Yasir Sani dalam kutipan wawancara sebagai berikut:

*“di dalam MoU disebutkan nominal imbalan atau royalti yang harus dipenuhi oleh pihak penerima waralaba (Franchisee) yakni Rp. 400.000/per bulan, diharapkan dengan adanya patokan harga royalti mampu menumbuhkan semangat para penerima waralaba untuk terus berkembang dalam memasarkan produk”*⁸¹

i. *Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris*, hal ini bisa dilakukan sesuai MoU atas persetujuan atau konfirmasi para pihak. Perjanjian Waralaba yang dibuat sebelum ditetapkan Peraturan Pemerintah ini harus didaftarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1) yaitu Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian Waralaba. Pendaftaran

⁷⁹ Kurnia, *Wawancara* (Malang, 22Oktober 2019)

⁸⁰ Yasir Sani, *wawancara* (Malang, 22 Oktober 2019)

⁸¹ Yasir Sani, *wawancara* (Malang, 22 Oktober 2019)

sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 1 (satu) tahun sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.⁸²

- j. *Penyelesaian sengketa*, didalam menjalankan usaha para pihak dituntut untuk memenuhi setiap apa apa yang ada di dalam MoU dan SOP agar terjadi kesinambungan dan keharmonisan antara pemberi dan penerima waralaba, dalam hal ini MoU dan SOP berlaku sebagai *legal standing* bagi para pihak, sehingga ketika terjadi suatu sengketa maka kembali ke MoU dan SOP
- k. *Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian*, dalam hal ini perpanjangan dilakukan setelah kontrak habis (5 tahun), serta pengakhiran dan pemutusan perjanjian dilakukan dengan berbagai pertimbangan yang sudah tertera detail di MoU.

Perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha waralaba.⁸³

Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba. Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa

⁸² Pasal (19) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁸³ Pasal (6) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.⁸⁴

3. Pembinaan dan Pengawasan

Sebagai warga Negara Republik Indonesia, sudah selayaknya mendapatkan perhatian dari pemerintah dalam urusan bisnis dan usaha berupa pembinaan dan pengawasan. Hal itu disampaikan oleh Yasir Sani dalam kutipan wawancara sebagai berikut:

“... kalau pembinaan kita sering seperti mengikuti event-event yang diadakan oleh pemerintah”.

Sebagaimana pada pasal (14) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba bahwasanya Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan Warlaba.

Adapun pembinaan yang dimaksud adalah pembinaan berupa :⁸⁵

- a. Pendidikan dan pelatihan Waralaba;
- b. Rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
- c. Rekomendasi untuk mengikuti pameran Waralaba baik di dalam negeri dan luar negeri;
- d. Bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
- e. Penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik; dan/atau
- f. Bantuan perkuatan permodalan

⁸⁴ Pasal (9) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁸⁵ Pasal (14) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Adapun Menteri melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Waralaba. Menteri dapat melakukan koordinasi dengan instansi terkait dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana yang dimaksud sebelumnya.⁸⁶

4. Sanksi

Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administratif bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam **Pasal 8** : Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan, **Pasal 9** : (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh Pemberi Waralaba (2) Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba, dan/atau **Pasal 11** : (1) Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian Waralaba. (2) Pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.

Adapun sanksi yang dimaksud berupa :⁸⁷

- a. peringatan tertulis;
- b. denda; dan/atau

⁸⁶ Pasal (15) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁸⁷ Pasal (16) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

c. pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

Sanksi yang berupa administrasi atau tertulis dapat dikenakan kepada pemberi waralaba dan penerima waralaba yang melanggar ketentuan yang dimaksud dalam pasal 8, pasal 9 dan/atau pasal 11. Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud tersebut dapat diberikan paling banyak 3 (tiga) kali dalam tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan sebelumnya diterbitkan.⁸⁸

Adapun sanksi administratif berupa denda dapat dikenakan kepada pemberi waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 : (1) Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba. (2) Pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat satu dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.⁸⁹

Sanksi Administratif berupa denda juga dapat dikenakan kepada penerima waralaba yang tidak melakukan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.

⁸⁸ Pasal (17) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁸⁹ Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

Sanksi administratif denda sebagaimana yang dimaksud di atas dikenakan paling banyak Rp. 100.000.000,00 (Seratus Juta Rupiah).⁹⁰

Adapun untuk Sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud poin (c) diatas dikenakan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.⁹¹ Hal tersebut sesuai dengan apa yang disampaikan Yasir Sani di dalam kutipan wawancara sebagai berikut :

*“Sedangkan di dalam Usaha Tokkebi Snack’s Malang merupakan suatu kewajiban bagi Franchisor untuk melakukan pembinaan terhadap mitra waralabanya/Franchisee”.*⁹²

⁹⁰ Pasal (18) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁹¹ Pasal (18) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁹²Yasir Sani, wawancara (Malang, 22 Oktober 2019)

B. Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's Malang Perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES)

Adapun transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's Malang adalah suatu sistem pendistribusian barang atau *brand* kepada mitra waralaba, hal ini disampaikan Yasir Sani dalam kutipan wawancara sebagai berikut:

*“Dimana pemilik produk atau merk memberikan hak kepada perseorangan atau sekelompok orang untuk melaksanakan bisnis dengan brand Tokkebi Snack's Malang serta prosedur yang telah kita tetapkan sebelumnya dalam jangka waktu minimal 5 tahun.”*⁹³

Bila diperhatikan dari bentuk transaksi/perjanjian yang dilakukan dalam waralaba Tokkebi Snack's Malang dalam perspektif Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dapat dikemukakan bahwa, perjanjian ini sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*Syirkah*), *syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan *nisbah* yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.⁹⁴ Karena syarat *syirkah* yang berupa ucapan (*ijab dan Qabul*), Pihak yang berkontrak, dan Obyek berkontrak (modal dan kerja) merupakan beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam perjanjian waralaba. Hal ini dapat kita pahami dengan adanya perjanjian waralaba antara *Franchisor* dan *Franchisee* maka terbentuk hubungan kerjasama untuk waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.

⁹³ Yasir Sani, wawancara (Malang, 22 Oktober 2019)

⁹⁴ Pasal (20) Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam Usaha Tokkebi Snack's Malang merupakan suatu perjanjian yang bertimbang balik karena baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi yang terdapat di dalam MoU. Dalam waralaba sendiri diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan ketelitian. Hal ini sangat sesuai dengan rukun dan syarat akad secara umum menurut hukum Islam yaitu adanya subyek perikatan, obyek perikatan, tujuan perikatan, *Ijab* dan *Qabul*.

Islam telah membenarkan seorang muslim untuk menggunakan hartanya, baik itu dilakukan dalam bentuk kerjasama. Oleh karena itu Islam membenarkan kepada mereka yang memiliki modal untuk mengadakan usaha dalam bentuk *syirkah*, apakah itu berupa perusahaan ataupun perdagangan dengan rekannya.⁹⁵

Istilah *syirkah* dalam Al-Quran antara lain terdapat dalam Q.S. Shaad (38):24 :

Artinya :

"...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"...

Pelaksanaan *syirkah* dalam Islam juga didasari kepada hadits yang diriwayatkan dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah SAW bersabda :

⁹⁵ M. Yusuf Qardawi, *Halal dan Haram dalam Islam*, (Surabaya: Bina Ilmu, 1993), 375.

Artinya :

“Aku ini ketiga dari dua orang yang berserikat, selama salah seorang mereka tidak mengkhianati temannya. Apabila salah seorang telah mengkhianati temannya aku keluar dari antara mereka.” (Riwayat Abu Daud)⁹⁶

Macam-macam *syirkah* dapat digolongkan menjadi 3, *syirkah* dapat dilakukan dalam bentuk *syirkah amwal*, *syirkah abdan*, dan *syirkah wujuh*⁹⁷

1. *Syirkah al-Amwal* adalah perseikatan antara dua pihak pemodal atau lebih dalam usaha tertentu dengan mengumpulkan modal bersama dan membagi keuntungan dan resiko kerugian berdasarkan kesepakatan. Pasal 146 KHES menjelaskan “Dalam kerjasama modal, setiap anggota *syirkah* harus menyertakan modal berupa uang tunai atau barang berharga”. Dalam Pasal 147 KHES dijelaskan pula “Apabila kekayaan anggota yang akan dijadikan modal *syirkah* bukan berbentuk uang tunai, maka kekayaan tersebut harus dijual dan/atau dinilai terlebih dahulu sebelum melakukan akad kerjasama”.
2. *Syirkah al-Inan* adalah perserikatan dimana posisi dan komposisi pihak-pihak yang terlibat di dalamnya adalah sama, baik dalam hal modal, pekerjaan maupun dalam hal keuntungan maupun resiko kerugian. Pasal 173 KHES menjelaskan (1) *Syirkah inan* dapat dilakukan dalam bentuk kerjasama modal sekaligus kerjasama

⁹⁶ Sayyid Sabiq, *Fikih Sunnah Jilid 13*, (Bandung: PT Al-Ma’arif, 1987), 194

⁹⁷ Pasal 134 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah

keahlian dan atau kerja. (2) Pembagian keuntungan dan atau kerugian dalam kerjasama modal dan kerja ditetapkan berdasarkan kesepakatan.

3. *Syirkah al-A'mal* atau *syirkahabdan* adalah perserikatan dua pihak pekerja atau lebih untuk mengerjakan suatu pekerjaan. Hasil atau upah dari pekerjaan tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama. Pasal 148 KHES menjelaskan (1) Suatu pekerjaan mempunyai nilai apabila dapat dihitung dan diukur. (2) Suatu pekerjaan dapat dihargai dan dinilai berdasarkan jasa dan atau hasil. Pasal 150 KHES dijelaskan pula (1) Suatu akad kerjasama-pekerjaan dapat dilakukan dengan syarat masing-masing pihak mempunyai keterampilan untuk bekerja. (2) Pembagian tugas dalam akad kerjasama-pekerjaan, dilakukan berdasarkan kesepakatan.

Adapun di dalam pasal 135 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah dijelaskan bahwa *syirkah amwal* dan *syirkah abdan* dapat dilakukan dalam bentuk *syirkah 'inan*, *syirkah mufawwadhah*, dan *syirkah mudharabah*. Bila diperhatikan dari keterangan di atas, bahwa perjanjian waralaba Tokkebi Snack's Malang merupakan akad *syirkah mudharabah*.

Syirkah mudharabah adalah perserikatan antara pihak pemilik modal dengan pihak yang ahli dalam berdagang atau pengusaha, dimana pihak pemodal menyediakan seluruh modal kerja. Dengan demikian mudharabah dapat dikatakan sebagai *syirkah* antara modal satu pihak dan pekerjaan pada pihak lain. Keuntungan dibagi berdasarkan kesepakatan, sedangkan kerugian ditanggung oleh

pihak pemodal.⁹⁸Dalam Pasal 139 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) disebutkan:

- a. Kerjasama dapat dilakukan antara pemilik modal dengan pihak yang mempunyai keterampilan untuk menjalankan usaha.
- b. Dalam kerjasama mudharabah, pemilik modal tidak turut serta dalam menjalankan perusahaan.
- c. Keuntungan dalam kerjasama mudharabah dibagi berdasarkan kesepakatan dan kerugian ditanggung hanya oleh pemilik modal.

Dalam melaksanakan suatu perikatan Islam harus memenuhi rukun dan syarat yang sesuai dengan hukum Islam. Rukun adalah suatu unsur yang merupakan bagian yang tak terpisahkan dari suatu perbuatan atau lembaga yang menentukan sah atau tidaknya perbuatan tersebut dan ada atau tidak adanya sesuatu itu. Secara umum rukun dan syarat *syirkah* ada tiga, yaitu:⁹⁹

- a. *Sighat* atau *ijab qabul*, yaitu ungkapan yang keluar dari masing-masing kedua belah pihak yang bertransaksi yang menunjukkan kehendak untuk melaksanakannya.
- b. Orang yang berakad yaitu dua belah pihak yang melakukan transaksi. *Syirkah* tidak sah kecuali dengan adanya kedua pihak ini. Disyaratkan bagi keduanya adanya kelayakan melakukan transaksi yaitu *baligh*, berakal, pandai dan tidak dalam pengampuan.
- c. Objek akad yakni modal dan pekerjaan yaitu modal pokok *syirkah*. Ini bisa berupa harta ataupun pekerjaan. Modal *syirkah* ini harus ada,

⁹⁸ Ghufroon A. Mas'adi, *Fiqih Muamalat Kontekstual*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 195.

⁹⁹ Dimyauddin Djuwaini, *Pengantar Fiqh Muamalah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2008), 213

maksudnya adalah harta tersebut bukanlah harta terhutang atau harta yang tidak diketahui karena tidak dapat dijalankan sebagaimana yang menjadi tujuan *syirkah*, yaitu mendapatkan keuntungan.

Dalam Ensiklopedia Hukum Islam, ulama fiqih mengemukakan beberapa hal yang dapat membatalkan atau menunjukkan berakhirnya akad *syirkah* secara umum yaitu:

- a. Salah satu pihak mengundurkan diri, karena menurut ahli fiqih akad *syirkah* itu tidak bersifat dalam arti boleh dibatalkan.
- b. Salah satu pihak yang berserikat meninggal dunia.
- c. Salah satu pihak kehilangan kecakapannya dalam bertindak hukum, seperti gila yang sulit disembuhkan.
- d. Salah satu pihak murtad (keluar dari agama Islam) dan melarikan diri ke negeri yang berperang dengannegeri muslim karena orang seperti ini dianggap sebagai sudah wafat.

Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa Transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang ini tidak bertentangan dengan ketentuan waralaba/*syirkah* di dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, karena obyek perjanjian Waralaba 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. Selain itu bisnis waralaba ini pun mempunyai manfaat yang cukup bagus dan berperan dalam meningkatkan pengembangan usaha kecil dan menengah di Negara kita, apabila kegiatan waralaba tersebut

hingga pada derajat tertentu dapat mempergunakan barang-barang hasil produksi dalam negeri maupun untuk melaksanakan kegiatan yang tidak akan merugikan kepentingan dari pengusaha kecil dan menengah tersebut. Sehingga dari segi kemaslahatan usaha waralaba ini juga bernilai positif sehingga dapat dibenarkan menurut hukum Islam.

Pada dasarnya, sistem (waralaba) merupakan sistem yang baik untuk belajar bisnis bagi *franchisee*, jika suatu saat berhasil dengan hasil yang memuaskan maka selanjutnya dapat mendirikan usaha sendiri atau bahkan membangun bisnis baru.

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis (*moral hazard*) Filter tersebut adalah dengan komitmen menjauhi 6 (enam) pantangan, yakni:¹⁰⁰

1. *Maysir*, yaitu segala bentuk spekulasi judi (*gambling*) yang mematikan sektor riil dan tidak produktif.
2. *Gharar*, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
3. *Haram*, yaitu obyek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.
4. *Riba*, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman.

¹⁰⁰ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, 2005), 199-200

5. *Iktikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permaian harga
6. *Sarf*, (Spekulasi) yaitu pertukaran dua jenis barang berharga atau jual beli uang dengan uang disebut juga Valas untuk mencari keuntungan.

Dalam masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, sudah sepantasnya hukum dan norma syariah Islam, serta rambu-rambu untuk menjauhi pantangan mewarnai interaksi dan transaksi dalam kegiatan bisnis waralaba, sehingga terbentuklah suatu sistem bisnis waralaba yang islami.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang transaksi *franchisor* dan *franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang perspektif Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pelaksanaan transaksi *franchisor* dan *franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang memiliki hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang dibangun atas dasar perjanjian. Hubungan tersebut dituangkan dalam suatu bentuk perjanjian yang disebut dengan perjanjian Waralaba/kemitraan. Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*Franchisor*) dan penerima waralaba (*Franchisee*) dapat ditandai dengan dua hal, berupa pemberian lisensi penggunaan merek dagang milik *franchisor* berupa Tokkebi Snack's Malang dan kewajiban membayar *fee* atau royalti oleh *franchisee* atau penerima waralaba kepada pemberi waralaba atas pemberian hak tersebut. Hal demikian sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Apabila timbul sengketa diantara kedua belah pihak akibat dari perjanjian ini akan diselesaikan secara musyawarah dan mufakat. Apabila dalam musyawarah untuk mufakat tersebut tidak berhasil mencapai kesepakatan maka kedua belah pihak akan menyelesaikan secara hukum yaitu dengan jalur pengadilan dengan menjadikan perjanjian sebagai *legal standing*.

2. Perjanjian/transaksi *franchisor* dan *franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerja sama (*syirkah*), sebagaimana yang tertuang di dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) hal ini disebabkan karena syarat *syirkah* yang berupa ucapan (*ijab* dan *Qabul*), pihak yang berkontrak, dan objek kontrak (modal dan kerja) merupakan beberapa syarat yang harus dipenuhi dalam transaksi *Franchisor* dan *Franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang, serta adanya unsur saling ridha dan kepercayaan antara pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Transaksi *franchisor* dengan *franchisee* dalam usaha Tokkebi Snack's Malang tidak bertentangan dengan syariat Islam. Sehingga menjadikan perjanjian tersebut sah menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Hukum Islam) maupun Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (Hukum Islam). Karena di dalam perjanjian Waralaba tersebut tidak mengandung unsur *gharar*, *maysir*, *sharf*, *riba*, *ihtikar*, dan terhindar dari obyek akad yang tidak halal atau haram. Dan adanya surat perjanjian tertulis, yang didalamnya terdapat aturan – aturan yang jelas dan harus ditaati oleh kedua belah pihak dengan disertai materai dengan jangka waktu yang telah disepakati, yang mana mempunyai kekuatan hukum tetap.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut :

1. Dalam pelaksanaan perjanjian antara pelaku usaha agar unsur-unsur pokok perjanjian, hak dan kewajiban untuk saling memperhatikan dan saling memberikan keuntungan yang seimbang dan melaksanakan peraturan yang telah berlaku,
2. Tokebi Snack's Malang semoga lebih kreatif dan inovatif lagi dalam mengembangkan bisnis waralaba di bidang kuliner. Dengan meningkatkan sumber daya yang ada, sehingga nantinya dapat menjadi usaha waralaba teladan yang dapat dijadikan panutan bagi usaha waralaba yang lainnya,
3. Bagi para pelaku usaha waralaba/ *franchise* muslim di Indonesia pada khususnya, agar dapat menerapkan prinsip bisnis waralaba yang islami. Dengan menerapkan tata cara ataupun prosedur yang ada dengan prinsip *syariah* sehingga bukan hanya keuntungan di dunia saja yang didapatkan, tapi keuntungan akhirat juga.