

## **BISNIS WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARI'AH**

Suryati Dzuluqy

Email: dzuluqy@gmail.com

S-2 Hukum Ekonomi Syari'ah UIN Sunan Gunung Djati Bandung

### **ABSTRAK**

Bisnis Waralaba (*Franchise*) merupakan salah satu jenis bisnis kontemporer yang menawarkan, sekaligus menjanjikan keuntungan. Pada satu sisi, terdapat ketentuan-ketentuan hukum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah untuk menertibkan kegiatan bisnis waralaba (*franchise*) tersebut. Namun pada sisi lain, untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perlu dikaji kejelasan dari bisnis waralaba (*franchise*) tersebut dipandang dari sudut Hukum Ekonomi Syari'ah. Ijtihad sebagai sumber hukum Islam ketiga memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi segala permasalahan di era globalisasi ini, termasuk menentukan hukumnya bisnis waralaba (*franchise*) berdasarkan Hukum Ekonomi Syariah.

Kata kunci: Bisnis Waralaba, hukum ekonomi Syariah

### **ABSTRACT**

Franchise Business is one type of contemporary business that offers, while promising profits. On the one hand, there are legal provisions issued by government authorities to curb the franchise business activities. But on the other hand, to protect the Indonesian people who are predominantly Muslim, it is necessary to study the clarity of the franchise business from the standpoint of Islamic economic law; *ijtihad* as the third source of Islamic law provides an opportunity for the development of Islamic thought in dealing with all problems in this era of globalization, including determining the law of a franchise business based on sharia economic law.

Keywords: Franchise business, Sharia economic law

### **Pendahuluan**

Hukum Islam adalah hukum Allah swt yang menciptakan alam semesta ini, termasuk manusia di dalamnya. Dalam Al-Qur'an dan Al-Hadis serta pada hukum Allah yang tersirat dan tersembunyi di balik lafaz atau kata-kata. di dalam al-Qur'an dan al-Hadis itulah *ijtihad* manusia yang memenuhi syarat berperan tanpa batas mengikuti dan mengarahkan perkembangan masyarakat manusia, menentukan hukum dan mengatasi berbagai masalah yang timbul sebagai akibat perkembangan zaman, ilmu, dan teknologi yang diciptakannya.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>H. Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004), h. 124.

Ijtihad sebagai sumber hukum Islam ketiga memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi segala permasalahan di era globalisasi ini. Berbagai jenis bisnis baru telah muncul dan menyebar ke seluruh penjuru dunia, termasuk ke negeri kita Indonesia. Salah satu jenis bisnis baru yang ditawarkan yang juga menjanjikan keuntungan yang berlipat ganda adalah waralaba (*franchise*).

Pada satu sisi, terdapat ketentuan-ketentuan hukum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah untuk menertibkan kegiatan bisnis waralaba tersebut. Namun pada sisi lain, untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perlu dikaji kejelasan hukum dari bisnis waralaba tersebut dipandang dari sudut hukum ekonomi Syari'ah.

Makalah ini bertujuan untuk menganalisis bisnis waralaba dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

### **Sejarah Waralaba**

Konsep waralaba atau franchise muncul sejak 200 tahun sebelum Masehi. Saat itu seorang pengusaha Cina memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merk tertentu.<sup>2</sup> Sebenarnya waralaba dengan pengertian yang kita kenal saat ini berasal dari Amerika Serikat. Di Amerika Serikat waralaba mulai dikenal ketika perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Sistem waralaba di Amerika Serikat pertama kali dimulai pada tahun 1851. Pada mulanya sistem ini berupa pemberian lisensi bagi penggunaan nama pada industri minuman (coca cola), kemudiann berkembang pada sistem pemasaran pada industri mobil (General-Motors). Kemudian sistem waralabainidikembangkan oleh produsen bahan bakar, yang memberikan hakwaralaba kepada pemilik pom bensin sehingga terbentuk jaringan peyediaan untuk memenuhi suplai bahan bakar dengan cepat.<sup>3</sup>

Setelah Perang Dunia II, di Amerika Serikat berkembang sistem waralaba generasi kedua, yang disebut sebagai entire business franchising. Dalam sistem yang semakin berkembang ini, ikatan perjanjian tidak lagi hanya mengenai satu aspek produksi, tetapi cenderung meliputi seluruh aspek pengoperasiaan perusahaan pemberi waralaba. Pemberi waralaba (*franchisor*) membawa satu paket prestasi kepada penerima waralaba (*franchisee*) berupa bentuk atau dekorasi tempat usaha, konsep kebijakan perusahaan, dan sistem manajemen dan organisasi perusahaan.

---

<sup>2</sup>Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), h. 1

<sup>3</sup>*Ibid.*

Franchisor mengarahkan dan “meleburkan” *franchisee* ke dalam suatu sistem yang telah franchisor tetapkan.<sup>4</sup> Setelah berakhirnya Perang Dunia II, tepatnya pada tahun 60-70an, waralaba mengalami booming di Amerika Serikat.

### **Pengertian Waralaba**

Waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilage*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh franchisor kepada pihak independen atau franchisee untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.<sup>5</sup>

Sejak diberlakukannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, terutama dalam pasal 1 butir 1. Waralaba diartikan sebagai 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.<sup>6</sup>

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 12/M-dag/Per/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, ditegaskan bahwa waralaba (*Franchisee*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI ini juga dijelaskan bahwa pemberi waralaba (*franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>7</sup>

---

<sup>4</sup>*Ibid.*, h. 2.

<sup>5</sup>*Ibid.*, h. 6.

<sup>6</sup>Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba*, pasal 1 butir 1.

<sup>7</sup>Adrian Sutedi, *op.cit.* h. 12

Sedangkan secara umum, yang dimaksud dengan perjanjian waralaba (*Franchise*) adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis di bidang perdagangan/jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu/saat/jam operasional, pakaian, dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang / jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang/jasa milik dagang *franchisor*.<sup>8</sup>

Dari pengertian di atas, tampak adanya dua pihak dalam Perjanjian Waralaba ini, yaitu pemberi waralaba (*Franchisor*) dan penerima waralaba (*Franchisee*). Yang dimaksud dengan *Franchisor* adalah pihak atau para pihak yang memberikan izin kepada pihak lain (*Franchisee*) untuk menggunakan kekhasan usaha dan spesifikasi (ciri pengenal) bisnis miliknya. Sedangkan yang dimaksud dengan *Franchisee* adalah pihak atau para pihak yang mendapat izin atau lisensi *franchisee* dari pihak *franchisor* untuk menggunakan kekhasan usaha atau spesifikasi usaha *franchisor* tersebut.

Pada dasarnya *Franchise* adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. *Franchisor* dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor*. *Franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar jumlah uang berupa *initial fee* dan *royalty*.<sup>9</sup>

Dengan demikian pada prinsipnya, penyelenggaraan waralaba tidak jauh berbeda dengan pembukaan kantor cabang. Hanya saja, dalam pembukaan kantor cabang segala sesuatu didanai dan dikerjakan sendiri, sedangkan pada waralaba penyelenggaraan perluasan usaha didanai dan dikerjakan oleh pihak lain yang dinamai *franchisee* atas risiko dan tanggung jawabnya sendiri, dalam bentuk usaha sendiri, tetapi sesuai dengan arahan dan instruksi serta petunjuk *franchisor*. Pada sisi lain, waralaba juga tidak berbeda jauh dari bentuk distribusi dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Hanya saja distributor menyeleenggarakan sendiri kegiatan penjualannya, sedangkan dalam bisnis waralaba, *franchisee* melaksanakan segala sesuatunya berdasarkan arahan atau petunjuk atau instruksi yang telah ditetapkan oleh *franchisor*.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup>Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam* (Jakarta: Sinar Grafika, 2000), h. 174.

<sup>9</sup>Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, 2005), h. 194.

<sup>10</sup>Adrian Sutedi, *op.cit.*, h. 13

Menurut Jetro K. Libermanm dan George J. Siedel, bahwa waralaba mempunyai unsur-unsur sebagai berikut:

1. Franchisee merupakan perjanjian timbal balik antara franchisor dengan franchisee
2. Franchisee berkewajiban membayar fee kepada franchisor
3. Franchisee diizinkan menjual dan mendistribusikan barang dan/jasa menurut cara yang telah ditentukan franchisor atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki franchisor
4. Franchisee menggunakan merk nama perusahaan.<sup>11</sup>

Waralaba dapat dibedakan dalam dua bentuk, yaitu waralaba produk dan merek dagang (*product and trade franchise*) dan Waralaba Format Bisnis (*business format franchise*).<sup>12</sup> Waralaba Produk dan Merek Dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana. Dalam waralaba produk dan merek dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba. atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba mendapatkan suatu bentuk pembayaran *royalty* di muka, dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, waralaba produk dan merek dagang sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor, atau lisensi penjualan. Contoh dari bentuk ini, misalnya dealer mobil (Auto 2000 dari Toyota) dan stasiun pompa bensin (Pertamina).

Sedangkan, waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang 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 menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya. Waralaba format bisnis ini terdiri atas:

1. Konsep bisnis yang menyeluruh dari Pemberi Waralaba
2. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep Pemberi Waralaba
3. proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus dari pihak Pemberi Waralaba

Dalam bisnis *franchise* ini, yang dapat diminta dari *franchisor* oleh *franchisee* adalah:

---

<sup>11</sup>*Ibid.*, h. 14

<sup>12</sup>Suharnoko, *op.cit.*, h. 83.

1. *Brand name* yang meliputi logo, peralatan, dan lain-lain. *Franchisor* yang baik juga memiliki aturan mengenai tampilan/*display* perwakilan toko (*shopfront*) dengan baik dan detail
2. Sistem dan manual operasional bisnis. Setiap *franchisor* memiliki standar operasi yang sistematis, praktis serta mudah untuk diterapkan, dan mestinya juga tertuang dalam bentuk tertulis
3. Dukungan dalam beroperasi. Karena *franchisor* memiliki pengalaman yang lebih luas serta sudah membina banyak *franchisees*, dia seharusnya memiliki kemampuan untuk memberi dukungan bagi *franchisee* yang baru.
4. Pengawasan (*monitoring*). *Franchisor* yang baik melakukan pengawasan terhadap *franchisee* untuk memastikan, bahwa sistem yang disediakan dijalankan dengan baik dan benar serta secara konsisten
5. Penggabungan promosi / *joint promotion*. Ini berkaitan dengan unsur pertama yaitu masalah sosialisasi *brand name*.
6. Pemasokan. Ini berlaku bagi *franchise* tertentu, misalnya *franchise* bagi makanan dan minuman di mana *franchisor* juga merupakan *supplier* bahan makanan/minuman. Kadang-kadang *franchisor* juga memasok mesin-mesin atau peralatan yang diperlukan. *Franchisor* yang baik biasanya ikut membantu *franchisee* untuk mendapatkan sumber dana modal dari investor (*fund supply*) seperti bank misalnya, meskipun itu jarang sekali.<sup>13</sup>

Pada umumnya, *franchisee* perlu membayar *initial fee* yang sifatnya sekali bayar, atau kadang-kadang sekali untuk sekali periode tertentu, misalnya 5 tahun. Di atas itu, biasanya *franchisee* membayar *royalty* atau membayar sebagian dari hasil penjualan. Variasi lainnya adalah *franchisee* perlu membeli bahan pokok atau peralatan (*capital goods*) dari *franchisor*. **W hukumonline.co**

#### **Dasar Hukum Waralaba<sup>14</sup>**

1. Pengaturan Waralaba Sebelum Berlakunya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba

Perjanjian waralaba mengacu pada Buku III Kitab Undang-Undang Perdata, khususnya dalam pasal 1320 dan pasal 1338 KUHPerdata, sehingga perjanjian dapat dibenarkan selama diadakan secara sah tidak bertentangan dengan Undang-Undang kesusilaan.

2. Pengaturan Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba.

---

<sup>13</sup>Gemala Dewi, *op.cit.*, h. 195.

<sup>14</sup>Adrian Sutedi, *op.cit.*, h. 26.

Peraturan Pemerintah ini dilahirkan untuk mengembangkan kegiatan waralaba sebagai upaya memperluas kesempatan kerja dan dalam upaya memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba terutama dalam pengaturan, pembinaan dan pengembangan waralaba.

Dalam Perjanjian Waralaba dikenal adanya kompensasi. Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta oleh Pemberi Waralaba. Yang pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*), dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk moneter (*indirect and non monetary compensation*).

Yang termasuk dalam *direct monetary compensation* adalah *lump sum payment*, dan *royalty*. *Lump sum payment* adalah suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima waralaba pada saat persetujuan pemberian waralaba disepakati untuk diberikan oleh penerima waralaba. Sedangkan, *royalty* adalah jumlah pembayaran yang dikaitkan dengan suatu presentasi tertentu yang dihitung dari jumlah produksi dan atau penjualan barang dan atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan Perjanjian Waralaba, baik yang disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah *royalty* tertentu atau tidak.

Yang termasuk dalam *indirect and nonmonetary compensation*, meliputi antara lain keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang modal atau bahan mentah, yang merupakan satu paket dengan pemberian waralaba, pembayaran dalam bentuk dividen ataupun bunga pinjaman dalam hal Pemberi Waralaba juga turut memberikan bantuan finansial, baik dalam bentuk ekuitas atau dalam wujud pinjaman jangka pendek maupun jangka panjang, *cost shifting* atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh Pemberi Waralaba, perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh penerima lisensi, dan lain sebagainya.

Kompensasi yang diizinkan dalam waralaba menurut Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997, hanyalah imbalan dalam bentuk *direct monetary compensation*. Ketentuan pasal 2 Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997, menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, dengan ketentuan bahwa Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Pasal 3 ayat 1 Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 selanjutnya menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar, sekurang-kurangnya mengenai:

- a. Nama pihak Pemberi Waralaba, berikut mengenai kegiatanberikut mengenai kegiatan usahanya; Keterangan mengenai Pemberi Waralaba menyangkut

identitasnya, antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat Pemberi Waralaba, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selamamenjalankan waralaba keterangan mengenai Penerima Waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.

- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba ; Persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba, antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu.
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba ; Keterangan mengenai prospek kegiatan waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang proyek yang dimaksud
- e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba ; Bantuan atau fasilitas yang diberikan, antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan, dan pedoman kerja.
- f. Pengakhiran, pembatalan pengakhiran, pebatalah, dan perpanjangan Perjanjian Waralaba, serta hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan Perjanjian Waralaba. Selanjutnya Pemberi Waralaba oleh Peraturan Pemerintah ini diwajibkan memberikan waktu yang cukup kepada Penerima Waralaba untuk meneliti dan mempelajari informasi-informasi yang disampaikan tersebut secara lebih lanjut

### 3. Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah ini menggantikan Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba. Lahirnya Peraturan ini dilandasi upaya Pemerintah meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruhn Indonesia sehingga erlu mendorongpengusaha nasional, terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai franchisor nasional yang andal dan mempunyai daya saing di dalam egeri dan luar negeri khususnya dalam memasarkan produk dalam negeri.

Keberadaan Peraturan Pemerintah ini sangat penting untuk membatasi maraknya peluang bisnis atau waralaba yang eksistensi usahanya belum terbukti. Dengan Peraturan ini diharapkan mampu menjamin hak-hak franchisee yang telah menanamkan modalnya menertibkan peluang bisnis yang tidak layak usaha. Dalam Pasal 10 berisi pemberi waralaba dan penerima waralaba harus mendaftarkan usahanya ke Departemen Perdagangan paling lambat satu tahun sejak Peraturan Pemerintah ini diberlakukan. Apabila permohonan telah memenuhi syarat. Surat tanda pendaftaran waralaba berlaku lima tahun dan dapat diperpanjang, proses ini tidak dipungut biaya. Bila tidak mendaftarkan akan dikenai sanksi administrasi berupa denda Rp. 100 juta atau pencabutan STPUW.



4. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Pasal 1 angka 4 Peraturan Menteri Perdagangan ini, menjelaskan bahwa pemberian waralaba dapat dilakukan dengan pemberian hak lebih lanjut kepada penerima waralaba utama untuk mewaralabakannya kembali kepada penerima waralaba lanjutan. Pada prakteknya disebut dengan istilah *master franchisee*. Sedangkan dalam pasal 5 disebutkan, bahwa pemberi waralaba wajib memberikan keterangan tertulis mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada penerima waralaba. Sebelum membuat perjanjian lanjutan, penerima waralaba utama wajib memberitahukan secara tertulis dengan dokumen otentik kepada penerima waralaba lanjutan bahwa penerima waralaba utama memiliki hak atau izin membuat perjanjian waralaba lanjutan. Perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima waralaba diatur dalam pasal 5 dan pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

**Manfaat dan Keunggulan Serta Kelemahan Sistem Waralaba<sup>15</sup>**

Sistem waralaba sebagai strategi perluasan dari suatu usaha yang telah berhasil dan ingin bermitra dengan pihak ketiga yang serasi dan ingin berusaha sendiri, selain memberi keuntungan kepada pelaku usaha tersebut (Pemberi dan Penerima waralaba) juga memberikan manfaat yang lebih luas dalam dunia perekonomian. Anang Sukandar, Ketua Asosiasi Franchise Indonesia dalam seminar di Universitas Gajah Mada, 2 Oktober 2004 mengemukakan, bahwa ada beberapa manfaat luas dari sistem usaha waralaba, yakni:

1. Menggiatkan perekonomian
2. Menciptakan lapangan pekerjaan
3. Secara konsisten menjaga mutu/ produk/jasa yang ditawarkan.
4. Memberi pemerataan kesempatan pada semua pihak.<sup>16</sup>

Dijelaskan pula oleh Anang Sukandar dalam bukunya yang berjudul *Franchising di Indonesia*, bahwa keunggulan dari pola *franchise* dapat dilihat dari peningkatan efektivitas dan efisiensi dari operasinya melalui jaringan yang terbentuk dan mendapatkan efek skala ekonomi, karena pembelian dalam partai besar, berpromosi dan memasarkan dalam skala yang besar pula.

---

<sup>15</sup>*Ibid.*, h. 127.

<sup>16</sup>Murnia Ismail, *Paper Franchise (Studi Kasus Carrefour)*, <https://murniaismail.blogspot.co.id> (diakses tanggal 16 November 2017).

Tabel 1.1 Keuntungan dan Kelemahan Waralaba

Keuntungan Waralaba	Kelemahan Waralaba
a) Manajemen bisnis telah terbangun	a) Sangat terikat dengan supplier
b) Sudah dikenal masyarakat	b) Ketergantungan pada reputasi waralaba lain
c) Manajemen finansial yang lebih mudah	c) Biaya waralaba
d) Dukungan dan keamanan yang lebih kuat	d) Pemotongan keuntungan (royalty,pajak)

### **Kendala Bisnis waralaba**

Terdapat beberapa kendala yang sering menimpa usaha waralaba, di antaranya:<sup>17</sup>

#### 1. Kendala pada suplai Bahan Baku

Dalam bisnis *franchise*, umumnya bahan baku produksi ditetapkan dan diseragamkan oleh pemilik franchisor, misalnya bumbu yang mesti diambil dari produsen khusus ataupun dari franchisor itu sendiri. Semuanya bertujuan supaya setiap gerai memiliki standar produk sama. Berkaitan dengan hal itu tidak jarang muncul permasalahan:

- a. Berupa keterlambatan pengiriman, sehingga secara langsung mengganggu kinerja produksi *franchise*. Keterlambatan tersebut bisa dikarenakan banyak faktor, baik dari faktor perusahaan ekspedisi atau dari karyawan pemasok.
- b. Penerapan harga yang terlampau tinggi, padahal dipasaran bebas juga tersedia bahan yang sama dengan harga yang jauh lebih murah.

#### 2. Masalah pada Reputasi Merk

Jika banyak gerai, maka merk harus sama

#### 3. Transisi Pergantian pemilik

#### 4. Kendala dari internal

- a. Kurang serius dalam menjalankan usaha waralaba, karena merupakan sampingan dari pekerjaan utama
- b. Pengaturan sumber daya karyawan

---

<sup>17</sup>Tasbihul Mamnun, *4 Masalah Yang Sering Menimpa Bisnis Franchise Waspadalah*, dalam <https://www.maxmanroe.com>, (diakses tanggal 04 Juni 2017)

### **Penyelesaian Perselisihan Perjanjian Waralaba**

Dalam sistem hukum Indonesia memang belum ada suatu ketentuan hukum yang secara khusus mengatur tentang penyelesaian perselisihan dalam perjanjian waralaba dan pilihan forum penyelesaiannya. Para pihak dapat menyelesaikan secara musyawarah. Apabila musyawarah tidak berhasil, biasanya para pihak melanjutkan ke pihak ketiga. Upaya melalui pihak ketiga tersebut dapat berupa konsiliasi untuk mengembalikan keadaan seperti semula atau upaya melalui arbitrase maupun pengadilan untuk memperoleh suatu putusan final yang mengikat kedua belah pihak.<sup>18</sup>

Adanya pelanggaran oleh pihak ketiga terkait Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang dilisensikan dalam kontrak waralaba. Kewenangan tersebut dapat dilaksanakan oleh penerima waralaba dengan syarat kontrak waralaba tersebut harus terlebih dahulu dicatatkan pada Direktorat Jenderal HKI dan diumumkan dalam berita Resmi Merek dan Rahasia dagang. Khusus untuk kontrak waralaba pada kegiatan usaha makanan dan minuman HKI yang terkait adalah Merek dan Rahasia Dagang. Pada perkara Merek, gugatan diajukan oleh Penerima Waralaba kepada pihak ketiga yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang telah dilisensikan dalam kontrak waralaba. Hal ini diatur dalam Pasal 77 Undang-Undang RI No. 15 Tahun 2001, bahwa gugatan atas pelanggaran Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 76 dapat diajukan oleh penerima Lisensi Merek terdaftar baik secara sendiri maupun berasama-sama dengan pemilik Merek yang bersangkutan. Dalam pasal 76 Undang-Undang RI No. 15 Tahun 2001 ditentukan:<sup>19</sup>

- (1) Pemilik Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis berupa :
  - a. Gugatan ganti rugi, dan/atau
  - b. Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut.
- (2) Gugatan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga.

Berdasarkan ketentuan tersebut, gugatan oleh penerima waralaba kepada pihak ketiga yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah dilisensikan dalam kontrak waralaba merupakan kewenangan absolut dari Pengadilan Niaga untuk menyelesaikannya.

---

<sup>18</sup>Adrian Sutedi, *op.cit.*, h. 145.

<sup>19</sup>Kevin Kogin, "Aspek Hukum Kontrak Waralaba pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2 No. 2, 2013.

### **Analisis Bisnis Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah**

Dilihat dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan dalam waralaba (*franchise*) dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerja sama (*syarikah*). Hal ini disebabkan oleh karena dengan adanya perjanjian *franchise* itu, secara otomatis antara *franchisor* dengan *franchisee* terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerja sama tersebut dimaksud untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak.

Dalam hal ini bisnis waralaba tergolong *syirkah inan*, yaitu kerja sama antara dua orang atau lebih dalam permodalan untuk melakukan suatu usaha bersama dengan cara membagi untung atau rugi sesuai dengan jumlah modal masing-masing.<sup>20</sup> dan keuntungan dengan sistem mudharabah atau bagi hasil.

Subtansi akad yang mendekati dengan akad ijarah, yaitu perpindahan kepemilikan manfaat Hak Kekayaan Intelektual dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan suatu imbalan dalam batas waktu tertentu. Obyek kontrak yang berupa Hak Kekayaan Intelektual, kalau dilihat dari sudut hukum Islam menyangkut masalah hak cipta dalam sistem waralaba yang meliputi merek dagang atau jasa, logo, sistem operasional bisnis yang terpadu yang menjadi ciri khas usaha pemberi waralaba. dapatlah dirumuskan hal-hal sebagai berikut : Pertama, perjanjian dalam bisnis. Dalam waralaba diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Hal ini sangat sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut hukum Islam yaitu adanya subyek perikatan (*al-'aqidain*), obyek perikatan (*Mahallul 'Aqd*), tujuan perikatan (*maudhu'ul 'aqd*) dan ijab dan kabul (*sighat al-'aqd*), serta larangan transaksi *gharar* (ketidakjelasan).

Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal. Hal tersebut dikarenakan perjanjian waralaba disyaratkan untuk dibuat secara tertulis. Hal ini diperlukan sebagai bentuk perlindungan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam Perjanjian Waralaba. Hal ini sesuai dengan Asas Tertulis (*kitabah*) yang terdapat dalam QS. Al-Baqarah (2): 282. Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha ataupun waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Sistem Waralaba (*Franchise*) ini tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama 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.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup>Mardani, *Fiqh Ekonomi Syariah* (Jakarta: Kencana, 2013), h. 225.

<sup>21</sup>Adrian Sutedi, *op.cit.*, h. 42.

Selain itu bisnis waralaba ini pun mempunyai manfaat yang cukup 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 *franchise* (waralaba) merupakan sistem yang baik untuk belajar bagi *franchisee*, jika suatu saat berhasil dapat melepaskan diri dari *franchisor* karena biaya yang dibayar cukup mahal dan selanjutnya dapat mendirikan usaha sendiri atau bahkan membangun bisnis *franchise* baru yang Islami.

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 tujuh pantangan MAGHRIB, yakni:<sup>22</sup>

- 1) *Maysir*, yaitu segala bentuk spekulasi judi (*gambling*) yang mematikan sektor riil dan tidak produktif.
- 2) *Asusila*, yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
- 3) *Gharar*, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
- 4) *Haram*, yaitu obyek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.
- 5) *Riba*, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman.
- 6) *Ihtikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
- 7) *Berbahaya*, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan kemaslahatan.

Waralaba merupakan salah satu dari hak atas kekayaan intelektual. Dalam hukum syariah, hal tersebut juga ditegaskan dalam Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor I/Munas VII/UI/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual. Landasan hukum HKI diisyaratkan dalam QS An-Nisa: 29<sup>23</sup>

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا

‘Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan

---

<sup>22</sup>*Ibid.*

<sup>23</sup>*Ibid.*, h. 43.

suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.<sup>24</sup>

Di samping itu didasarkan pula pada kaidah fiqh:

الضرر يزال

‘Kemadharatan harus dihilangkan.’<sup>25</sup>

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

Bisnis waralaba di Indonesia baik yang diatur dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, maupun Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 12 Tahun 2006, tidak bertentangan dengan hukum ekonomi Syariah, dilihat dari tiga sudut pandang:

1. Waralaba sebagai bentuk kerja sama bisnis, secara substansial merupakan aplikasi perpaduan teori akad *syirkah ‘inan* dan akad ijarah. Waralaba sebagai kemitraan bisnis, dimana pihak pemberi waralaba bermodalkan Hak Kekayaan Intelektual dan tenaga ahli bisnis, masing-masing bersepakat untuk berbagi hasil dan resiko sesuai dengan kualitas dan kuantitas beban kerja atau kewajiban masing-masing. Gabungan jenis modal yang beragam dan berbagi hasil serta resiko yang beragam pula merupakan aplikasi dari akad *syirkah ‘inan*.
2. Dalam kontrak waralaba, dimana pihak pemberi waralaba memberikan izin (*Lisensi*) kepada penerima waralaba untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan atau menggunakan hak kekayaan intelektual sebagai imbalannya penerima waralaba membayar sejumlah *fee* kepada pemberi waralaba, hal ini merupakan akad ijarah.<sup>26</sup>
3. Objek kontrak bisnis waralaba yang berupa Hak kekayaan intelektual atau penemuan/ciri usaha milik pemberi waralaba yang dimanfaatkan atau digunakan oleh penerima waralaba dalam menjalankan usaha bisnis atas izinnya dengan diimbangi pembayaran sejumlah *fee* dipandang sah menurut hukum Islam. Manfaat hak kekayaan intelektual yang meliputi hak cipta, merk dagang atau jasa, logo sistem dan metode bisnis yang merupakan karakteristik usaha bisnis dipandang oleh hukum Islam sebagai kategori harta yang dimanfaatkan oleh orang lain, atas izinnya, maka untuk menjaga eksistensinya harus mendapatkan perlindungan hukum dari Pemerintah. Tindakan Pemerintah membuat Undang-

---

<sup>24</sup>Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemahnya* (Jakarta: Ditjen Bimas Islam, 2009), h. 107-108.

<sup>25</sup>A. Djazuli, *Kaidah-Kaidah Fikih* (Jakarta: Kencana, 2006), h. 67.

<sup>26</sup>Aam Amiruddin, *Al-Qur’an Tajwid Warna Al-Mu’asir* (Bandung: Khazanah Intelektual, 2015), h. 83.

Undang HAKI tidak bertentangan dengan kaidah hukum Islam, dalam hal ini adalah dihubungkan dengan kemaslahatan.

Untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, kegiatan bisnis waralaba (*franchise*) di samping harus mengacu pada ketentuan-ketentuan hukum umum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah, juga harus mengacu pada ketentuan-ketentuan Islam.

Adanya gugatan atas pelanggaran pihak ketiga terhadap Hak Kekayaan Intelektual, dimana gugatan tersebut dilakukan oleh Penerima Waralaba kepada pihak ketiga yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang telah dilisensikan dalam kontrak waralaba merupakan kewenangan absolut dari Pengadilan Niaga.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan di atas dapat disimpulkan, bahwa perjanjian waralaba (*franchise*) dipandang dari perspektif hukum ekonomi Syariah merupakan pengembangan dari *syarikah* (kerja sama), *kitabah* (asas tertulis) sebagai bentuk perlindungan terhadap kedua belah pihak, *syirkah* (asas penghargaan) sebagai bentuk penghargaan terhadap Hak Kekayaan Intelektual, serta sesuai dengan larangan transaksi *gharar* (ketidakjelasan) yaitu adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Dengan demikian, sistem waralaba (*franchise*) ini tidak bertentangan dengan syariah Islam, sepanjang bidang usaha bisnis waralaba (*franchise*) dan sistem serta mekanisme kerjasamanya sesuai dengan prinsip Syariah dan terhindar dari segala pantangan syariah dalam bisnis waralaba (*franchise*) tersebut.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Mohammad Daud. *Hukum Islam: Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2004.
- Amiruddin, Aam. *Al-Qur'an Tajwid Warna Al-Mu'asir*, Bandung: Khazanah Intelektual, 2015.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Jakarta: Ditjen Bimas Islam, 2009.
- Dewi, Gemala. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, 2005.
- Djazuli, A. *Kaidah-Kaidah Fikih*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Ismail, Murnia. *Paper Franchise (Studi Kasus Carrefour)*, dalam <https://murniaismail.blogspot.co.id>, (diakses tanggal 16 November 2017)

- Kogin, Kevin. "Aspek Hukum Kontrak Waralaba pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman," *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 2 No. 2, 2013.
- Lubis, Suhrawardi K. *Hukum Ekonomi Islam*, 2000, Jakarta: Sinar Grafika, 2000.
- Mamnun, Tasbihul. *4 Masalah yang Sering Menimpa Bisnis Franchise Waspadalah*, dalam <https://www.maxmanroe.com>, diakses tanggal 04 Juni 2017
- Mardani. *Fiqh Ekonomi Syariah*, Jakarta: Kencana, 2013.
- MUI. *Keputusan Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. I/Munas VII/UI/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual*.
- Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba*
- Republik Indonesia, Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
- Sutedi, Adrian. 2008, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.