

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis merupakan bagian dari kegiatan ekonomi dan mempunyai peranan yang sangat vital dalam rangka memenuhi kebutuhan manusia. Kegiatan bisnis mempengaruhi semua tingkat kehidupan manusia baik individu, sosial, regional, nasional maupun internasional. Setiap hari jutaan manusia melakukan kegiatan bisnis sebagai produsen, perantara maupun sebagai konsumen. Kegiatan perdagangan, pelaku usaha atau pebisnis dan konsumen (pemakai barang dan jasa) sama-sama mempunyai kebutuhan dan kepentingan. Pelaku usaha harus memiliki tanggung jawab terhadap konsumen, karyawan, pemegang saham, komunitas dan lingkungan dalam segala aspek operasional perusahaan.

Perkembangan kegiatan bisnis dan perdagangan secara bebas sangat berpengaruh terhadap penggunaan Hak kekayaan Intelektual. Penggunaan hak kekayaan intelektual telah memperbesar peluang-peluang usaha dengan menggunakan mekanisme perlindungan terhadap pemilik gagasan usaha bisnis tersebut. Salah satu peluang usaha yang memiliki mekanisme dan memperoleh perlindungan hak kekayaan intelektual yang sangat pesat perkembangannya di Indonesia saat ini adalah usaha waralaba. Usaha waralaba sudah dikenali lama di daratan Eropa dengan nama *Franchise*. Kata *franchise* sebenarnya berasal dari bahasa perancis yang berarti bebas, dalam artian bebas dari hambatan (*free from servitude*). Dalam bidang bisnis *franchise* berarti

kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu.¹

Di Indonesia perkembangan dari usaha waralaba mulai berkembang sekitar pada tahun 1950 dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian dari lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970 adalah pengusaha Es Teller 77 yang bias dibidang sebagai pionir serta yang pertama mempopulerkan lembaga waralaba di Indonesia. Bersamaan itu pula masalah waralaba asing di Indonesia yang dirintis oleh restoran *fast food* seperti KFC, Shakey Pizza, Pizza Hut, dan Pioner Fried Chicken. Setelah itu, perkembangan waralaba seolah tak terbendung lagi. Jenisnya tidak lagi terbatas hanya pada makanan, tapi juga merambah sektor hotel, pendidikan, kerajinan, salon, retail, dan lain-lain.²

Waralaba (*franchise*) merupakan salah satu jenis bisnis modern yang biasa ditemui dimasyarakat khususnya di Indonesia, yang biasanya menawarkan serta menjanjikan sebuah keuntungan. Menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, pengertian Waralaba (*Franchise*) adalah “*perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain*

¹ Ricard Burthon Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 56.

² Darmawan Budi Suseno, *Waralaba ; Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, (Yogyakarta: Pilar Humania, 2005), hlm. 1-2.

*denga suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa”.*³

Waralaba sesungguhnya mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralabanya melalui tata cara, proses serta suatu sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.⁴ 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.⁵

Franchise dipahami sebagai suatu perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama identitas dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor*.⁶ Di satu sisi, terdapat ketentuan ketentuan hukum yang dikeluarkan oleh otoritas pemerintah untuk menertibkan kegiatan bisnis waralaba tersebut. Di sisi lain, untuk melindungi masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, perlu dikaji kejelasan hukum dari bisnis waralaba tersebut dipandang dari sudut hukum Islam.

³ Suharnako, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004), hlm. 84.

⁴ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hlm. 4.

⁵ Martin Mendelsohn, *Franchising : Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, (Jakarta: PT Pusaka Binaman Press Indo, 1993), hlm. 4.

⁶ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan islam di Indonesia*, (Jakarta: Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, 2005), hlm. 194.

Perjanjian waralaba merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah*), di mana antara *franchisor* dan *franchisee* (investor) terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama. Bisnis waralaba membuka banyak peluang usaha bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena memberikan fasilitas kenyamanan, kebersihan dan harga yang bersaing serta produk yang berkualitas. Dalam bisnis waralaba diterapkan keterbukaan, kejujuran dan kehati-hatian. Perjanjian waralaba dapat dibenarkan menurut hukum Islam sepanjang memenuhi rukun dan syarat perjanjian, terpenuhi pula prinsip-prinsip bermuamalah.

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

mempengaruhi perhitungan harga jual produk atau jasanya di Indonesia. Sebaliknya waralaba lokal mengalami peningkatan pertumbuhan rata-rata sebesar 30%. Pada tahun 2001 jumlah waralaba asing tumbuh sebesar 8.5% sedangkan waralaba lokal meningkat 7.69% dibanding tahun 2000.⁷

Usaha waralaba yang bergerak di bidang sektor makanan (*food*) yang sedang berkembang di Indonesia salah satunya adalah Kebab Corner. *Franchise* Kebab Corner berdiri tahun 2007, dimulai dengan 3 outlet yang dimana *Franchise* ini menawarkan produk berupa makan khas timur tengah yang sangat diminati, karena memiliki daya tarik dari segi rasa dan bentuk. Kebab Corner tidak hanya menarik konsumen dari produk makanannya, akan tetapi menarik minat calon *franchisor* dalam bekerja sama di waralabanya tersebut.

Salah satu bentuk kerja sama yang ditawarkan kebab corner terdapat dua sistem pengelolaan *franchise*, yakni *franchise* mandiri dan *franchise* Syariah. Sistem *franchise syariah* pada Kebab Corner menggunakan bagi hasil (*profit sharing*) sebagai akad perjanjian kerja sama (*Syirkah*). Dimana investor memberikan modal uang kepada *franchisor*, kemudian *franchisor*-lah yang menjalankan bisnis tersebut dengan sistem bisnis yang dimilikinya. *Syirkah* sendiri adalah bentuk kemitraan bisnis yang di

⁷Agus S. Soerono, *Pasang Surut Bisnis Waralaba di Indonesia*, diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/10714/pasang-surut-bisnis-waralaba-di-indonesia>, pada 22 Januari 2020.

dalamnya terdiri dari dua orang atau lebih untuk berbisnis lalu keduanya membagi laba dan kerugian dengan bagian masing-masing sesuai kesepakatan.

Sistem *franchise syariah* yang diterapkan Kebab Corner, *franchisor* berkontribusi dengan pengalaman, brand, dan sistem bisnisnya. Sedangkan *franchisee* berkontribusi dengan modal. Jadi dalam *franchise* sistem *syariah* Kebab Corner, investor tidak perlu ikut menjalankan usaha dari *franchisor*. Nilai investasi tipe gerobak pada Kebab Corner seharga Rp 40.000.000,-. Untuk jangka waktu perjanjian kontrak selama selama 5 tahun, setelah bisnis dijalankan oleh Kebab Corner, apabila penjualan mendapatkan keuntungan, *franchisee* akan mendapatkan bagi hasil sebesar 50 : 50 dengan *franchisor* begitupun dengan kerugiannya.⁸

Khusus bagi sistem *franchise Syariah* Corner Kebab, *franchisee* dibebankan biaya *franchise fee* tanpa biaya tambahan *royalty fee* berbeda dengan sistem *franchise* pada umumnya yang dibebankan kedua biaya tersebut. Dilihat dari penetapan biaya *franchise fee* pada sistem *franchise Syariah* dimana pada zaman Rasulullah SAW bisnis waralaba ini belum ada, dan hal tersebut dikaitkan dengan prinsip keadilan dalam *syirkah* dimana waralaba merupakan salah bentuk kerjasama menggunakan akad *syikah*. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh mengenai kedudukan dari sudut pandang hukum ekonomi *Syariah* terhadap penerapan *franchise fee* pada waralaba yang diterapkan oleh kebab Corner dalam

⁸Corner Kebab Online, diakses dari <http://cornerkebabonline.com/franchise-syariah/> pada 22 januari 2020.

sebuah skripsi yang berjudul “**Pelaksanaan *Franchise Fee* pada Produk Kerjasama *Franchise Syariah* Waralaba Kebab dalam Perspektif Hukum Ekonomi *Syariah*.”**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan dari latar belakang masalah yang telah dikemukakan. Bahwasannya ada sebuah bentuk produk kerjasama yang terbilang baru yaitu sistem kerjasama *franchise Syariah* pada waralaba kebab corner, yang dimana lazimnya sebuah waralaba menerapkan biaya tambahan berupa *franchise fee*, sedangkan tidak ada penjelasan khusus mengenai kedudukan biaya *franchise fee* dari sudut pandang hukum ekonomi *Syariah* didalam perjanjian kerjasama. Serta mengkaji apakah hal tersebut sudah dilakukan sesuai dengan hukum ekonomi *Syariah*.

Berdasarkan permasalahan tersebut maka penulis mengangkat pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana mekanisme kerjasama sistem *franchise Syariah* di corner kebab cabang cisaranten?
2. Bagaimana tinjauan hukum ekonomi *Syariah* terhadap *franchise Syariah* dan penerapan biaya *franchise fee* di corner kebab cabang cisaranten?

C. Tujuan penulisan

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Untuk mengetahui mekanisme kerjasama sistem *franchise Syariah* di corner kebab cabang cisaranten.

2. Untuk mengetahui tinjauan hukum ekonomi *Syariah* terhadap *franchise Syariah* dan penerapan biaya *franchise fee* di corner kebab cabang cisaranten.

D. Kegunaan Penelitian

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

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

1. Manfaat Teoritis

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

2. Manfaat Praktis

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

E. Studi Terdahulu

Penelitian mengenai waralaba atau *franchise* telah dilakukan oleh beberapa penulis dengan sudut pandang dan objek penelitian yang berbeda terhadap

waralaba atau *franchise* dalam perspektif hukum ekonomi syariah. Jika dilihat dari segi kerjasama beberapa penelitian terdahulu dari segi bentuk kerjasama yang ditawarkan oleh waralaba tidak berbentuk kerjasama, tidak seperti halnya corner kebab.

Pembahasan mengenai *franchise* atau waralaba telah dilakukan penelitian sebelumnya. Untuk menghindari kesamaan terhadap penelitian dan penulisan, maka penulis mengidentifikasi faktor kesamaan dan pembeda terhadap penelitian terdahulu dengan penelitian yang tengah penulis teliti, sebagai berikut.

Tabel 1.1
Studi Terdahulu

Noe	Nama	Judul Skripsi	Persamaan	Perbedaan
1.	Muhammad Yusuf (2009)	Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>) Berdasarkan ketentuan Hukum Islam.	Membahas mengenai waralaba (<i>franchise</i>).	Waralaba yang dibahas dalam penelitian terdahulu secara umum, tidak ada penjelasan khusus mengenai akad dan kedudukan dari biaya lainnya.

2.	Syarah Septiana (2008)	Konsep dan Aplikasi <i>Franchise</i> Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam (Studi pada LKS Berkah Madani).	Membahas mengenai waralaba dalam perspektif hukum ekonomi islam	Studi kasus yang dibahas dalam penelitian terdahulu adalah LKS Berkah Madani, sedangkan dalam penelitian penulis saat ini adalah Corner Kebab.
3.	Muhammad Fauzan Ikhwani (2013)	Tinjauan Hukum Islam Terhadap Waralaba Minimarket Alfamart	Membahas mengenai akad <i>syirkah</i> pada usaha waralaba (<i>franchise</i>).	Objek penelitian merupakan produk kerjasama dari <i>franchise</i> konvensional.
4.	Nur Rofi'ah (2018)	Pelaksanaan Kontrak Waralaba Dalam Perspektif Hukum Islam (studi kasus Coklat Klasik	Membahas mengenai akad yang terbentuk pada waralaba di Indonesia.	Objek penelitian pada penelitian terdahulu merupakan <i>franchise</i> dengan

		cabang UMS Solo).		produk kerjasama konvensional.
5.	M. Azwar nur Akbar (2013)	Bisnis Waralaba (<i>franchise</i>) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam.	Pembahasan mengenai kerjasama <i>franchise</i> dalam perpektif hukum ekonomi islam	Pembahasan penelitian terdahulu terbatashanya sampai hukum yang terbentuk dari kerjasama.

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu mengenai bentuk kerjasama dari waralaba atau *franchise* sendiri adalah akad *syirkah*. Secara umum hukum dari kerjasama waralaba (*franchise*) adalah diperbolehkan, jika sesuai dengan prinsip rukun dan syarat dari akad *syirkah* serta tidak menyimpang dari hukum islam. Dalam merujuk landasan hukum yang berlaku di Indonesia di ambil dari fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah*.

Perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada tahap pelaksanaan akad musyarakah pada pembayaran biaya *franchise fee* di corner kebab cabang Cisaranten. Yaitu apakah kedudukan biaya *franchisee fee* sudah sesuai dengan prinsip hukum ekonomi *syariah*.

F. Kerangka Pemikiran

1. Landasan Hukum

Al-Qur'an:

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَاجِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لِيَبْغِيَ بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ وَظَنَّ دَاوُدُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ ﴿ۙ﴾

Artinya:

“Dia (Dawud) berkata, “Sungguh, dia telah berbuat zalim kepadamu dengan meminta kambingmu itu untuk (ditambahkan) kepada kambingnya. Memang banyak di antara orang-orang yang bersekutu itu berbuat zalim kepada yang lain, kecuali prang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan; dan hanya sedikitlah yang begitu. “Dan Dawud menduga bahwa Kami mengujinya; maka dia memohon ampunan kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertobat.” (Q.S Shad (38): 24).⁹

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ...

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman! Penuhilah janji-janji...” (Q.S Al-Maidah (5): 1)¹⁰

⁹ Enang Sudrajat, dkk., *Syaamil Al-Qur'an*, (Bandung: PT Sygma Examedia Arkanleema, 2009), hlm. 454.

¹⁰ Enang Sudrajat, dkk., *Syaamil Al-Qur'an...*, hlm. 106.

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

Artinya :

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.”

(Q. S An-Nisa (4): 29)¹¹

Hadits:

سنن أبي داود ٢٩٣٦: حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ سُلَيْمَانَ الْمِصْبِصِيُّ حَدَّثَنَا مُحَمَّدُ بْنُ الرَّبْرِقَانَ عَنْ أَبِي حَيَّانَ النَّيْمِيِّ عَنْ أَبِيهِ عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ رَفَعَهُ قَالَ إِنَّ اللَّهَ يَقُولُ أَنَا ثَالِثُ الشَّرِيكِينَ مَا لَمْ يَخُنْ أَحَدُهُمَا صَاحِبَهُ فَإِذَا خَانَ خَرَجْتُ مِنْ بَيْنِهِمْ

Artinya:

“Sunan Abu Daud 2936: Telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Sulaiman Al Mishshishi, telah menceritakan kepada kami Muhammad bin Az Zibriqan, dari Abu Hayyan At Taimi, dari ayahnya dari Abu Hurairah dan ia merafa'kannya. Ia berkata:

Sesungguhnya Allah berfirman: “Aku adalah pihak ketiga dari dua orang yang bersekutu, selama tidak ada salah seorang diantara mereka yang

¹¹Enang Sudrajat, dkk., Syaamil Al-Qur'an..., hlm. 187.

berkhianat kepada sahabatnya. Apabila ia telah mengkhianatinya, maka aku keluar dari keduanya.”¹²

Kaidah fiqih:

الأصل في المعاملات الإباحة إلا أن يدل دليل على تحريمها

Artinya:

“Pada dasarnya semua bentuk muamalah boleh dilakukan kecuali ada dalil yang mengharamkannya.”

2. Konsep Musyarakah dan Franchise

Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad *syirkah*. menjelaskan bahwasannya akad *syirkah* adalah akad kerja sama antara dua pihak atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana setiap pihak memberikan kontribusi dana atau modal usaha (*ra's al-mal*) dengan ketentuan bahwa keuntungan dibagi sesuai nisbah yang disepakati atau secara proporsional.¹³

Ulama Hanafiyah menjelaskan akad *syirkah* dalam kitab *Syah Fath al-Qadir* (5/5), sebagai berikut:

اِخْتِلَافُ نَصِيبَيْنِ فَصَاعِدًا بِحَيْثُ لَا يُعْرَفُ أَحَدُ النَّصِيبَيْنِ مِنَ الْآخَرِ.

Artinya:

¹² Kitab Sunan Abu Daud Bab Jual Beli Persekutuan, diakses dari Gethadith app, *HaditsSoft Versi 4.0.0.0*, 12 Rabiul Akhir 1440 H (20 Desember 2018), diakses pada 29 Februari 2020.

¹³Fatwa Dewan Syariah Nasioanl Majelis Ulama Indoneisa No. 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad *syirkah*.

“Penggabungan dua bagian harta atau lebih sehingga tidak diketahui bagian yang satu dari yang lainnya.”¹⁴

Menurut Sayyid Sabiq, yang dimaksud dengan *syirkah* ialah:

عَقْدٌ بَيْنَ الْمُتَشَارِكِينَ فِي رَأْسِ الْمَالِ وَالرَّيْحِ.

Artinya:

“Akad antara dua orang berserikat pada pokok harta (modal) dan keuntungan.”¹⁵

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

Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/MDag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, ditegaskan bahwa “Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi

¹⁴Jaih Mubarak, Hasanudin, *Fikih Mu'amalah Maliyyah : Akad Syirkah dan Mudharabah*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017), hlm. 3.

¹⁵Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 125.

¹⁶Leonardus Saiman, *Kewirausahaan Teori, Praktik, dan Kasus-kasus*, (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm. 176.

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”.¹⁷

Franchise fee adalah jumlah yang harus dibayarkan sebagai imbalan atas pemberian hak intelektual pemberi waralaba, yang dibayar pada saat bisnis waralaba akan dimulai atau pada saat penandatanganan akta perjanjian waralaba.¹⁸

Royalty fee adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh *franchisee* kepada *franchisor* sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba oleh *franchisee* yang merupakan presentase dari omzet penjualan. Nilai *royalty fee* ini sangat bervariasi, tergantung pada jenis waralaba.¹⁹

¹⁷ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia 2008), hlm. 18.

¹⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba...*, hlm. 71.

¹⁹ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba...*, hlm. 73.

G. Langkah-langkah Penelitian

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

1. Metode penelitian

Metode yang dilakukan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk menyelidiki keadaan, kondisi atau hal lain-lain, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian.²⁰ Jadi secara singkat, dikatakan penelitian deskriptif jika penelitian yang dilakukan bersifat pemaparan atau menjelaskan tentang pelaksanaan akad *syirkah* pada produk kerjasama waralaba di Corner Kebab Kantor Cabang Cisaranten.

2. Lokasi penelitian

Lokasi Penelitian di Kantor Corner Kebab cabang Cisaranten kota Bandung, Komplek Ruko Pesona Cisaranten Indah, Jl. Cisaranten Kulon, RT.10/RW.05, Cisaranten Kulon, Kecamatan Arcamanik, kota Bandung, Jawa Barat 40293.

3. Jenis data

Jenis data yang dipakai dalam penelitian ini adalah data deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (1998) sumber data penelitian kualitatif adalah tampilan yang berupa kata-kata lisan atau tertulis yang dicermati oleh penulis, dan

²⁰ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2010), hlm. 3.

benda-benda yang diamati sampai detailnya agar dapat ditangkap makna yang tersirat dalam dokumen atau bendanya.²¹ Data kualitatif yang dimaksud adalah data yang diwujudkan dalam kata keadaan atau kata sifat yang merupakan kelanjutan kualitasnya.²²

4. Sumber data

a. Sumber data primer

Yaitu informasi yang diperoleh secara langsung dari pihak yang terlibat dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Berupa pendapat subjek secara individual atau kelompok, hasil observasi yang dilakukan oleh penulis. Diperoleh dari hasil wawancara pada staf dan HRD di Corner Kebab Kantor Cabang Cisaranten.

b. Sumber data sekunder

Yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung. Biasanya didapat dari media perantara. Disini penulis mendapatkan data melalui arsip atau dokumen yang menjadi alat bukti untuk menjawab yang menjadi masalah peneliti. Diperoleh dari berbagai catatan, artikel serta buku-buku yang merupakan literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

5. Teknik pengumpulan data

a. Wawancara

²¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik...*, hlm. 22.

²² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik...*, hlm. 21.

Suatu teknik pengumpulan data dengan menggali informasi secara langsung pada pihak-pihak yang terkait. Penulis menyiapkan dan mengajukan beberapa pertanyaan yang sebelumnya disusun kepada staff seputar mekanisme kerjasama *franchise syariah* di Corner Kebab Kantor Cabang Cisaranten, sehingga diharapkan mendapatkan data yang sesuai dan akurat.

b. Kajian pustaka

Kajian pustaka merupakan sarana pengumpulan data yang bersifat kualitatif dengan mencari data dari berbagai buku, artikel dan sumber tertulis lainnya. Yang mana hasilnya dapat dijadikan sebagai landasan atau sumber data pelengkap mengenai konsep, teori, dan praktik kerjasama *franchise Syariah* di Corner Kebab Kantor Cabang Cisaranten.

6. Analisis data

Ada pun langkah terakhir yang dilakukan oleh penulis adalah menganalisis data dengan cara sebagai berikut:

- a. Mengumpulkan data. Langkah ini dilakukan dengan mengumpulkan data dan berbagai informasi yang diperoleh mengenai akad *syirkah* pada kerjasama *franchise syariah* di Corner Kebab Kantor Cabang Cisaranten.
- b. Menyeleksi data-data yang telah diperoleh dengan cara mengelompokkan data-data yang diperoleh saat penelitian.

- c. Menganalisis data, merupakan tahapan dari proses penelitian. Yang mana akan diperoleh jawab-jawaban atas permasalahan dalam penelitian yang dilakukan.

