BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang paling sempurna dari semua agama di dunia. Islam mengatur semua hal, dari tata cara beribadah kepada Allah SWT, hingga urusan duniawi seperti bermuamalah. Sejak zaman Nabi Muhammad SAW, berdagang merupakan hal yang ladzim dilakukan.Begitupun yang dilakukan oleh Rasulullah, beliau sejak kecil berdagang untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam mempunyai konsep tersendiri dalam berbisnis, dalam hal ini berdagang. Dimana bahwa dalam berdagang seorang penjual harus mempunyai etika bisnis yang baik seperti tidak menipu terhadap pembeli, menjual barang yang jelas kuantitas dan kualitasnya, serta tidak mengambil keuntungan yang diluar batas kewajaran. Islam juga mengatur tentang konsep syirkah atau kerjasama dalam berdagang. Bagi seorang muslim, mu'amalah adalah persoalan duniawi yang bagi pelakunya diberi kebebasan untuk mengembangkan dan berkreasi menurut perkembangan zaman. Meskipun demikian, kebebasan dalam bermuamalah dan syirkah tidak boleh keluar dalam prinsip prinsip Islam seperti keduanya dilakukan atas dasar mendahulukan manfaat dan menghilangkan mudharat.[1]Seperti misalnya seorang muslim tidak boleh berdagang minuman keras yang tentu saja lebih banyak mudharatnya dibandingkan dengan manfaatnya. Selain itu dalam bersyirkah seorang muslim dituntut untuk selalu adil dengan rekan bisnisnya. Adil disini maksudnya adalah bahwa untung rugi dalam suatu usaha ditanggung bersama. Keadilan merupakan sifat yang selalu diterapkan oleh Rasulullah dalam berdagang, sehingga sudah selayaknya kita mengikuti sifat beliau yang mulia tersebut dalam kegiatan sehari-hari terutama dalam bersyirkah.

[1]Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syari'ah,* (Jakarta: Cakrawala, 2008), hal 105.

Dunia bisnis Islam memberikan pelajaran agar selalu memegang asas keadilan dan keseimbangan. Selain itu juga telah dicontohkan aplikasi nilai-nilai Islam dalam mengelola bisnis oleh Nabi Muhammad SAW agar berhasil baik di dunia ataupun diakhirat. Nilai-nilai bisnis Islam telah menjadi tren baru dalam mengendalikan tujuan dan harapan ekonomi dalam jangka panjang, yang selalu mengedepankan kejujuran, kepercayaan, keadilan (profesional) dan komunikatif akan membawa spirit moral dalam bisnis sehingga melahirkan suatu bisnis ataupun usaha yang transparan.

Ilmu pengetahuan semakin berkembang seiring dengan berkembangnya zaman. Begitu pun dengan gagasan tentang bermua'malah. 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.

Seorang penjual bahkan tidak harus bertemu dengan si pembeli.Ini adalah salah satu inovasi pemasaran dalam bermu'amalah.hal ini dapat kita temukan pada *bisnis E commerce* misalnya. Selain bisnis *E commerce* ada juga bisnis *Multi Level Marketing* yang pada konsepnya menjual barang secara langsung kepada pelanggan melalui jaringan. Selain *E commerce* dan *Multi level Marketing* terdapat juga bisnis yang semakin berkembang dewasa ini yaitu bisnis waralaba, atau lebih kita kenal dengan istilah *Franchise*.

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

Waralaba sesungguhnya mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankankegiatan usaha waralabanya melalui tata cara, proses serta suatu *code of conduct* dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.[2] Format bisnis waralabaini 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.[3]

Waralaba merupakan sistem keterkaitan usaha vertikal antara pemilik paten yang menciptakan paket teknologi bisnis pewaralaba (*franchisor*) dengan penerima hak pengelolaan operasional bisnis, terwaralaba (*franchisee*). Jadi sesungguhnya waralaba dapat dikatakan sebagai teknik menjual "Sukses" dari usaha yang sudah berhasil. Dalam bisnis waralaba seperti yang telah dibahas diatas, seorang terwaralaba harus membayar sejumlah *royalty fee* kepada pewaralaba sebagai timbal balik karena telah mengizinkan terwaralaba ini berusaha dengan merek dagangnya. Dan sebaliknya pihak terwaralaba atau licence *franchisee* dari pihak pewaralaba untuk menggunakan kekhasan usaha atau spesifikasi usaha pewaralaba tersebut.[4]

Dalam praktek kegiatan ekonomi di masyarakat, waralaba merupakan sebuah format usaha yang saat ini bisa dikatakan telah menjamur di Indonesia. Hal ini bisa dibuktikan dengan banyaknya usaha-usaha waralaba di Indonesia, baik yang merupakan Waralaba asing seperti KFC, MC Donald, Pizza Hut, Dunkin Donuts dan lain-lain, serta merk Waralaba Indonesia salah satunya yakni Es Teler 77. Waralaba sendiri memiliki arti yakni sebuah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha

---

[2]Gunawan Widjaya, *Waralaba*,(Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), hal. 04.

[3]Martin Mendelsohn, *Franchicising:Petunjuk Praktis bagi Frinchisor dan Frinchisee,* (Jakarta, PT Pustaka Binaman Press Indo, 1993), hal. 04.

[4]*Ibid*, hal. 09.

yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalamrangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.[5]

Berbicara tentang waralaba tentu tak bisa lepas dari konsep *franchise fee* dan *royalty fee* yang ada pada bisnis waralaba tersebut. *Franchise fee* adalah biaya investasi awal, termasuk biaya set up, biaya pelatihan.[6] Sedangkan *Royalty fee* adalah Kontribusi bagi hasil dari pendapatan terwaralaba (biasanya dari penjualan). Lebih jelasnya, *Royalty fee* adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh terwaralaba kepada pewaralaba sebagai imbalan dari pemakaian hak waralaba yang merupakan omzet dari penjualan.[7]

Cokelat Semoet merupakan salah satu jenis waralaba yang bergerak dibidang minuman, khususnya minuman yang terbuat dari serbuk coklat yang di inovasikan dengan berbagai varian rasa. meskipun termasuk perusahaan yang baru tetapi mengalami perkembangan yang sangat pesat, harga yang ditawarkanpun juga sangat terjangkau bagi kalangan bawah maupun atas, cita rasa yang disajikan sangat jauh berbeda dan lebih enak dari brand lain. Cokelat semoet sendiri merupakan brand atau merk dagang yang muncul dan berpusat di Daerah Blitar Jawa Timur dan dikembangkan dengan cara bermitra dengan pihak pihak yang ingin memulai usaha akan tetapi masih minim pengalaman. Untuk bermitra, Cokelat semoet juga memiliki beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon *Franchisee* (pewaralaba), antara lain pewaralaba harus menyiapkan modal berkisar 11 jutaan untuk memulai bisnis waralaba ini. Jumlah itu sudah termasuk bahan, tempat untuk menjajakan (gerobak), serta biaya lainnya seperti promosi, set up dan lain-lain. Dengan kata lain, Pewaralaba hanya menyiapkan dana serta memenuhi

---

[5]Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

[6]Peni.R.Pramono, *Cara Memilih Waralaba yang Menjajikan Profit,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), hal. 15.

[7]Andrian Sutedi *Hukum Waralaba,* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hal. 73

bebearapa syarat dari si pemilik brand kemudian pihak *franchisor*-lah yang akan mempersiapkan segala macam kebutuhan untuk memulai usaha.

Namun, dalam konsep bisnis waralaba memiliki beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh Pewaralaba salah satunya ialah adanya *Franchisee fee* (biaya investasi awal) dan *Royalty fee* (pemakaian hak paten yang dibayarkan setiap tahun), Kewajiban inilah yang harus di penuhi oleh terwaralaba sehingga bagi pewaralaba yang tidak memiliki modal besar kemungkinan kecil untuk bisa bermitra.

Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengkaji Warlaba Cokelat Semoet dilihat dari penerapan *Franchisee fee* dan *Royalty fee*, di mana pada zaman Rasulullah bisnis Waralaba belum ada, dan dimana waralaba dapat dikaitkan ke dalam salah satu bentuk variasi dalam Syirkah. Serta tinjauanya dalam Hukum Perlindungan Konsumen, Undang-undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen Bab 6 Tentang Tanggung Jawab Pelaku Usaha Pasal 24 ayat 1 dan 2. Untuk mengetahui lebih jauh penerapan *Franchisee fee* dan *Royalty fee* pada waralaba Cokelat semoet, maka penulis akan mendalaminya dalam sebuah skripsi yang berjudul ”*Frinchise Fee Dan Royalty Fee* Pada Waralaba Ditinjau Dari Hukum Islam Dan Undang- Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (Studi Kasus di Waralaba Cokelat Semoet Tulungagung)”

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang dijabarkan diatas maka masalah yang akan coba dibahas penulis fokuskan hanya pada penerapan *Frenchise Fee* dan *Royalty Fee* yang diterapkan oleh waralaba Cokelat Semoet Cabang Tulungagung dan mengkajinya apakah hal tersebut sudah sesuai dengan Hukum Ekonomi Islam (Fiqih Muamalah) serta

kaitanya dengan hukum perlindungan konsumen, dengan Rumusan Masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pelaksanaan waralaba Cokelat Semoet Tulungagung?
2. Bagaimana tinjauanya *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* waralaba Cokelat Semoet Tulungagung dari sisi hukum islam?
3. Bagaiamana tinjauanya waralaba Cokelat Semoet Tulungagung dari sisi hukum perlindungan konsumen?

C. Tujuan Masalah

Tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan skripsi ini adalah:

1. Untuk mengetahui sistem pelaksanaan waralaba Cokelat Semoet Tulungagung.
2. Untuk mengetahui tinjauan *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* waralaba Cokelat Semoet Tulungagung dari sisi hukum Islam.
3. Untuk mengetahui tinjauanya waralaba Cokelat Semoet Tulungagung dari sisi hukum perlindungan konsumen.

D. KegunaanPenelitian

1. Secara Akademis

   Secara akademis untuk menambah khazanah pengetahuan dibidang hukum ekonomi, khususnya ekonomi kontemporer seperti waralaba.

2. Secara Teoritis

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah ilmiah bagi pengembangan ilmu pengetahuan dalam arti membangun, memperkuat, menyempurnakan atau bahkan membantah teori-teori yang sudah ada berkaitan dengan system yang selama ini telah diterapkan pada bisnis waralaba.

3. Secara Praktis

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan bisa menjadi manfaat dan sumbangan bagi penulis terhadap ilmu pengetahuan dan juga dapat menjadi sumber pengalaman.

b. Bagi Perusahaan Waralaba

Hasil penelitian ini diharapkan bisa digunakan sebagai bahan referensi dan pertimbangan oleh para pihak untuk mengevaluasi dan mengambil kebijakan dalam mengembangkan bisnis waralaba (*franchise*).

c. Bagi Para Penerima Waralaba

Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan wacana bagi semua pihak yang terkait dengan pemberi waralaba (*franchisor*).

d. Bagi Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Tulungagung

Hasil penelitian ini sebagai sarana informasi bagi pihak-pihak akademik yang membutuhkan.

e. Bagi masyarakat luas

Hasil penelitian ini juga diiharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi siapapun yang ingin mengetahui konsep berbisnis dalam waralaba syariah.

E. Penegasan Istilah

Untuk menghidari kesalahpahaman dalam memahami konsep judul skripsi ini, perlu penulis kemukakan penegasan istilah, sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Hukum Islam

Hukum Islam adalah kehendak atau titah Allah yang berhubungan dengan perbuatan manusia, di kalangan ahli ushul fiqih disebut “hukum syara”,

sedangkan bagi kalangan ahli fiqh, “hukum syara” adalah pangaruh titah Allah terhadap perbuatan manusia tersebut.

Seluruh kehendak Allah tentang perbuatan manusia itu pada dasarnya terdapat dalam Al-Qur’an dan penjelasanya dalam Sunnah Nabi. Tidak ada yang luput satu pun dari Al-Qur’an. Namun Al-Qur’an itu bukanlah kitab hukum dalam pengertian ahli fiqih karena di dalamnya hanya terkandung titah dalam bentuk suruhan dan larangan atau ungkapan lain yang bersamaan dengan itu; dengan istilah lain, Al-Qur’an itu mengandung norma hukum.[8]

b. Hukum Ekonomi Islam

Ilmu yang mempelajari segala perilaku manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan tujuan memperoleh kedamaian dan kesejahteraan dunia akhirat. Perilaku manusia disini berkaitan dengan landasan-landasan syariah sebagai rujukan berperilaku dan kecenderungan kecenderungan dari fitrah manusia. Kedua hal tersebut berinteraksi dengan porsinya masing-masing sehingga terbentuk sebuah mekanisme ekonomi (muamalah) yang khas dengan dasar-dasar nilai ilahiyah.[9]

c. *Frenchise Fee* dan *Royalty Fee*

Franchisee fee adalah biaya investasi awal yang biasanya sudah mencakup biaya set-up, biaya promosi atau iklan dan biaya pelatihan.[10] Sedangkan *Royalty fee* adalah biaya yang dikeluarkan oleh *Frinchisee* atau penerima waralaba sebagai biaya pemakaian hak paten kepada *Franchisor* atau pemberi waralaba,

---

[8] Kutbuddin Aibak, *Metodologi Pembaruan Hukum Islam*. (Yogyakarta: PUSTAKA PELAJAR, 2008), hal. 1.

[9]Agus Arwani, Jurnal RELIGIA Vol. 15 No. 1, April 2012. Hal. 125-146 diakses pada 06 Maret 2018 pukul 08:30 wib.

[10]Peni.R.Pramono, *Cara Memilih Waralaba yang Menjajikan Profit,* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007), hal. 15.

yang dibayarkan biasanya setiap hari atau bulan maupun tahun tergantung perjanjian.

d. Waralaba

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan atau yang diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, waralaba diartikan pengaturan bisnis dengan system pemberian hak nama dagang oleh *Franchisor* kepada pihak independen atau *Franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.[11]

e. Undang-undang

Undang-undang adalah suatu peraturan atau keputusan negara yang tertulis dibuat oleh alat negara yang berwenang (bersama-sama oleh DPR dan Presiden) dan bersifat mengikat.

f. Hukum

Hukum adalah suatu sistem yang dibuat manusia untuk membatasi tingkah laku manusia agar tingkah laku manusia dapat terkontrol, hukum adalah aspek terpenting dalam pelaksanaan atas serangkaian kekuasaan kelembagaan, hukum mempunyai tugas untuk menjaminadanya kepastian hukum dalam masyarakat. Oleh karena itu setiap masyarakat berhak untuk mendapat pembelaan di depan hukum sehingga dapat diartika bahwa hukum adalah peraturan atau ketentuan-ketentuan tertulis maupun tidak tertulis yang mengatur kehidupan masyarakat dan menyediakan sangsi bagi pelangarnya.

g. Perlindungan Hukum

[11]Adrian Sutedja, *Hukum Waralaba* ,(Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hal. 06.

Teori perlindungan hokum ini dikemukakan oleh Salmond yang selanjutnya dijelaskan oleh Fitgerald. Teori ini mengatakan bahwa hokum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan hokum yang dapat bertabrakan satu sama lain, sehingga dengan hukum yang diintegrasikan sedemikian rupa dapat menekan terjadinya tabrakan kepentingan tersebut.

h. Konsumen

Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.

i. Undang-undang Perlindungan Konsumen

Adalah payung yang mengintegrasikan dan memperkuat penegakan hukum di bidang perlindungan konsumen.

2. Penegasan Operasional

Dari penegasan konseptual tersebut, maka dapat diambil pengertian yang dimaksud dengan Penerapan *Frinchise Fee* dan *Royalty Fee* Pada Waralaba yaitu penerapan pengambilan fee pada sistem waralaba yang dilaksanakan pada Cokelat Semoet Blitar kepada penerima waralaba yang menjadi mitranya khuusnya yang berada dicabang Desa Plosokandang, Tulungagung. Baik dari segi pendaftaran untuk bekerjasama atau bermitra dengan Cokelat Semoet, termasuk juga akad kerjasama, peran HAKI dalam usaha waralaba, yang tak lepas dari rahasia dagang dan penggunaan merek usaha, juga tata cara proses pelatihan dan pengadaan peralatan yang diterapkan oleh Waralaba Cokelat Semoet, Blitar. Yang mana hal tersebut diukur dengan ketentuan hukum ekonomi Islam.

F. Sistematika Penyusunan Skripsi

Untuk mengetahui gambaran mengenai skripsi ini maka perlu adanya sistematika penyusunan skripsi, yakni:

- **BAB I : Pendahuluan**

  Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan hasil penelitian, penegasan istilah, sistematika penulisan skripsi dan penelitian terdahulu.

- **BAB II : Kajian Pustaka**

  Kajian pustaka, pada bab ini memuat uraian tentang tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori besar *(grand theory)* dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Dalam penelitian kualitatif ini keberadaan teori baik yang dirujuk dari pustaka atau hasil penelitian terdahulu digunakan sebagai penjelasan atau bahan pembahasan hasil penelitian dari lapangan. Dengan kata lain, dalam penelitian kualitatif ini, peneliti berangkat dari data lapangan dan menggunakan teori sebagai penjelasan dan berakhir pada konstruksi baru yang dikemukakan oleh peneliti setelah menganalisis dan menyimpulkan hasil penelitian. dalam bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitandengan inti masalah yaitu sistem waralaba meliputi: *Tinjauan Umum Waralaba:* sejarah waralaba, pengertian waralaba, bentuk-bentuk waralaba, pengertia frinchise fee dan royalty fee. *Prinsip Waralaba Berbasis Syariiah:* konsep pembayaran frinchise fee dalam bisnis waralaba berbasis syariah, konsep pembayaran royalty fee dalam bisnis waralaba berbasis syariah. *Konsep Kerja Sama Daam islam:* pengertian syirkah, rukun dan syarat syirkah, bentuk syirkah, hikmah syirkah, hal-hal yang membatalkan syirkah. *Keadilan Kerja Sama Dalam islam.*

- **BAB III : Metode Penelitian**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang metode penelitian yang didalamnya berisi tentang metode dalam meneliti yang meliputi: pola/jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, prosedur pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data dan tahap-tahap penelitian.

- **BAB IV : Paparan Data/Temuan Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab paparan data/temuan penelitian, berisi uraia tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan-pertanyaan atau pernyataan-pernyataan penelitian dan hasil analisi data. Paparan data tersebut diperoleh melalui pengamatan (apa yang terjadi dilapangan), dan atau hasil wawancara (apa yang dikatakan oleh informan), serta deskripsi informasi lainya yang dikumpulkan oleh peneliti melalui prosedur pengumpulan data sebagaimana tersebut diatas. Hasil analisis data yang merupakan temuan penelitian disajikan dalam bentuk pola, tema, kecenderungan, dan motif yang muncul dari data. Disamping itu, temuan bisa berupa penyajian kategori, sistem klaifikasi, identifikasi dan tipologi.

Pada bagian pembahasan, memuat peneliti, keterkaitan antara pola-pola, kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan atau teori yang ditemukan terhadap teori-teori temuan sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan teori yang diungkap dari lapangan *(grounded theory)*.

- **BAB V : Penutup**

Bab ini memuat simpulan dan saran-saran. Pada simpulan, uraian yang dijelaskan dalam model penelitian kualitatif adalah temuan pokok atau simpulan harus mencerminkan “makna” dari temuan-temuan tersebut sesuai dengan rumusan masalah.

Sedanngkan pada saran-saran dibuat berdasarkan hasil temuan dan pertimbangan penulis, ditujukan kepada para pengelola obyek/subyek penelitian atau kepada peneliti dalam bidang sejenis, yang ingin melanjutkan atau mengembangkan penelitian yang sudah diselesaikan. Saran merupakan suatu implikasi dari hasil penelitian.