

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Perkembangan sektor ekonomi merupakan salah satu aspek penting dalam kemajuan suatu negara. Di Indonesia, salah satu pendorong pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah perkembangan sistem pemasaran diberbagai sektor usaha. Fenomena ini mencerminkan tingginya intensitas persaingan antar pelaku industri, baik dalam bidang perdagangan maupun dalam sektor produksi barang dan/atau jasa. Di antara berbagai bentuk strategi pemasaran yang berkembang, sistem waralaba tampil sebagai alternatif yang semakin memperoleh perhatian dan kepercayaan. Model ini tidak hanya menunjukkan tren positif dalam dunia usaha, tetapi juga menjadi sarana bagi para pelaku usaha lokal untuk bersaing secara kompetitif dengan pengusaha asing di pasar domestik.²

Waralaba menjadi salah satu pilihan yang memiliki daya tarik bagi calon pengusaha yang ingin memiliki dan mengelola usaha sendiri. Hal ini diminati karena umumnya waralaba menawarkan jenis usaha yang telah terbukti berhasil dan mapan dalam bidangnya, sehingga dianggap lebih menjanjikan dari segi profitabilitas dan kestabilan usaha. Aspek ini menjadi salah satu faktor utama yang mampu menarik minat masyarakat secara luas untuk terlibat dalam dunia kewirausahaan. Melalui sistem yang telah

²Puji Sulisyaningsing, et. all, Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Perspektif Hukum Islam, *Jurnal Hukum Novelty*, Vol. 8, No. 1, (Februari 2017), hal. 138

terstandarisasi dalam waralaba, mitra tidak perlu memulai dari tahap awal perintisan, melainkan dapat langsung menjalankan bisnis dengan dukungan manajerial, operasional, serta pemasaran yang telah dirancang secara profesional oleh pihak pemberi waralaba.³

Model usaha waralaba di Indonesia berkembang dalam berbagai sektor, antara lain pendidikan, kesehatan, kuliner, ritel minimarket, dan sektor lainnya. Seiring dengan perkembangan tersebut, sistem penjualan berbasis waralaba mulai banyak diminati dan dikembangkan oleh pelaku usaha lokal. Fenomena ini ditandai dengan kemunculan berbagai bisnis yang mengadopsi skema waralaba, baik dalam bentuk produk maupun jasa. Beberapa pelaku usaha nasional yang turut menjadi pionir dalam penerapan sistem ini antara lain: Alfamart, yang berhasil membangun jaringan minimarket melalui sistem waralaba di sektor retail; Rocket Chicken, yang mengembangkan konsep waralaba makanan cepat saji.⁴

Seiring dengan pesatnya perkembangan waralaba di Indonesia, pemerintah memandang penting untuk menghadirkan regulasi yang dapat mengatur jalannya kegiatan usaha ini secara tertib dan terstruktur. Untuk menjamin perlindungan hukum dan kepastian dalam pelaksanaan usaha waralaba, pemerintah menetapkan regulasi yang menjadi dasar hukum bagi seluruh pihak yang terlibat. Hal ini diwujudkan melalui penerbitan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri

³Adelina Murti Syafiina dan Rusnandari Retno Cahani, Waralaba Franchiese di Indonesia, *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)*, Vol. 1, No. 2, Mei 2024, hal. 104

⁴Dini Utami, Pengaruh Harga dan Promosi Produk Minuman Waralaba Dalam Menghadapi Persaingan Pasar (Studi pada Minuman Merk Cocobean), *Jurnal*, Vol 37, 2008, hal 36-49

Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Seiring berjalannya waktu, ketentuan tersebut kemudian disempurnakan melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, yang hingga kini menjadi landasan hukum dalam penyelenggaraan sistem waralaba di Indonesia.⁵

Secara etimologis, istilah waralaba dalam bahasa asing dikenal dengan sebutan *franchise*. Kata tersebut berasal dari bahasa Prancis kuno yang memiliki arti kebebasan.⁶ Di Indonesia, istilah tersebut diterjemahkan menjadi waralaba. Kata waralaba sendiri merupakan gabungan dari dua kata, yaitu wara yang berarti Istimewa, dan laba yang merujuk pada keuntungan. Konsep ini pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) sebagai padanan kata *franchise* dalam upaya untuk mempopulerkan sistem waralaba di Indonesia.⁷

Menurut Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, istilah waralaba diartikan berupa 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

⁵Sri Redjeki Slamet, Waralaba (Franchise) Di Indonesia, *Lex Murnalica*, Vol. 8, No. 2, April 2011, hal. 128

⁶Bambang N. Rachmadi, *Franchising The Most Practicial and Excellent Way of Succeding*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, Cet. 2, 2007), hal. 7

⁷*Ibid.*, hal. 7

terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.⁸

Dalam perspektif hukum Syariah, waralaba juga dapat dianalisis melalui konsep kerjasama yang menggunakan akad *syirkah* atau *musyarakah*. *Musyarakah* adalah akad kemitraan di mana dua pihak atau lebih, yang memiliki modal, sepakat untuk menggabungkan dana dan menjalankan suatu usaha bersama. Keuntungan yang diperoleh dari usaha tersebut dibagi sesuai dengan kesepakatan yang telah ditentukan, sementara kerugian akan ditanggung secara proporsional berdasarkan kontribusi masing-masing dalam penyediaan modal.⁹

Menurut Susilowati, waralaba merupakan bentuk perjanjian ontraktual yang memberikan hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan nama, merek dagang, dan logo perusahaan pemberi waralaba (*franchisor*) yang didalamnya tercantum ringkasan mengenai ketentuan operasional usaha, termasuk tata cara penggunaan jasa yang disediakan oleh *franchisor*, serta berbagai persyaratan yang berkaitan dengan aspek keuangan.¹⁰

Juajir Sumardi mengemukakan bahwa *franchise* merupakan suatu metode mendistribusikan barang dan/atau jasa kepada konsumen, yang

⁸Pasal 1 Ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

⁹Naf'an, *Pembiayaan Musyarakah dan Mudharabah*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014), hal.

¹⁰Etty Susilowati, *Bisnis Kewirausahaan*, (Yogyakarta: Teras, 2013), hal 7

dilakukan melalui penjualan hak kepada pihak lain yang memiliki minat untuk menjalankan usaha tersebut.¹¹

Berdasarkan definisi tersebut, dapat dipahami bahwa objek utama dalam kontrak waralaba yang menentukan hak dan kewajiban masing-masing pihak adalah Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Hak ini umumnya terwujud dalam bentuk merek dagang, produk komersial, serta format bisnis yang telah dikembangkan. Dalam praktik waralaba, pihak *franchisee* memperoleh hak untuk memanfaatkan kekayaan intelektual dan sistem operasional milik *franchisor*. Hak tersebut mencakup penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten, hingga informasi rahasia dagang yang menjadi bagian dari sistem usaha yang diwaralabakan.

Hak Kekayaan Intelektual dalam konteks waralaba umumnya diberikan dalam bentuk lisensi atas merek dagang yang wajib digunakan secara tepat dan sesuai oleh pihak penerima hak, mengingat hak cipta tersebut telah mendapatkan perlindungan hukum dari negara. Sebagai imbalannya, *franchisor* berhak menerima royalti atas izin penggunaan kekayaan intelektual tersebut serta atas pelaksanaan operasional usaha yang dijalankan oleh *franchisee*.¹² Pemberian hak ini secara formal dituangkan dalam suatu perjanjian waralaba, yang memuat secara rinci berbagai syarat, ketentuan,

¹¹Juadir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti Bandung, 1995), hal. 11

¹²Norman Syahdar Idrus, Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam, *Jurnal Yuridis*, Vol. 4, No. 1, 2017, hal. 29

komitmen, serta hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam hubungan kemitraan tersebut.¹³

Pengaturan mengenai hak dan kewajiban antara *franchisor* dan *franchisee* harus disusun secara jelas, seimbang dan disertai batasan-batasan tertentu agar dalam pelaksanaannya tidak menimbulkan kesewenang-wenangan dari salah satu pihak. Kedua belah pihak yang terikat dalam hak dan kewajiban tersebut selain memperhatikan hak dan kewajiban mereka sebagai pihak-pihak terikat dalam perjanjian waralaba agar memenuhi ketentuan-ketentuan mengenai peraturan waralaba yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba sehingga hak dan kewajiban para pihak tidak melanggar ketentuan mengenai waralaba dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku seperti, hak teritorial pemilik waralaba, pembatasan lokasi, biaya terkait bisnis yang harus dibayarkan kepada pemilik waralaba, jangka waktu perjanjian waralaba, dan klausul lain yang menentukan hubungan antara pemilik waralaba dan penerima waralaba.

Kolaborasi yang sinergis inilah yang membuat perjanjian waralaba berhasil, sehingga penting bagi pemilik waralaba dan penerima waralaba untuk mengetahui peran dan tugasnya masing-masing. diperlukan bagi pihak-pihak yang terlibat untuk melaksanakan kemitraan ini dengan tepat.¹⁴

Salah satu aspek penting yang termuat dalam perjanjian waralaba adalah ketentuan mengenai pembagian royalti dan biaya waralaba antara *franchisor* dan *franchisee*. Waralaba sendiri merupakan suatu sistem usaha

¹³Dasanti, *Waralaba*, (Semarang: Mutiara Aksara, 2019), hal. 2

¹⁴Dewi Hartanti, *Bisnis Franchise Modal 2 Juta*, (Yogyakarta: Penerbit Indonesia Cerdas, 2009), hal. 12

yang bersifat vertikal dan berlandaskan pada prinsip saling menguntungkan. Pembagian keuntungan merupakan instrumen pembagian hasil yang dihitung dari pendapatan setelah biaya dengan persentase yang telah disepakati. Kejelasan mengenai besaran keuntungan yang akan dibagi harus dipastikan sejak awal melalui kesepakatan yang transparan, karena hal ini menjadi faktor penting dalam menciptakan kepercayaan dan mendorong pertumbuhan usaha.¹⁵ Pada prinsipnya, keberhasilan atau keuntungan yang diperoleh dari suatu waralaba sangat bergantung pada kualitas hubungan kerja sama antara *franchisor* dan *franchisee*. Oleh karena itu, pemahaman yang baik mengenai peran, kedudukan, serta tanggung jawab masing-masing pihak menjadi hal yang esensial demi menjaga keseimbangan dan keberlanjutan kemitraan bisnis tersebut.

Dalam pelaksanaan kegiatan bisnis waralaba, prinsip keadilan dalam kerja sama menjadi landasan yang sangat penting guna memastikan bahwa hubungan kemitraan tersebut memberikan manfaat yang seimbang bagi kedua belah pihak serta menghindari kerugian pada salah satu pihak. Hal ini juga berlaku dalam penetapan *franchise fee* dan *royalty fee*, di mana *franchisor* dituntut untuk menetapkan besaran biaya tersebut secara proporsional dan adil. Penetapan biaya yang rasional dan sesuai dengan nilai manfaat yang diberikan akan mencerminkan komitmen terhadap keadilan dan menjadi salah satu faktor penentu keberlanjutan kerja sama bisnis yang sehat.

¹⁵Gunawan Widjaja, *Waralaba Seri Hukum Bisnis*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2003), hal.

Salah satu bisnis kerjasama waralaba yang dianalisis oleh peneliti yaitu CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung yang menjadi contoh nyata dalam implementasi pembagian keuntungan dalam waralaba. CV. Denov Putra Brilian Tulungagung adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman di Tulungagung yang sudah berdiri sejak tahun 2013 dan mulai membuat sistem *franchise* pada tahun 2014. Perusahaan CV. Denov Putra Brilian Tulungagung memiliki beberapa produk yaitu Nyoklat Klasik, Ngecheese, Ayam Gulang Guling dan Bakwan Nyozz. Selain memiliki beberapa produk CV. Denov Putra Brilian juga memiliki dua café yaitu Republik Dendy Cafe dan Dendy Sky View. Kantor pusat CV Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung beralamat di Gudang NK, Jl Gedangsewu Selatan RT. 2 RW. 2 Ds. Gedangsewu, Kec. Boyolangu, Tulungagung, Jawa Timur, 66231.¹⁶

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait pembagian keuntungan dalam waralaba yang ditinjau dari akad *musyarakah* dan PP. Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba pada usaha bisnis CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung. Dengan demikian peneliti mengangkat judul penelitian **“PEMBAGIAN KEUNTUNGAN DALAM WARALABA DITINJAU DARI AKAD MUSYARAKAH DAN PP. NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA (Studi Kasus Pada CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung)”**.

¹⁶Ika Khusnia Rahmawati dan Ali Mauludi, Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi, Lingkungan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung, *Derivatif: Jurnal Manajemen*, Vol. 16, No. 2, 2022, hal. 3

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disampaikan diatas, maka pokok permasalahan yang akan dianalisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung dalam kerjasama Waralaba?
2. Bagaimana pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung berdasarkan akad *musyarakah*?
3. Bagaimana pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung dalam kerjasama waralaba.
2. Untuk mengetahui pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung berdasarkan akad *musyarakah*.

3. Untuk mengetahui pembagian keuntungan yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Tulungagung berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan setiap penelitian yang dilakukan diharapkan dapat menghasilkan temuan yang bermanfaat, baik dari segi teoritis maupun praktis. Oleh karena itu, manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang pembagian keuntungan waralaba dalam tinjauan akad *musyarakah* dan PP. Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan panduan dalam merancang skema pembagian keuntungan yang adil dan sesuai dengan prinsip Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba maupun akad *musyarakah*, serta memperbaiki model bisnis agar lebih efisien dan sejalan dengan regulasi yang berlaku.

- b. Bagi Pemerintah

Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas penegakan Peraturan Pemerintah yang

mengatur waralaba, sehingga dapat mengurangi potensi risiko hukum yang timbul akibat ketidaksesuaian antara regulasi dan praktik di lapangan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif untuk menyempurnakan regulasi yang ada, agar lebih responsif dan sesuai dengan dinamika serta perkembangan industri waralaba yang terus berkembang.

c. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan menjadi referensi kajian pustaka bagi perpustakaan dan sebagai bahan tambahan serta perspektif baru di kalangan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung, khususnya bagi mahasiswa Fakultas Syariah dan Ilmu Hukum Program Studi Hukum Ekonomi Syariah.

d. Bagi Masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi masyarakat yang ingin memulai waralaba dalam merancang sistem pembagian keuntungan yang adil dan sesuai dengan prinsip Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba maupun akad *musyarakah*, yang membantu mengurangi risiko dan dapat meningkatkan keberlanjutan usaha.

E. Penegasan Istilah

Sebagai landasan awal untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan memastikan bahwa pembaca dapat memahami dengan jelas konsep yang terkandung dalam judul, “Pembagian Keuntungan Dalam

Waralaba Ditinjau Dari Akad Musyarakah Dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (Studi Kasus Pada CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung)” dan untuk menghindari adanya perbedaan penafsiran, maka peneliti perlu memberikan penjelasan istilah secara konseptual maupun secara operasional sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

- a. Pembagian Keuntungan dalam Waralaba

Pembagian keuntungan dalam sistem waralaba memiliki ketentuan yang berbeda antara hukum perdata dan hukum Islam. Dalam hukum perdata, sistem pembagian keuntungan umumnya ditentukan secara sepihak oleh pemberi waralaba (*franchisor*) melalui perjanjian tertulis yang bersifat mengikat secara hukum. Ketentuan tersebut dituangkan dalam kontrak sebagai bagian dari asas kebebasan berkontrak. Sementara itu, dalam perspektif hukum Islam, pembagian keuntungan berlandaskan prinsip *syirkah* atau *musyarakah*, yang menggunakan skema bagi hasil *profit sharing* atau *revenue sharing* berdasarkan kesepakatan bersama. Skema ini menuntut adanya musyawarah dan keterlibatan aktif kedua pihak (*franchisor* dan *franchisee*) dalam menentukan proporsi pembagian keuntungan, sehingga mencerminkan asas keadilan, kerelaan, dan transparansi sebagai prinsip utama dalam akad *muamalah*.¹⁷

¹⁷Puji Sulityaningsih, et. all., *Sistem Bagi Hasil...*, hal. 140

b. Akad Musyarakah

Secara etimologis, akad *musyarakah* berasal dari akar kata *syaraka-yusyiru-syarkan-syarikan-syirkatan* (*musyarakah*), yang secara bahasa *al-ikhtilath*, yaitu kerjasama, perkongsian, dan percampuran. Dikatakan percampuran karena dalam musyarakah harta dari pihak satu dengan pihak lain tidak dibedakan karena telah dicampurkan.¹⁸ Istilah ini menggambarkan kondisi di mana harta milik dua pihak atau lebih bercampur dan tidak lagi dibedakan secara terpisah, karena telah digabungkan untuk tujuan bersama. Sementara itu, dalam terminologi syar‘i, *musyarakah* dipahami sebagai suatu bentuk akad antara dua pihak atau lebih yang sepakat untuk bekerja sama dalam menjalankan usaha tertentu dengan tujuan memperoleh keuntungan bersama.¹⁹

Dengan demikian, musyarakah merupakan bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam suatu usaha tertentu, di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (modal) dan sepakat bahwa keuntungan maupun risiko kerugian akan dibagi sesuai dengan proporsi yang telah disepakati di awal. Karakteristik utama dari akad ini terletak pada keterlibatan aktif para pihak, baik dalam aspek permodalan maupun dalam tanggung

¹⁸Muflihatul Bariroh dan Kutbuddin Aibak, *Fikih Muamalah Kontemporer*, (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2022), hal. 71-72

¹⁹Nur Khoirin, *Menyoal Kesyarifan Bank Syariah (Studi Kasus Kerjasama Masyarakat CV. Miskasari dengan Bank Syariah Mega Indonesia Semarang)*, (Semarang: IAIN Walisongo Semarang, 2010), hal. 17-19

jawab terhadap hasil usaha, sehingga mencerminkan prinsip keadilan dan kebersamaan dalam bermitra.²⁰

c. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Di Indonesia, keberadaan regulasi khusus yang mengatur sistem waralaba memiliki peran penting dalam menciptakan mekanisme pembagian keuntungan yang adil dan terstruktur dalam hubungan kemitraan bisnis tersebut. Regulasi yang dimaksud antara lain tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Adanya payung hukum ini memberikan kepastian bagi para pelaku usaha waralaba dalam menjalankan hak dan kewajibannya. Namun, dalam konteks penelitian ini, fokus kajian diarahkan secara khusus pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba sebagai dasar utama analisis.

Dalam peraturan ini secara komprehensif menjelaskan berbagai aspek, termasuk definisi dan ruang lingkup, pendaftaran waralaba, hak dan kewajiban, perjanjian waralaba, standart operasional, pengawasan dan penegakan hukum, serta penyelesaian sengketa.²¹

²⁰Fathurahman Djamil, *Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi Di Lembaga Keuangan Syariah*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2013), hal. 165

²¹Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

2. Penegasan Operasional

Berdasarkan penegasan konseptual diatas, maka secara operasional yang dimaksud “Pembagian Keuntungan Dalam Waralaba Ditinjau Dari Akad Musyarakah Dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Studi Kasus Pada CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung)” adalah suatu kerangka kerja yang menjelaskan pembagian keuntungan yang diperoleh dari kegiatan waralaba, dengan berlandaskan prinsip-prinsip akad *musyarakah* dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yang diterapkan oleh CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman dan pengkajian menyeluruh terhadap penelitian ini, maka diperlukan sebuah sistematika yang berfungsi sebagai kerangka dan pedoman penulisan. Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Bagian Awal

Bagian awal meliputi halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

2. Bagian Utama

Bagian utama terdiri dari bab dan sub bab yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN, pada bab ini berisikan hal-hal pokok dalam penulisan skripsi ini yakni: Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Penegasan Istilah, Dan Sistematika Pembahasan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA, pada bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan pembagian keuntungan dalam waralaba, pengertian akad *musyarakah*, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan menguraikan kajian penelitian terdahulu.

BAB III METODE PENELITIAN, pada bab ini menguraikan tentang metode penelitian yang diterapkan oleh peneliti, termasuk jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN, pada bab ini menyajikan hasil penelitian terkait pembagian keuntungan dalam waralaba yang ditinjau dari akad *musyarakah* dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba meliputi: deskripsi data penelitian, paparan data penelitian dan temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN, pada bab ini menyajikan analisis data yang telah disesuaikan dengan rumusan masalah, tentang pembagian keuntungan dalam waralaba ditinjau dari akad *musyarakah* dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

(studi kasus pada CV. Denov Putra Brilian Nyoklat Klasik Tulungagung).

BAB VI PENUTUP, pada bab ini menyajikan kesimpulan akhir dari penelitian serta memberikan saran yang ditujukan kepada pembaca dan peneliti selanjutnya.

3. Bagian Akhir

Pada bagian akhir skripsi/penulisan ini mencangkup daftar pustaka, lampiran, dan daftar riwayat hidup.