

## **Analisis Praktik Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Fiqh Muamalah**

**Mohammad Muhyidin**  
Akademi Maritim Cirebon, Indonesia  
Email: mohammadmuhyidin29@gmail.com

### **Abstrak**

Kegiatan ekonomi khususnya di bidang perdagangan yang sedang berkembang pesat adalah bisnis dengan sistem waralaba/franchise. Pertumbuhan bisnis waralaba di Indonesia saat ini tergolong sangat pesat, karena melibatkan banyak pengusaha lokal maupun asing yang berperan sebagai pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Brebes, untuk mendeskripsikan dan menganalisis pertumbuhan bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Brebes dan untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto dalam perspektif fiqh muamalah. Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif, yaitu menganalisis dan mendeskripsikan tentang konsep bisnis dan tata cara bagaimana franchise di Sambel Lombok Resto, prosedur-prosedurnya, praktik-praktik franchisenya. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan empiris. Pendekatan empiris dimaksudkan memberikan jawaban-jawaban terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kenyataan yang terjadi di dalam masyarakat yang berhubungan dengan masalah yang hendak dikaji. Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Pendirian Sambel Lombok Resto Brebes diawali dengan adanya suatu agreement atau perjanjian franchise atau waralaba antara pihak manajemen (franchisor) dengan Bapak Abdul Basit, MA selaku franchisee, yang mana dalam perjanjian waralaba tersebut memuat pasal – pasal yang terdiri dari 15 pasal perjanjian. Pertumbuhan Bisnis Franchise/Waralaba Sambel Lombok Resto Brebes Perkembangan Sambel Lombok Resto Brebes sangatlah signifikan, hal ini bisa dibuktikan dengan keberadaannya yang sudah 4 tahun dan adanya penambahan karyawan yang semula 5 orang menjadi 9 orang, oleh karenanya bisa dikatakan jika franchisee telah berhasil dalam memilih bisnis franchise dan juga pernah membuat Sambel Lombok Resto Brebes 2 yang berada di Banjaratama, akan tetapi bertahan cuma 2 tahun dikarenakan kios tempat Sambel Lombok Resto Brebes 2 terkena proyek pelebaran jalan raya dan praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto dalam perspektif fiqh muamalah bisnis Sambel Lombok Resto Brebes merupakan bentuk Syirkah yang secara fiqh muamalah/agama adalah di bolehkan dan secara hukum positif juga diperbolehkan.

**Kata Kunci:** Ekonomi; Perdagangan; Waralaba

### **Abstract**

Economic activity, especially in the trade sector, which is growing rapidly, is a business with a franchise system. The growth of the franchise business in Indonesia is currently very rapid, because it involves many local and foreign entrepreneurs who act as both the giver and the recipient of the franchise. The purpose of this study is to describe and analyze the business practices of the Sambel Lombok Resto Brebes franchise, to describe and analyze the growth of the Sambel Lombok Resto Brebes franchise business and to describe and analyze the Sambel Lombok Resto franchise business practice in the perspective of muamalah fiqh. This research is a qualitative research, which is to analyze and describe the business and franchising procedures at Sambel Lombok Resto, the procedures, the franchise practices. The approach method used in this research uses an empirical approach. Empirical approach to provide answers to problems related to the reality that occurs in society related to the

problem to be studied. The results show that the Sambel Lombok Resto franchise practice The establishment of Sambel Lombok Resto Brebes begins with the existence of an agreement or franchise agreement or franchise between the management (franchisor) and Mr. Abdul Basit, MA as a franchisee, which in the franchise agreement contains articles - articles consisting of 15 articles of agreement. Sambel Lombok Resto Brebes Franchise Business Growth The development of Sambel Lombok Resto Brebes is significant, this can be proven by the existence of 4 years and the addition of employees from 5 to 9 people, therefore it can be said that franchisees are successful in choosing a franchise business and also once made Sambel Lombok Resto Brebes 2, which is located in Banjaratama, will only last 2 years because the kiosk where Sambel Lombok Resto Brebes 2 is affected by a road widening project and the Sambel Lombok Resto franchise business practice in the perspective of fiqh muamalah business Sambel Lombok Resto Brebes is a form of Syirkah that Muamalah/religious fiqh is allowed and positive law is also permitted.

**Keywords:** Economics; Trading; Franchise

## PENDAHULUAN

Bisnis dengan sistem *franchise* pada dasarnya adalah sebuah metode pendistribuan barang dan jasa kepada masyarakat konsumen (Ruauw, 2013). Pemilik metode ini dinamakan franchisor (Adji, 2020), sedangkan pihak yang di beri hak untuk menggunakan metode tersebut di sebut dengan *franchisee* (Bhakti, 2017). Oleh karena itu Franchisee diberi hak untuk menggunakan kumpulan produk, merek dagang (Munawir, 2006) dan sistem bisnis yang diciptakan oleh Franchisor. Bahkan dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia (Muttaqien & SH, 2018), tidak jarang dijumpai peran serta Pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang membanggakan (Prabowo & Muhyidin, 2021), Pengusaha Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) tersebut tidak hanya berperan sebagai penerima waralaba (Imanullah, 2012), namun juga berperan sebagai pemberi waralaba (Noviardy, 2015), fakta ini membuktikan bahwa waralaba dapat dijadikan salah satu alternatif pemberdayaan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) (Soegoto, 2013). Konsep bisnis waralaba (Franchise) akhir – akhir ini telah menjadi salah satu pilihan bisnis yang memberikan warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia (Hariyani, 2021). setidaknya dalam tiga tahun terakhir ini, animo masyarakat Indonesia terhadap peluang munculnya peluang usaha waralaba sangat sangatlah signifikan (Permatasari, 2008). Animo ini terefleksi pada dua cermin yaitu : Jumlah pembeli waralaba (Herdinata, 2016) dan jumlah peluang usaha (*business opportunity*) yang terkonversi menjadi waralaba yang terus meningkat (Hanim, 2022).

Masyarakat Indonesia telah mengenal merek Internasional seperti *Mc Donald*, *Kentucky Fried Chicken* (KFC) (Purnama, 2018), *California Fried Chicken* (CFC), *Bread Talk*, *Starbucks* ataupun *Pizza Hut*. nama-nama tersebut adalah merek asing yang ada di Indonesia. Adapun merek-merek lokal yang sangat berkembang seperti Alfamart, Indomaret dalam bisnis waralaba ritel dan masih banyak lagi merek-merek waralaba ritel di Indonesia. Adapun merek-merek lokal dalam bisnis makanan sekala mikro adalah waralaba fried chicken gerobak seperti Kaff Chicken, Hisana, Ayam Super, Krenchise Chicken, dan lain-lainnya. Adapun merek-merek lokal waralaba yang sedang berkembang dan masuk kategori kelas mikro usaha kecil menengah adalah Rumah Makan Wong Solo, Sambel Layah, Lombok Idjo, Sambel Lombok Resto, Bebek goreng H. Slamet, Geprek Sai, Olive Chicken, Popeye Chicken, Labaik Chicken, Rocket Chicken, Sambel Lombok Resto, The Top Chicken dan lain-lainnya. Merek- merek lokal ini di arahkan pemerintah untuk bernaung di bawah AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Asosiasi ini adalah asosiasi resmi yang di akui oleh Pemerintah Indonesia dalam bidang waralaba. Asosiasi ini merupakan anggota dari IFA (International Franchise Association) yang mana, Ini adalah organisasi franchise skala Internasional. AFI didirikan pada tanggal 22 November 1991 dengan bantuan dari ILO (International Labour Organization) dan Pemerintah Indonesia. Pada Juni 2003, Disponsori oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Sekarang Departemen Perdagangan), Diselenggarakan pemilihan waralaba lokal terbaik yakni : Rumah Makan Wong Solo

(Kategori Restoran), Indomaret (Kategori Retail), ILP (Kategori Pendidikan). Adapun tahun-tahun 2017 dan 2018 dimenangkan oleh Rocket Chicken.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Brebes, untuk mendeskripsikan dan menganalisis pertumbuhan bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Brebes dan untuk mendeskripsikan dan menganalisis praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto dalam perspektif fiqh muamalah. Penelitian ini dapat diharapkan ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum ekonomi syariah pada umumnya dan hukum masyarakat pada khususnya dan diharapkan hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi di bidang karya ilmiah serta bahan masukan bagi penelitian sejenis di masa yang akan datang.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif, yaitu menganalisis dan mendeskripsikan tentang konsep bisnis dan tata cara bagaimana franchise di Sambel Lombok Resto, prosedur-prosedurnya, praktik-praktik franchisanya. Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan empiris. Pendekatan empiris dimaksudkan memberikan jawaban-jawaban terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kenyataan yang terjadi di dalam masyarakat yang berhubungan dengan masalah yang hendak dikaji. Tujuan pertama dari data dalam penelitian ini adalah untuk mendapatkan sumber data yang berkaitan dengan obyek yang diteliti yaitu Sambel Lombok Resto Brebes. Adapun didalam penelitian ini, ada dua jenis sumber data yang digunakan yaitu data primer dan data sekunder.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bisnis kuliner dengan konsep sambel pedas saat ini memang sedang tren. Tak ayal, banyak rumah makan yang menawarkan konsep demikian. Salah satunya adalah restoran yang bermarkas di Tangerang Selatan ini. Rasa pedas sepertinya sudah tak asing lagi bagi lidah masyarakat Indonesia. Orang-orang yang menggemari rasa pedas biasanya merasa ketagihan akan sensasi rasa terbakar di mulut ketika sedang makan. Tidak heran pula bila di seluruh penjuru Indonesia terdapat beragam sambal khas masing-masing daerah. Peluang bisnis kuliner inilah yang ditangkap secara jeli oleh Aden Subagio dengan mendirikan Restoran Sambel Lombok.

Insting bisnis Aden mulai terasah ketika dirinya mengamati sebuah rumah makan dengan konsep ayam goreng dengan menawarkan berbagai sambal racikan tradisional yang selalu ramai oleh para pembeli. Berbekal pengetahuan tersebut, Aden terinspirasi untuk menjalankan sebuah peluang bisnis dengan makanan yang enak, harga kaki lima serta pelayanan yang ramah serta lokasi yang strategis.

Restoran Sambel Lombok ternyata diterima dan digemari oleh masyarakat khususnya di wilayah Tangerang Selatan. Saking larisnya, hanya dalam waktu 2 tahun Aden mampu membuka cabang baru. Animo masyarakat yang besar kemudian membuat Aden dapat membuka beberapa cabang baru lainnya yang tersebar di beberapa daerah.

Sambel Lombok menggunakan bangunan permanen dengan nuansa modern khas warna merah di gerainya. Menu yang disajikan pun sangat unik dan beragam. "Di Sambel Lombok terdapat seperti paket ayam goreng, ayam bakar, lele goreng, tempe mendoan ini dibuka dari Rp10.000 net hingga Rp45.000 net per porsi. Selain itu, sambel khas yang ditawarkan pastinya sangat cocok bagi pecinta makanan pedas, karena rasa sambel tersebut dibuat dari cabai yang masih segar tanpa campuran bahan kimia seperti bumbu ekstrak tambahan," kata Aden Subagio.

Diakui Aden, bisnis kulinernya ini mampu memiliki margin keuntungan sekitar 60%-70%. Hal ini lantaran menu yang ditawarkan sangat terjangkau dan rasa sambalnya yang khas membuat restoran ini semakin diminati di semua kalangan. Hingga awal tahun 2017, Sambal Lombok sudah memiliki 5 cabang yang tersebar di Tangerang Selatan, seperti di Karawaci, Pamulang, Pondok Benda, Pondok Petir. Aden bertekad untuk selalu menyajikan

produk kuliner yang berkualitas serta sesuai dengan selera dan kecek masyarakat. Bisnis kuliner unik ala Aden juga senantiasa menginspirasi bisnis kuliner lainnya agar selalu berinovasi dan mampu membaca selera pasar. Aden menyadari betapa besarnya potensi bisnis kuliner serba sambal yang ia jalankan saat ini. Ia kemudian mulai membuka sistem franchise agar usahanya ini tidak ditiru oleh pihak-pihak lain. Standard waralaba yang ketat dan detail membuat Sambel Lombok selalu menyajikan produk kuliner dan pelayanan yang berkualitas.

Sambel Lombok Resto Brebes mulai beroperasi pada tanggal 13 November 2017 dengan nama pemilik Bapak Abdul Basit Yang beralamat Jl. Wahid Hasyim No. 33 Dukuh Tengah Kecamatan Ketanggungan Kabupaten Brebes Jawa Tengah atau tepatnya yaitu di Samping Sebelah Utara Yogya Mall Ketanggungan.

Adapun jam operasional resto adalah pukul 09.00 wib sampai dengan pukul 21.30 wib, dengan jumlah karyawan yaitu 9 orang yang terdiri dari shift pertama dan shift kedua dan tiap shift terdiri dari 4 atau 5 karyawan. Adapun pembagian shift terdiri dari shift pertama masuk pukul 08.00 wib dan pulang pukul 16.00 WIB dan shift kedua masuk pukul 13.30 wib dan pulang pukul 21.30 WIB.

Dengan sistem libur satu kali dalam seminggu selain hari minggu atau tanggal merah. Adapun unsur – unsur yang harus dipenuhi dalam pembukaan outlet waralaba (franchise) Sambel Lombok Resto adalah adanya perjanjian, menjual produk/jasa dengan merek dagang pemilik waralaba (Franchisor), pemilik waralaba (Franchisor) membantu pemakai waralaba (*franchisee*) dibidang pemasaran, manajemen dan bantuan tehnik lainnya.

Fiqh muamalah didalamnya terdapat istilah yang sering kita dengar yaitu syirkah atau musyarakah yang dalam bahasa Indonesia bisa diartikan sebagai perikatan ataupun kemitraan. Syirkah dan waralaba merupakan dua buah sistem kerjasama yang unik. Pada satu sisi, keduanya merupakan sistem kerjasama yang memiliki dasar atau landasan hukum yang berbeda. Akan tetapi di sisi lain, tata cara pelaksanaan keduanya secara garis besar memiliki kesamaan.

Persamaan yang terdapat dalam dua sistem tersebut (syirkah dan waralaba) antara lain adalah adanya pihak yang berserikat (bekerjasama), adanya barang (dalam bentuk uang atau yang lain) yang telah disepakati sebagai objek dari kerjasama, serta adanya perjanjian (akad) kerjasama yang tertulis dengan aturan-aturan yang disesuaikan dengan sistem kerjasama dan disepakati oleh seluruh pihak yang bekerjasama.

Syirkah uqud atau kerjasama dalam perdagangan, memiliki lima jenis (Humaemah, 2019) yaitu terdiri dari dua atau beberapa pihak yang berserikat dalam modal dan tenaga (Shalihah, 2016), ini disebut syirkah inan, berserikat dalam sebuah transaksi dimana salah satu pihak dengan harta atau modal dan pihak lain dengan tenaga, inilah yang disebut syirkah mudharabah, berserikat dalam sebuah transaksi dimana semua pihak tidak memiliki modal tetapi mereka bisa mengadakan barang dengan modal kepercayaan, kedudukan dan semisalnya, ini disebut syirkah wujud, berserikat dalam usaha dengan badan atau tenaga mereka dalam sebuah bisnis dan mereka berbagi keuntungan yang didapat, ini disebut syirkah abdan dan terakhir syirkah mufawadhah, dimana salah satu orang yang berserikat mendelegasikan semua pengelolaan uang dan aktivitas jual beli, menjual, membeli, mengadakan pinjaman, menugaskan seseorang, menggadaikan perjalanan dagang dan lainnya kepada teman sekutunya, masalah keuntungan dan kerugian dibagi sesuai dengan kesepakatan.

Adapun dari praktik *franchise* di Sambel Lombok Resto yang secara eksplisit mengandung nilai – nilai fiqh muamalah yang tidak tertuang dalam perjanjian waralaba antara lain di dalam paraktik franchise di Sambel Lombok Resto Brebes sendiri sudah terpampang dengan jelas mengenai harga dari menu yang di jual, harga jual meliputi harga paketan yaitu nasi, ayam, minuman atau paket komplit itu harganya berapa dan ada juga harga satuan, produk yang digunakan baik ayam ataupun bumbu marinasi untuk ayam crispy harus bersertifikat halal dari Majelis Ulama Indinesia (MUI), untuk Sambel Lomok Resto Brebes sendiri menggunakan produk ayam dari PT. Ciomas Adisatwa Subang Jawa Barat.

## SIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto Pendirian Sambel Lombok Resto Brebes diawali dengan adanya suatu agreement atau perjanjian franchise atau waralaba antara pihak manajemen (franchisor) dengan Bapak Abdul Basit, MA selaku franchisee, yang mana dalam perjanjian waralaba tersebut memuat pasal – pasal yang terdiri dari 15 pasal perjanjian. Pertumbuhan Bisnis Franchise/Waralaba Sambel Lombok Resto Brebes Perkembangan Sambel Lombok Resto Brebes sangatlah signifikan, hal ini bisa dibuktikan dengan keberadaannya yang sudah 4 tahun dan adanya penambahan karyawan yang semula 5 orang menjadi 9 orang, oleh karenanya bisa dikatakan jika franchisee telah berhasil dalam memilih bisnis franchise dan juga pernah membuat Sambel Lombok Resto Brebes 2 yang berada di Banjarnegara, akan tetapi bertahan cuma 2 tahun dikarenakan kios tempat Sambel Lombok Resto Brebes 2 terkena proyek pelebaran jalan raya dan praktik bisnis franchise/waralaba Sambel Lombok Resto dalam perspektif fiqh muamalah bisnis Sambel Lombok Resto Brebes merupakan bentuk Syirkah yang secara fiqh muamalah/agama adalah di bolehkan dan secara hukum positif juga diperbolehkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adji, Hari Supto. (2020). Perjanjian Waralaba (Franchising) Dalam Hukum Perjanjian Indonesia Dan Bertendensi Mengandung Klausul Tying-In. *Jurnal Yustisiabel*, 4(1), 40–56.
- Bhakti, Indira Swasti Gama. (2017). Rahasia Dagang Dalam Usaha Franchise Di Bidang Kuliner. *Literasi Hukum*, 1(1).
- Hanim, Lathifah. (2022). Perlindungan hukum haki dalam perjanjian waralaba di indonesia. *Jurnal Hukum*, 26(2), 571–589.
- Hariyani, Rustinah. (2021). Tinjauan Yuridis Perjanjian Bisnis Waralaba (Franchise) Antara Franchisor Dan Franchisee Dalam Dinamika Perekonomian Di Indonesia. *Journal of Law (Jurnal Ilmu Hukum)*, 6(2), 420–435.
- Herdinata, Ilham. (2016). *Kontrak Franchise sebagai agunan kredit dalam hukum jaminan di Indonesia*.
- Humaemah, Ratu. (2019). Persyaratan Khusus Dalam Ragam Akad Syirkah Pada Literatur Fikih Mazhab. *Ulumuddin: Jurnal Ilmu-Ilmu Keislaman*, 9(1), 61–80.
- Imanullah, Moch Najib. (2012). Waralaba sebagai instrumen pengentasan kemiskinan di indonesia. *Jurnal Mimbar Hukum*, 24(2), 40727.
- Munawir, Zaini. (2006). *Kajian Franchise (Waralaba) Dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997*.
- Muttaqien, H. Dadan, & SH, M. (2018). *Sistem Bisnis Franchise Pada Travelmie Puncaknya Jogja Dalam Prespektif Hukum Islam*.
- Noviardy, Andrian. (2015). Peningkatan Pemberdayaan Perempuan Melalui Keberadaan Waralaba Mikro (Micro Franchising) Di Kota Palembang. *Prosiding Conference On Management and Behavioral Studies 2015 Universitas Tarumanegara*, 34–39.
- Permatasari, Mahdiati Fauziyah. (2008). *Ketidakseimbangan Kedudukan Antara Franchisor Dan Franchisee Dalam Pelaksanaan Franchise Agreement*.
- Prabowo, M. Shidqon, & Muhyidin, M. (2021). Analisis Praktik Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Persaingan Usaha (Studi Komparatif Sambel Lombok Resto Dan Rocket Chicken Kota Brebes). *QISTIE*, 14(1), 83–96.
- Purnama, Alisia Melinda. (2018). *Pengaruh Budaya Imperatif, Budaya Adiafora Dan Budaya Eksklusif Terhadap Keputusan Pembelian Produk Internasional Mcdonald's*.
- Ruauw, Merry T. J. (2013). Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise. *Jurnal Hukum Unsrat*, 1(1), 111–119.
- Shalihah, Maratun. (2016). Konsep Syirkah Dalam Waralaba. *Jurnal Tahkim*, 12(2).
- Soegoto, Eddy Soeryanto. (2013). *Entrepreneurship menjadi pebisnis ulung*. Elex Media Komputindo.