

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Islam dianggap sebagai agama yang unggul di antara semua agama di dunia karena kesempurnaannya.¹ Agama ini mencakup seperangkat peraturan yang mengatur segala aspek kehidupan, mulai dari ibadah kepada Allah SWT hingga urusan dunia seperti bermuamalah. Islam memiliki konsep bisnisnya sendiri. Islam juga mengatur konsep *syirkah* atau kerja sama dalam perdagangan. *Syirkah* berarti kerja sama antara dua orang atau lebih untuk berbisnis atau tentang harta kekayaan.²

Bagi individu Muslim, mu'amalah adalah sebagian dari kehidupan di dunia yang memfasilitasi pengembangan usaha dan penciptaan inovasi sesuai dengan evolusi zaman. Namun, kebebasan dalam berbisnis dan bermitra tetap terikat pada prinsip-prinsip Islam yang menegaskan pentingnya mengedepankan kebaikan serta menghindari segala yang dapat menimbulkan kerugian.³ Semakin berkembangnya zaman maka memunculkan ide-ide bisnis baru dengan berbagai mekanisme serta sistem pemasaran untuk memperluas kegiatan bisnis, semuanya telah berkembang seperti badai. Hal ini menyebar

¹ Fuadi, Ahmad "Studi Islam (Islam Eksklusif Dan Inklusif)" Jurnal Wahana Inovasi, Vol 7 No 2, Desember 2018.

² Ghufroon dan Fahmiyah, "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam," Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah Vol. 3 No. 1 January 2019 Page 130-147 Hlm. 143.

³ Susanto, Burhannudin, "Pendapat Al-Mazhab Al-Arba'ah Tentang Bentuk Syirkah Dan Aplikasinya Dalam Perseroan Modern", Jurnal Syariah dan Hukum Vol. 6 No.1 Juni 2014 menyebutkan *Syirkah* dikaji dalam kitab-kitab fiqh karya ulama baik muta'adimin maupun mutaakhirin (kontemporer). Diantara ulama muta'adimin yang membahas bab syirkah adalah para imam mazhab seperti Abu Hanifah (80H - 150H), Imam Malik (93H - 179H) (150H - 204H) dan Imam Hambali (164H - 241H).

ke beragam sektor, termasuk kemajuan di bidang ilmu pengetahuan, teknologi, dan pertumbuhan ekonomi. Pertumbuhan ekonomi tercermin dari bertambahnya jumlah usaha yang sudah stabil atau yang baru mulai berkembang. Terutama dalam era globalisasi, masyarakat didorong untuk terus berinovasi guna menciptakan hal-hal baru, dengan tujuan akhirnya mendapatkan pendapatan tambahan yang sesuai dengan kebutuhan mereka, khususnya dalam Kehidupan bisnis.

Kata "bisnis" berasal dari bahasa Inggris "*business*" yang mengacu pada kegiatan komersial. Secara umum, bisnis diartikan sebagai aktivitas komersial yang terjadi secara teratur dan berkesinambungan oleh individu atau kelompok, termasuk penyediaan barang atau jasa serta penawaran barang tersebut untuk dijual, ditukar, atau disewakan dengan tujuan memperoleh keuntungan. Salah satu pendekatan yang tengah populer saat ini adalah melalui pengelolaan bisnis menggunakan sistem waralaba (*franchise*).⁴

Franchisee, istilah asal Perancis, menggambarkan pembebasan dari batasan-batasan tertentu.⁵ Dalam konteks waralaba, hal ini menandakan kebebasan bagi seorang pengusaha untuk menjalankan bisnis dalam kerangka yang telah ditetapkan. Awalnya, Waralaba bukan sekadar bisnis biasa, tetapi jugamerupakan konsep, teknik, atau sistem pemasaran yang bisa diadopsi oleh bisnis tertentu.⁶

⁴ Ghufron and Fahmiyah, "Konsep Waralaba Perspektif Ekonomi Islam."

⁵ Burton Simatupang, "Aspek Hukum Dalam Bisnis". (Jakarta : Asdi Mahasatya, 2003) hlm .23.

⁶ Ricard Burthon Simatupang, "Aspek Hukum Dalam Bisnis", edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm. 56.

Perusahaan memperluas jangkauannya tanpa berinvestasi langsung di toko, tetapi melibatkan kerjasama pihak lain yaitu kemitraan. Secara umum, argumen yang mewakili masalah terkait waralaba ini adalah berdasarkan perserikatan atau kemitraan pada Al-Qur'an Q.S. Shad:24

قَالَ لَقَدْ ظَلَمَكَ بِسُؤَالِ نِعَجَتِكَ إِلَىٰ نِعَاجِهِ ۖ وَإِنَّ كَثِيرًا مِّنَ الْخُلَطَاءِ لَيَبْغِي
بَعْضُهُمْ عَلَىٰ بَعْضٍ إِلَّا الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَقَلِيلٌ مَّا هُمْ ۗ
وَوَظَنَّ دَاوُودُ أَنَّمَا فَتَنَّاهُ فَاسْتَغْفَرَ رَبَّهُ وَخَرَّ رَاكِعًا وَأَنَابَ

Daud berkata: Dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang berserikat itu sebahagian mereka berbuat zalim kepada sebahagian yang lain, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal yang saleh; dan amat sedikitlah mereka ini. Dan Daud mengetahui bahwa Kami mengujinya; maka ia meminta ampun kepada Tuhannya lalu menyungkur sujud dan bertaubat.⁷

Kegiatan *muamalah* atau bisnis, disarankan untuk mengikatnya melalui perjanjian atau akad yang memenuhi kriteria perjanjian yang sah, sesuai dengan “Pasal 1320 KUH Perdata.” Kriteria yang harus dipenuhi meliputi keberadaan perjanjian, kapabilitas, objek yang spesifik, dan alasan yang beralasan. Jika syarat-syarat ini terpenuhi, maka perjanjian tersebut dianggap sah secara hukum dan berlaku dengan wajar bagi semua pihak yang terlibat. Dan tentunya waralaba atau *franchise* dilakukan oleh para pihak dengan menggunakan perjanjian dalam

⁷ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: Qur'an Kemenag in Microsoft Word, 2019) Surah Shad ayat 24

bentuk kontrak lisan atau tertulis, yang merupakan alat untuk memandu hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*. Kontrak ini mencakup syarat, ketentuan dan komitmen yang dibuat oleh *franchisor* dan diberikan kepada *franchisee*. Kontrak tersebut juga memuat ketentuan tentang hak dan kewajiban pemberi waralaba, royalti yang harus dibayarkan pemberi waralaba kepada pemberi waralaba, dan ketentuan lain yang berkaitan dengan pemberi waralaba dan pemberi waralaba. meskipun hal ini tidak menutup kemungkinan terjadinya hubungan yang tidak wajar, sehingga kepercayaan dalam menjalin hubungan bisnis sangatlah penting.⁸

Usaha waralaba yang bergerak di bidang sektor minuman yang sedang berkembang dan populer tahun-tahun ini adalah Es Teh, banyak sekali jenis Es Teh ada Es Teh Poci, Es Teh Nusantara,⁹ Akan tetapi yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Waralaba Es Teh Anak Negeri yaitu salah satu *brand* minuman yang saat ini sedang naik daun yang tidak hanya memiliki daya tarik dari segi rasa nya yang bervariasi. tetapi juga menarik minat calon pewaralaba dalam bekerja sama di waralabanya tersebut. Bentuk kerja sama yang ditawarkan kemitraan Es Teh Anak Negeri adalah *franchise* Mandiri, yang mana pewaralaba membeli merk dagang dari Es Teh Anak Negeri dengan harga Rp

⁸ Franchisee business sustainability model tergambar pada pandangan (Davies et al., 2011). yang dikutip dari jurnal Problems and Perspectives in Management menjelaskan bahwa “*A contract is a tool in guiding the franchisor and the franchisee relationship. Even so, it does not rule out the possibility of an improper relationship. Therefore, trust in establishing business relationships is essential.*” Prihandono, Wijayanto, and Cahyaningdyah, “Franchise Business Sustainability Model,” hlm 388.

⁹ Berdasarkan Hasil observasi yaitu mengamati berbagai stand yang sedang marak berkembang saat ini dan hampir tiap kilometer ada berbagai jenis Es Teh dengan merk yang berbeda

4.000.000,00 (Empat juta rupiah) Sudah *include* dengan stand, bahan, peralatan dll, siap jual.¹⁰ Hal tersebut termuat didalam kontrak kemitraan Es Teh Anak Negeri. Kontrak tersebut juga menjelaskan tentang Hak dan kewajiban pewaralaba yaitu, melisensikan HAKI dan memberikan merek atau nama dagang kepada pewaralaba, sedangkan hak dan kewajiban waralaba adalah menggunakan instruksi pewaralaba, atribusi royalti, dan menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual yang dilisensikan, juga dilarang memperjualbelikan merk dagang, Namun didalam kontrak Kemitraan tidak termuat sanksi apabila salah satu pihak lalai atau terjadi wanprestasi padahal didalam dasar hukum tentang merek, Apabila Salah satu pihak atau kedua belah pihak telah melanggar hal yang termuat didalam Undang-Undang Merek No. 20 Tahun 2016, maka akan dipidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan denda sebesar Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Situasi tersebut menimbulkan keprihatinan terkait potensi perkembangan waralaba di Indonesia yang bisa berujung pada dominasi pasar secara monopoli.

Maka dari itu yang menjadi permasalahan adalah adanya ketidakjelasan dan ketidaksesuaian kontrak dari kemitraan Es Teh Anak Negeri, sehingga menimbulkan sebuah kasus dimana seorang dengan inisial TM, ia merupakan seorang pewaralaba yang membeli merk dagang dari kemitraan Es Teh Anak

¹⁰ Berdasarkan isi kontrak kemitraan Es Teh Anak Negeri Pasal 2 Ayat 1 tentang biaya dan cara pembayaran

Negeri tetapi menjual kembali merk dagang yang dibelinya.¹¹ Dari permasalahan ini, kemungkinan mengarah kepada sistem permonopolian dagang, Meski sudah ada payung hukum tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (KUH Dagang),¹² Maka dari itu Pewaralaba perlu memahami surat perjanjian kemitraan dan unsur yang penting mengenai isi dari surat Perjanjian.¹³ Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui lebih jauh mengenai ketentuan hukum yang ada pada perjanjian kerjasama mitra usaha Es Teh Anak Negeri serta tinjauan hukum menjual kembali merk dagang yang dibeli dari *franchise* Es Teh Anak Negeri dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam.”**

A. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah :

1. Bagaimana kontrak kerjasama pada perjanjian waralaba mitra usaha Es Teh Anak Negeri?

¹¹ Berdasarkan hasil Wawancara bertempat di jalan manarap baru pada stand Es Teh Anak Negeri beliau berkata *“Saya membeli tidak langsung ke pusatnya karena memang saya tidak tau dan tidak paham jadi saya membelinya dengan inisial TM”* tanggal 31 Desember 2022.

¹² Sitompul, Syaparudin, dan Suranta, “Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Franchise,” Jurnal Mercatoria, Vol.3 No.2 Tahun 2010, hlm.146.

¹³ Franchise business sustainability model tergambar pada pandangan (Davies et al., 2011). yang dikutip dari jurnal *Problems and Perspectives in Management* menjelaskan bahwa *“A contract is a tool in guiding the franchisor and the franchisee relationship. Even so, it does not rule out the possibility of an improper relationship. Therefore, trust in establishing business relationships is essential.”* Prihandono, Wijayanto, and Cahyaningdyah, “Franchise Business Sustainability Model,” *This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License,* 2021. hlm.388.

2. Bagaimana tinjauan hukum menjual kembali merk dagang yang dibeli dari *franchisee* Es Teh Anak Negeri?

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kontrak kerjasama pada perjanjian waralaba mitra usaha Es Teh Anak Negeri.
2. Untuk mengetahui tinjauan hukum menjual kembali merk dagang yang dibeli dari *franchisee* Es Teh Anak Negeri.

C. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis, termasuk:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk meluaskan pemahaman tentang hukum positif dan hukum Islam, sambil memberikan pengetahuan tentang aspek hukum dalam perjanjian bisnis kemitraan yang sering diidentifikasi sebagai *franchisee*, dan juga persyaratan yang relevan dalam perjanjian atau kontrak.

2. Secara Praktis

- a. Untuk penulis: Sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan dalam menulis karya ilmiah, serta sebagai kesempatan untuk memperluas pengetahuan.

- b. Bagi lingkungan akademis: Penelitian ini memiliki potensi kontribusi yang besar dalam memperkaya perkembangan pengetahuan, merangsang refleksi,

dan analisis. Hal ini terutama relevan bagi mahasiswa program Hukum Ekonomi Syariah.

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman yang mungkin muncul dari beragam interpretasi terhadap penelitian ini, penting untuk memberikan definisi yang jelas untuk istilah-istilah yang digunakan:

1. Perjanjian merupakan saat di mana seseorang memberikan komitmen atau menerima komitmen dari pihak lain,¹⁴ yang menegaskan hubungan hukum antara mereka untuk menjalankan suatu tindakan atau kewajiban. Perjanjian ini melibatkan setidaknya dua pihak yang saling menyetujui suatu kesepakatan. Ini adalah suatu kontrak hukum di antara dua individu atau entitas yang didasarkan pada prinsip bahwa jika satu pihak memiliki hak untuk menuntut sesuatu dari pihak lain, maka pihak lain memiliki kewajiban untuk memenuhi tuntutan tersebut.¹⁵ Dalam konteks penelitian ini, mengacu pada perjanjian *franchisee* yang telah disetujui oleh kedua belah pihak.
2. Waralaba adalah sebuah perjanjian strategis dalam dunia bisnis di mana pemberi waralaba memberikan izin kepada individu atau perusahaan lain

¹⁴ Franchise business sustainability model tergambar pada pandangan (lee at al., 2015) yang dikutip dari jurnal *Problems and Perspectives in Management* menjelaskan bahwa “*Franchising is an agreement in a business strategic alliance in which the franchisor provides a license to an individual or other company, and the franchisee runs a business as determined in a certain period, where the franchisor gives the right and business license and in return, the franchisor will earn royalties and other types of payments*” Prihandono, Wijayanto, and Cahyaningdyah, “Franchise Business Sustainability Model”, 2021, hlm.384.

¹⁵ Ruauw, Merry, “Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor Dan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise,” *Jurnal Hukum*, Vol.1 No.1 Juni 2013, hlm. 115.

untuk menjalankan operasi bisnis menggunakan merek dagang atau sistem yang dimiliki oleh pemberi waralaba.¹⁶ Penerima waralaba diberikan hak untuk mengelola bisnis tersebut dalam jangka waktu tertentu dengan membayar royalti kepada pemberi waralaba sebagai imbalan atas penggunaan merek dagang atau sistem tersebut.¹⁷ Hal ini menciptakan sebuah kemitraan yang bertujuan untuk memberikan keuntungan bersama di sektor penyediaan layanan dan produk kepada konsumen. Dalam konteks penelitian ini, penelitian difokuskan pada Waralaba Es Teh Anak Negeri.

3. Mitra usaha adalah suatu organisasi atau perusahaan yang ingin bekerjasama dengan perusahaan yang lebih kecil dari dirinya.¹⁸ Atau dapat diartikan sebagai hubungan kerja sama antara usaha kecil dan usaha yang lebih besar, dengan mempertimbangkan segala manfaat dan kebutuhannya.¹⁹ Mitra Usaha yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mitra usaha es teh anak negeri yaitu sebuah perusahaan pemilik merk yang bersedia untuk bekerjasama dengan penerima waralaba Sebagai pemilik bisnis *franchise*, Tugas pemilik waralaba adalah memberikan lisensi dan hak distribusi kepada perusahaan yang dimilikinya, termasuk merek, produk, dan sistem operasi yang sudah selaras.²⁰ Beberapa penulis berpendapat bahwa pewaralaba harus dianggap

¹⁶ “Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Bisnis Syari`Ah” - Repository IAIN Kediri.”

¹⁷ Awanda, Irfan, Muchamad Iqbal, Asep Abdul, Sofyan, “Sistem Informasi Pelayanan dan Controlling Franchise Berbasis Web” Jurnal Sisfotek Glowbal, Vol.8 No.2, September 2018.

¹⁸ “Analisis Yuridis Perjanjian Kemitraan Dalam Perusahaan Peternakan (Studi Di PT. Leong Jaya Indo).”

¹⁹ ID, “Pengertian Mitra Usaha Adalah.” <https://jagad.id/pengertian-mitra-usaha/>

²⁰ “Bisnis Franchise: Kenali Pengertian Dan Keuntungannya.”

sebagai pelanggan karena pemilik waralaba menjual format bisnis kepada mereka (misalnya Davies et al., 2011). Bahkan, franchisor dapat berulang kali membeli produk dari supplier yang telah ditunjuknya atau langsung dari franchisor (Michael, 2000) dan membayar biaya tambahan untuk perpanjangan kontrak atau pemilik waralaba multi-unit (Blair & Lafontaine, 2005)²¹

4. Kontrak adalah ketentuan yang diatur dalam hukum kontrak, termasuk asas mengikat para pihak yang terikat kontrak. Dalam hukum Arab kontemporer, kontrak waralaba sering disebut sebagai *'aqd al-imtiyaz al-tijārī* meskipun tidak langsung konsep korelatif dalam hukum Islam klasik (Muhammad, 2012).²² Kontrak yang dimaksud dalam penelitian ini adalah MUO (Nota kesepahaman) atau kontrak dalam hubungan kemitraan atau pemberian lisensi, alat untuk memandu hubungan *franchisor* dan *franchise*
5. Hukum Islam adalah hukum yang bersumber dari Alquran dan Sunnah (tradisi Muhammad bin Abdullah, nabi terakhir). Sunnah Muhammad mencakup hal-

²¹ Franchisors'perceived roles of franchisees as customers and employees tergambar pada pandangan (Davies et al., 2011), (Michael, 2000), (Blair & Lafontaine, 2005) yang dikutip dari jurnal OF STRATEGIC MARKETING menjelaskan bahwa "*The franchising literature implicitly views franchisees as customers and employees. Some authors argue that franchisees should be perceived as customers because franchisors sell business formats to them (e.g. Davies et al.,2011). Indeed, franchisees may repeatedly purchase products from franchisor-appointed suppliers or directly from franchisors(Michael,2000) and pay additional fees to renew their contracts or become multi-unit franchisees (Blair & Lafontaine,2005).*" Raha, Aved Ilir Hajdini "Franchisees with Multiple Stakeholder Roles," Routledge :Austria, 2020. hlm.164.

²² Franchisee contract tergambar pada pandangan (Muhammad, 2012) yang dikutip dari jurnal The Law and Regulation of Franchising menjelaskan bahwa "*In the contemporary Arab legal literature, franchise contract is commonly known as 'aqd al-imtiyāz al-tijārī even though there is no direct correlative concept in classical Islamic law.*" Oseni, Umar.A, "The Law and Regulation of Franchising in Malaysia's Islamic Finance Industry: Problems, Prospects and Policies", GJAT:Kuala Lumpur, Malaysia, 2016. hlm.40.

hal yang dia katakan, yaitu haditsnya, serta hal-hal yang dia lakukan atau hindari. Dua unsur ini, Al-Qur'an dan As-Sunnah, merupakan bagian dari Syariah, sumber dari semua prinsip hukum dan kehidupan Islam.²³ Hukum islam yang dimaksud dalam penelitian ini adalah telaah perjanjian kerjasama waralaba yang dikaitkan dalam hukum islam, kaidah hukum Islam yang berbunyi, “*Pada dasarnya perjanjian (akad) itu adalah kesepakatan para pihak dan akibat hukumnya adalah apa yang mereka tetapkan melalui janji*”.²⁴

Hukum Islam yang ditekankan dalam penelitian ini terkait dengan prinsip-prinsip *Syirkah* dan *Murabahah*. Dalam konteks waralaba, terdapat satu model kemitraan bisnis yang dikenal sebagai *Syirkah* atau perserikatan, yang menggambarkan kerjasama dan kolaborasi.²⁵ *Syirkah*, menurut Imam Al-Syafi'i, merujuk pada hak untuk bekerja sama antara dua orang atau lebih dalam sebuah kesepakatan. Oleh karena itu, dalam pandangan Islam, prinsip

²³ Islamic law “The are two primary sources of Islamic law-the Qur'an (Koran)” and the Sunnah (traditions of Muhammad ibn Abdullah, the last prophet of Islam). The Sunnah's of Muhammad includes the things he said, i.e. his hadith, as well as the things he did or refrained from doing. These two elements, Qur'an and Sunnah, comprise what is known as the Shari'ah—the source from which all principles of Islamic law and life flow.” Ramadan, *Understanding Islamic Law*, AltaMira Press: United states of America, 2006. hlm. 4.

²⁴ Taufiqul, Hulam, “Kebebasan Berakad Dalam Hukum Islam Dan Implementasinya Pada Akad-Akad Perbankan Syariah Di Indonesia,” Ringkasan Disertasi pada Program Doktor (S3) Ilmu Hukum Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta, 2014, hlm. 87-88.

²⁵ Matnin and Asy'ari, “Bisnis Waralaba (Francise) Studi Pendekatan Hybrid Contract,” *Jurnal Ekonomi dan Perbankan*, Vol.1 No.2, Juli 2020, hlm.11.

ini menjadi salah satu aspek *muamalah* yang dapat diterapkan oleh komunitas Muslim.²⁶

6. Hukum positif merupakan hukum di Indonesia yang melibatkan seperangkat prinsip tertulis dan tak tertulis yang berlaku saat ini dengan kekuatan mengikat secara umum atau khusus. Penegakannya dilakukan oleh pemerintah atau pengadilan. Konsep hukum positif ini mencakup ide bahwa hukum tertulis diintegrasikan ke dalam kehidupan masyarakat tanpa perlu persetujuan dari badan legislatif yang berwenang membuat undang-undang.²⁷ Dalam konteks penelitian ini, bagian dari sistem waralaba dalam hukum positif adalah yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, bersama dengan peraturan dan penafsiran hukum positif lain yang berkaitan dengan perjanjian, serta regulasi hukum sipil.

E. Penelitian Terdahulu

Sejauh Ini Penelaahan Penulis Mengenai Penelitian Tentang Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam belum ada penelitian yang khusus terhadap topik ini, penulis mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya untuk memberikan gambaran awal kepada pembaca. Pentingnya kajian pustaka

²⁶ Devi Suvera, Skripsi “Studi Terhadap Pemikiran Imam Al-Syafi’i Tentang Syirkah.” (Riau :UIN Sultan Syarif Kashim, 2013). Hal.48.

²⁷ Suhartono, Slamet “Hukum Positif Problematik Penerapan Dan Solusi Teoritiknya,” Jurnal Ilmu Hukum, Vol.15 No.2, Januari 2020, hlm. 202.

dalam konteks ini adalah untuk membedakan penelitian ini dari karya-karya penelitian sebelumnya.

1. Skripsi yang ditulis oleh Ojak Situmeang NIM. 08.20.0047 Fakultas Hukum Tahun 2012 Universitas Soegijapranata Semarang dengan judul : **“Pelaksanaan Perjanjian Franchise Pada Rocket Chicken Sampangan Ditinjau Dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba”**.²⁸ Skripsi ini menjabarkan langkah-langkah eksekusi perjanjian bisnis waralaba dan mengenali rintangan yang muncul dalam menjalankan perjanjian franchise Rocket Chicken, sementara penelitian penulis menyelidiki regulasi hukum yang terdapat dalam perjanjian kerjasama dan evaluasi hukum terkaitnya. Perbedaan di antara keduanya terletak pada titik berat penelitian, struktur topik yang dibahas, dan pendekatan analisis hukum yang diterapkan.
2. Skripsi yang ditulis oleh Cici Alqoriyani NIM. 1421030338 Program Studi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Syari’ah Tahun 2021 Universitas Islam Raden Intan Lampung dengan Judul : **“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerjasama Penjualan Kebab Dengan System Franchise (Studi Kasus Kantor Arofah Kebab Cabang Bandar**

²⁸ Ojak Situmeang, Skripsi “Pelaksanaan Perjanjian Franchise Pada Rocket Chicken Sampangan Ditinjau Dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.”(Semarang:Univeristas Katolik Soegijapranata, 2010).

Lampung).”²⁹ Skripsi ini membahas tentang adanya ketidaksesuaian dalam perjanjian awal dengan praktik yang terjadi. Skripsi Cici hanya membahas tinjauan hukum Islam juga memakai Penelitian empiris sedangkan penelitian penulis menggabungkan antara hukum positif dan islam sehingga akan menjadi sebuah kesinambungan. Persamaan terletak pada sistem yaitu sama sama meneliti sistem waralaba (*franchise*).

3. Skripsi yang ditulis oleh Eva Juniarti NIM. 1522201113 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tahun 2019 IAIN Purwokerto dengan Judul : **“Analisis Akad Syirkah Mudarabah dalam Kemitraan Franchise CV. Extra Pedas Purwokerto.”**³⁰ Skripsi ini terfokus pada akadnya yaitu Syirkah Mudarabah dalam waralaba, yaitu bagi hasil sedangkan penelitian penulis membahas tentang Syirkah murabahah yaitu perserikatan atau kemitraan. Kesamaan antara penulis yaitu sama-sama menitikberatkan penelitian pada sistem kerjasama waralaba (*franchisee*) melalui pendekatan kualitatif.
4. Skripsi yang ditulis oleh Annisa Dyah NIM. 206046103806 Fakultas Syariah dan Hukum Tahun 2010 UIN Syarif Hidayatullah dengan Judul : **“Konsep Franchise Fee dan Royalty Fee pada Waralaba Bakmi Tabet Menurut Prinsip Syariah.”**³¹ Skripsi ini membahas tentang *Franchise Fee* dan

²⁹ Cici Alqoriyani, Skripsi“Tinjauan Hukum Islam Terhadap Praktik Kerjasama Penjualan Kebab Dengan Sistem Franchise (Studi Kasus Kantor Arofah Kebab Cabang Bandar Lampung)” (Lampung : Universitas Islam Raden Intan, 2021).

³⁰ Eva Juniarti, “Analisis Akad Syirkah Muḍārabah Dalam Kemitraan Franchise Cv. Extra Pedas Purwokerto.” (Jawa Tengah:IAIN Purwokerto, 2019).

³¹ Anisa Dyah, Skripsi "Konsep *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Bakmi Tabet Menurut Prinsip Syariah.” (Jogja:UIN Syarif Hidayatullah, 2010).

Royalty Fee waralaba. *franchise fee* adalah biaya investasi awal. Biaya ini termasuk biaya set up, biaya iklan, dan biaya pelatihan. Sedangkan *Royalty fee* adalah Kontribusi bagi hasil dari pendapatan terwaralaba (biasanya dari penjualan) **sedangkan peneliti penulis membahas tentang *franchise* Mandiri**, yang mana pewaralaba membeli merk dagang dari Es Teh Anak Negeri dengan harga Rp 4.000.000,00 (Empat juta rupiah) Sudah *include* dengan stand, bahan, peralatan dll, siap jual. Artinya hanya membeli merk. Selain itu Skripsi Annisa menggunakan teknik analisis statistik deskriptif sedangkan penelitian penulis dengan analisis deskriptif kualitatif. Persamaan yaitu sama-sama menerapkan prinsip syariah di dalam penelitian.

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian dan Sifat Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian hukum normatif atau yuridis normatif, dengan penekanan pada perspektif internal dalam upaya menginvestigasi dan menilai ketentuan hukum yang relevan.³² Kajian hukum normatif memandang hukum sebagai obyek kajian, khususnya sifat ilmu sebagai ilmu pengetahuan bersifat normatif, sehingga tujuan kajian kajian hukum sebagai obyek kajian adalah untuk membuat peraturan tentang apa yang harus mengikuti hukum. Objek penelitian adalah standar hukum.³³ Penelitian hukum normatif yang dimaksud peneliti adalah

³² Diantha, Made Pasek “Metodologi Penelitian Hukum Normatif Dalam Justifikasi Teori Hukum”, (Pranada Media:Palembang, September 2020), hlm.12.

³³ Christiani, Theresia Anita, “Normative and Empirical Research Methods” *Procedia* :Kuala Lumpur Malaysia, Desember 2015, hlm. 2006. Penelitian Normatif dapat tergambar pada pandangan

berupa persoalan mengenai ketentuan hukum perjanjian kerjasama waralaba Es Teh Anak Negeri.

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan tinjauan hukum baik dari segi hukum positif merujuk pada Hukum Perjanjian, KUH Dagang, KUH Perdata, Peraturan Pemerintah tentang waralaba, Peraturan menteri sedangkan hukum islam berkaitan dengan Al-Qur'an, Dalil-dalil, juga pendapat dan pandangan para pakar ulama fiqh berkenaan bisnis waralaba bidang *franchise*.

1. Bahan Hukum Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan bahan hukum primer yaitu kontrak Perjanjian Bahan hukum primer merujuk pada sumber-sumber langsung yang memberikan penjelasan mengenai hukum primer itu sendiri. Ini meliputi rancangan undang-undang, hasil penelitian, karya-karya dari ahli hukum, dan berbagai publikasi seperti buku, artikel, jurnal, serta referensi lain yang sejenis.³⁴ Adapun bahan hukum sekunder adalah berupa Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, Hukum Perjanjian, KUH Dagang (UU No 5 Tahun 1999) tentang larangan praktik monopoli serta persaingan usaha secara tidak sehat, KUH Perdata, Dail Al-Qur'an Hadits, Fatwa MUI

2. Prosedur Pengumpulan Data

Theresia Anita Christiani *“legal philosophy normative law research that examines the law as the object of the study is that the characteristics of jurisprudence as a science it is prescriptive so that the purpose of the study to examine the law as an object of study is to provide a prescription what should be in accordance with the law so that the object of the research is the norm of law.”*

³⁴ Zainuddin Ali, Metode Penelitian Hukum (Sinar Grafika, 2021), 23.

Berbagai informasi terhubung dengan metode-metode beragam dalam mengumpulkan data. Meskipun pengumpulan data tampaknya sederhana, sebenarnya memiliki tingkat kompleksitas yang signifikan. Nasution menjelaskan bahwa dalam riset hukum, data merujuk pada isu-isu hukum atau aspek praktis dalam struktur dan substansi hukum yang diperoleh melalui analisis isu-isu hukum serta materi hukum yang relevan (Nasution, 2008a). Dalam penelitian hukum yang bersifat normatif, data yang dikumpulkan dapat berupa bahan hukum seperti peraturan, doktrin, atau pemahaman hukum yang terdokumentasi dalam berbagai bentuk media seperti buku, jurnal, makalah, majalah, catatan sidang lembaga legislatif, putusan pengadilan, dan lainnya. Secara ringkas, data ini diperoleh dari kajian literatur atau bibliografi. Pendekatan pengumpulan data dalam konteks ini melibatkan perolehan sumber hukum primer dan dokumen hukum sekunder. Proses pengumpulan dokumen hukum ini dilakukan melalui studi kepustakaan di perpustakaan atau sumber lain yang menyajikan materi hukum.³⁵

3. Analisis Bahan Hukum

Penelitian ini bergantung pada teori-teori hukum, peraturan, prinsip, atau konsep-konsep yang relevan.³⁶ Sumber literatur hukum yang dimanfaatkan menitikberatkan pada penerapan inferensi deduktif dan induktif serta dinamika hubungan antara fenomena yang diamati, semuanya disusun berdasarkan logika ilmiah. Metode analisis dokumen hukum yang diadopsi adalah pendekatan

³⁵ Muh Fitrah & Luthfiyah, *Metodologi penelitian*, : penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus (CV Jejak (Jejak Publisher), 2018) hlm. 7.

³⁶ “View of Metodologi Normatif Dan Empiris Dalam Perspektif Ilmu Hukum.”

deduktif, di mana penelitian didasarkan pada suatu ide atau teori yang dapat dengan mudah diterapkan untuk menjelaskan kumpulan data atau menunjukkan hubungan atau perbandingan antara satu set data dengan yang lainnya. kumpulan data berdasarkan sekumpulan dokumen hukum yang diperoleh secara sistematis, melengkapi pendapat daripada penilaian yang relevan dengan dokumen penelitian hukum yang sedang dipertimbangkan. Peneliti akan menilai fakta atau kejadian dengan menggunakan standar hukum yang relevan, di mana fakta hukum bisa melibatkan tindakan, peristiwa, atau kondisi (Syamsudin, 2007). Metode analisis data dalam penelitian ini akan disesuaikan dengan pendekatan yang sudah ditetapkan sebelumnya. Dengan upaya mengidentifikasi prinsip-prinsip hukum dalam suatu undang-undang, langkah-langkah analisisnya meliputi hal-hal berikut:

- a. Memilih pasal-pasal yang memuat prinsip hukum yang mengatur aspek tertentu yang relevan dengan fokus penelitian.
- b. Merangkai struktur dari pasal-pasal tersebut untuk membuat klasifikasi yang terorganisir.
- c. Melakukan analisis terperinci terhadap pasal-pasal dengan mempertimbangkan prinsip-prinsip hukum yang berlaku.
- d. Membentuk kerangka konseptual dengan memperhatikan ketentuan yang ada (Mamudji dkk., 2005).³⁷

³⁷ Wahdini, muhammad. *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum*, K-media, Yogyakarta, 2022. hlm.95.

H. Sistematika Penulisan.

Untuk memberikan penjelasan yang lebih terperinci pada penelitian, diperlukan suatu struktur penulisan yang mencakup informasi terkait dengan materi yang akan dibahas dalam setiap bab. Berikut adalah metode penulisan yang akan digunakan:

Bab I berfungsi sebagai pendahuluan yang memberikan gambaran umum atau latar belakang dari penelitian, yang juga menjelaskan mengapa penelitian ini dilaksanakan. Bagian selanjutnya membahas rumusan masalah yang mencakup pertanyaan-pertanyaan yang akan diteliti oleh peneliti, dengan tujuan untuk menggaris bawahi inti permasalahan yang sedang diteliti. Tujuan dari penelitian tersebut kemudian diungkapkan sebagai jawaban dari rumusan masalah, menjelaskan manfaat dari penelitian baik secara teoretis maupun praktis. Bab I juga memasukkan penjelasan tentang signifikansi penelitian untuk menyoroti pentingnya penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Sebagai upaya untuk memastikan pemahaman yang jelas dan mencegah kesalahpahaman, bab ini mencakup pembuatan definisi operasional yang menjelaskan beberapa istilah yang digunakan dalam judul penelitian. Bab I juga menampilkan tinjauan literatur yang menguraikan perbedaan antara penelitian-penelitian sebelumnya. Bagian ini juga membahas metode penelitian yang digunakan, di mana peneliti menerapkan metode penelitian normatif dan akhirnya, menjelaskan tentang struktur penulisan yang merangkum prinsip-prinsip atau pedoman dalam penulisan dan menjadi acuan utama dalam penyusunan tulisan.

Bab II yaitu landasan teori yang memuat teori dengan fungsinya memperjelas tentang sistem Perjanjian kerjasama waralaba yang terjadi, juga tinjauan Hukum positif yang merujuk pada Hukum Perjanjian, KUH Dagang, Peraturan Pemerintah tentang waralaba, tinjauan hukum islam berkaitan dengan Al-Qur'an, Dalil-dalil, juga pendapat dan pandangan para pakar ulama fikih berkenaan bisnis waralaba bidang *franchise*.

Bab III membahas temuan bahan hukum yang dapat diperoleh dari sumber seperti jurnal, buku, atau internet. Sebaliknya, Bab IV merupakan bagian analisis yang menyusun secara komprehensif pembahasan untuk menjawab rumusan masalah, kemudian melakukan analisis dengan merujuk pada landasan teori yang relevan.

Sementara itu, Bab V sebagai Bagian Penutup, menggabungkan simpulan dan rekomendasi dalam penyusunan skripsi ini. Tujuan utamanya adalah untuk menyimpulkan hasil analisis penelitian secara menyeluruh dan menjelaskan keterkaitannya dengan masalah yang diteliti, memberikan gambaran cepat bagi pembaca mengenai hasil penelitian. Selain itu, bagian ini juga menawarkan saran-saran untuk pemikiran lebih lanjut terhadap hasil penelitian, dengan harapan dapat meningkatkan pencapaian yang diharapkan.

Daftar Pustaka mencantumkan semua referensi yang dijadikan acuan oleh penulis dalam merangkai penelitian ini.