

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Manusia akan melalui berbagai macam cara demi pemenuhan kebutuhan hidupnya. Dalam memenuhi hidupnya, sebagian orang akan memilih untuk menjadi produsen. Salah satu peluang bisnis bagi sebagian produsen adalah bisnis dibidang kuliner makanan atau minuman. Kebutuhan manusia akan makan dan minum membuat peluang bisnis dibidang kuliner memiliki tingkat kesuksesan yang tinggi dan mulai banyak diminati oleh masyarakat zaman sekarang.<sup>1</sup>

Berkembangnya zaman, sistem perdagangan bertambah kompleks, menjadikan sebagian orang yang ingin memulai usaha menjadi kebingungan, diantaranya yang sebagai pembisnis pemula, biasa terjadi kebingungan dalam memilih usaha.

Pada era modern saat sekarang ini seiring berjalannya waktu banyak kita temui bisnis yang berbentuk kerjasama atau yang biasanya disebut dengan bisnis waralaba. Bisnis waralaba ini sangat unik dibandingkan dengan model lain, karena itu, pembisnis pemula yang kebingungan untuk memulai usaha mudah menaruh perhatian terhadap model bisnis ini.

Definisi waralaba yang paling diterima secara luas terdiri dari 'hubungan kontrak antara penerima waralaba (biasanya mengambil bentuk usaha kecil) dan pemilik waralaba (biasanya bisnis yang lebih besar) di mana pihak pertama setuju untuk

---

<sup>1</sup>Kloter,philip “Manajemen Pemasaran” (Erlangga,2008). Hlm. 62

memproduksi atau memasarkan produk atau jasa sesuai dengan keseluruhan aturan yang dibuat oleh pemilik waralaba.<sup>2</sup>

Dalam pengaturan ini, pemilik waralaba biasanya mengontrol bagaimana penerima waralaba melakukan bisnisnya untuk memastikan keseragaman.<sup>3</sup>

Waralaba (*franchise*) menjadi sebuah tren dalam dekade terakhir, selain berkeuntungan yang besar, ini juga meraup *prestice*. Desain dengan penyajian praktis menjadi kualitas maksimal, sistem pemasaran menjadikannya daya tarik tersendiri.<sup>4</sup>

Dalam 20 tahun terakhir, sejumlah besar penelitian tentang waralaba telah dilakukan di berbagai disiplin ilmu, termasuk ekonomi, hukum, manajemen, pemasaran, dan ilmu manajemen.<sup>5</sup>

Kegiatan ekonomi dalam pengajaran Islam masuk ke dalam ranah muamalah, waralaba dalam hal ini sebagai bentuk kerja sama pada prinsipnya diperbolehkan selama tidak ada dalil pengharaman. Di sisi lain, tetap ada upaya penguatan prinsip akan kemaslahatan dengan pangkal maqasid syariah.

Bila diperhatikan lebih lanjut, ini berkembang dari bentukan syirkah atau syarikah yang menurut Antonio sebagai kerja sama dua belah pihak dalam usaha,

---

<sup>2</sup> Dominic Montagu, "Franchising of health services in low-income countries". (*Health Policy and Planning*), 17(2): 121–130. 2002.

<sup>3</sup> Rhea J. Subong-Espina, Christine Mae D. Hernando, Revo Y. Plameras, Maria Amelia Paz G. Betia, "Food Cart Entrepreneurship in Bacolod City, Philippines". (*Philippine Journal of Social Sciences and Humanities*), Volume 26, 33-48. 2021

<sup>4</sup> Mustofa, "Franchise in Islamic Law Perspectives", (*Al-Mizan*), Vol. 13, No. 2, Hlm. 121-139. 2017

<sup>5</sup> Balasubramanian Elango, Vance H Fried, "Franchising research: A literature review and synthesis". (*Journal of small business management*), 1997.

dimana perseorang memberikan kontribusi modal akan keuntungan dan resiko yang ditanggung bersama ke depan. Dalam ajaran agama islam sistem waralaba disebut dengan *syir'kah* (Kerjasama), dua orang atau lebih dengan hasil pembagian keuntungan dan kerugian dibagi sesuai kesepakatan perjanjian.

Seorang pengusaha muslim tentu tidak sekedar menginginkan profit duniawi saja, ada keutamaan dalam segi halalnya usaha dalam mengais rezeki. Tidak sekedar materi, proses di dalamnya; sebagai upaya meraih keridhoan Allah SWT dalam berikhtiar mencapai tujuan.

Dalam hal ini, Rasullulah yang utama sebagai suri tauladan. Pada masa itu mereka yang tidak memiliki modal materil bisa menguatkan opsi kemitraan, sistem *profit sharing* (bagi hasil), contoh semasa kegiatan Siti Khadijah dengan format lebih sederhana untuk dipraktekkan masyarakat.<sup>6</sup>

Salah satu bisnis waralaba pada sektor kuliner yang sedang berkembang sekarang ini adalah sHELO Moztang, kuliner ini sangat diminati konsumen karena penyajiannya yang modern dan kekinian. Penjualannya menggunakan *stand-stand* yang tersebar di kalimantan dan jawa sebanyak 75 *stand* penjualan. Konsep produk dari sHELO Moztang berupa olahan kentang, sosis dan keju mozarella. Dengan menjalankan waralaba tersebut, penerima waralaba menjalankan bisnisnya berdasarkan syarat dan ketentuan yang berlaku dari pihak perusahaan.

---

<sup>6</sup> Maratun Shalihah, ‘‘Konsep Syirkah Dalam Waralaba’’. (tahkim, 2016). Vol. XXI, No 2

Pendiri dari sHELO Moztang ini adalah ibu Ester Mutiara pada tahun 2019 dengan *stand* pertamanya dan mendapat respon yang baik serta permintaan yang banyak oleh masyarakat, pada kesempatan itulah sHELO Moztang memutuskan untuk memulai waralaba.

Waralaba sendiri sebenarnya adalah salah satu metode perluasan pasar yang dilakukan oleh para pemilik nama usaha. Sehingga semakin banyak orang yang tertarik bekerja sama mendirikan waralaba tersebut, maka semakin cepat dikenal pula nama dari usaha tersebut oleh konsumen atau masyarakat manapun.

Namun dalam pelaksanaannya, waralaba sHELO Moztang memiliki kelemahan seperti pada sistem pembagian hasilnya, standarisasi penjualan produk dan bakunya sesuai dengan ketentuan SOP perusahaan, agar dapat menjaga kualitas produk yang dipasarkan, dikarenakan sistem waralaba sHELO Moztang tidak *auto pilot* dan masih memerlukan kontrol bertahap dari jangka pendek hingga jangka panjang untuk menjaga kualitas dari produknya agar sesuai SOP dan sesuai standarisasi yang ditetapkan oleh perusahaan kepada para mitra.

Berdasarkan penjabaran diatas, maka Penulis merasa tertarik untuk mengkaji bisnis waralaba sHELO Moztang atas penerapan konsep *syirkah*-nya. Berdasarkan hal ini penulis tertarik untuk mengangkat permasalahan ini menjadi judul proposal penelitian "**PRAKTIK SYIRKAH PADA WARALABA sHELO MOZTANG BANJARMASIN**".

## **B. Rumusan Masalah**

Adapun rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana praktik penerapan konsep syirkah pada bisnis waralaba sHELO Moztang?
2. Apa kendala pada praktik penerapan konsep syirkah pada bisnis waralaba sHELO Moztang dan bagaimana upaya penyelesaiannya?
3. Bagaimana tinjauan hukum islam mengenai praktik penerapan konsep syirkah pada bisnis waralaba sHELO Moztang?

### **C. Tujuan Penelitian**

Maka tujuan penelitian yang ingin dicapai sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui praktik konsep syirkah pada pelaksanaan bisnis waralaba sHELO Moztang.
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi dan upaya yang dilakukan dalam penyelesaiannya.
3. Untuk mengetahui pandangan hukum islam terhadap penerapan konsep syirkah pada bisnis waralaba sHELO Moztang.

### **D. Signifikansi Penelitian**

Signifikansi penelitian ini secara praktis diharap dapat memberi masukan kepada pihak yang terlibat sesuai Hukum Islam Di Indonesia. Dapat menjadi kajian lanjut oleh para peminat tentang praktik pelaksanaan bisnis waralaba sHELO Moztang.

Secara teoritisnya diharapkan bisa memberi sumbangsih pemikiran terhadap khazanah ilmu pengetahuan, dapat di gunakan sebagai acuan penelitian

selanjutnya, sekaligus bahan pembelajaran dalam penerapan sistem *syirkah* pada bisnis waralaba.

## **E. Definisi Operasional**

### 1. Hukum Islam

Sebagai hukum yang menjadi acuan bagi kehidupan manusia dalam mengatur; dalam rangka tercapainya bahagia dunia dan akhirat. Lebih jauh, hukum Islam berisikan aturan yang mencakup berbagai aspek, dari mulai individu hingga masyarakat luar. Hubungan terhadap diri sendiri, manusia lain, lingkungan dan Allah SWT.<sup>7</sup>

### 2. Syirkah

Akad kedua belah pihak atau lebih berlandaskan tujuan usaha demi tercapainya keuntungan yang dibagi sesuai kesepakatan.

Syirkah berarti *al-ikhtilath* artinya campur atau percampuran.

Maksudnya percampuran dua harta atau lebih.<sup>8</sup>

### 3. Waralaba

Waralaba (*franchise*) adalah pemberian hak kekayaan intelektual untuk didayagunakan dalam perluasan usaha melalui berbagai persyaratan agar menjadi izin bagi penerima untuk memanfaatkan.

Waralaba (Franchise) adalah perjanjian, melalui lisensi usaha tersebut berjalan di atas prosedur franchisor dan bantuan (*assistance*) akan

---

<sup>7</sup> Hj. Wati Rahmi Ria, Muhamad Zulfikar ‘‘Ilmu Hukum Islam’’ 2015

<sup>8</sup> Syarif Muhammad Noor. ‘‘Hadits-hadits tentang *syirkah dan mudharabah*’’ 2019.

franchise. Sebagai imbalan franchisee membayar berupa initial fee dan royalti.<sup>9</sup>

#### 4. sHELO Moztang

sHELO Moztang merupakan sebuah bisnis kuliner makanan cepat saji dengan menu utama Moztang (keju mozarella). Pemilik usaha kuliner ini adalah ibu Ester Mutiara.

### F. Penelitian Terdahulu

Pembahasan mengenai waralaba sudah banyak dibicarakan atau dibahas, Namun untuk masalahnya pada penelitian yang membahas pandangan hukum islam mengenai waralaba dan pelaksanaan konsep *syirkah* dalam waralaba masih sedikit. Maka dari itulah disini penyusun ingin berusaha melakukan penelitian ini. Adapun beberapa penelitian yang berkaitan dengan *Franchiese* atau waralaba yaitu:

1. Yuli Antika ***“Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam”***. Penelitian ini ditulis oleh mahasiswi IAIN Metro pada tahun 2020

Penelitian ini membahas Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam, penelitian ini di latar belakang oleh perjanjian waralaba yang tidak menggunakan atau tidak berdasarkan aturan agama, dimana seharusnya disamping menggunakan peraturan perundang-undangan perjanjian tersebut harus mendasarkan pada peraturan agama. Bertujuan

---

<sup>9</sup> Sri Redjeki Slamet ‘‘Waralaba (Franchise) Indonesia’’. Lex Journalica Volume 8 Nomor 2, April 2011

ingin memahami pandangan hukum islama dan hukum positif mengenai perjanjian waralaba.

Persamaan penelitian, membahas mengenai waralaba dengan metode penelitian lapangan. Namun berbeda pada konsep syirkah dalam waralaba, sedangkan penelitian tersebut hanya membahas mengenai perjanjian waralaba.<sup>10</sup>

2. Nurantika “*Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Waralaba atau Penerima waralaba*” penelitian ini ditulis oleh mahasiswi UIN Alaudin Makasar pada tahun 2015.

Penelitian ini berisi mengenai perjanjian waralaba atau penerima waralaba, penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penyimpangan atau pelanggaran terhadap perjanjian waralaba yang menimbulkan masalah sehingga terjadi wanprestasi serta adanya pihak yang tidak melakukan kewajibannya.

Persamaan penelitian pada bahasan waralaba, metode penelitian lapangan. Namun perbedaannya adalah tidak membahas mengenai syirkah waralaba, namun hanya mengenai perjanjian waralaba.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Yuli Antika “Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam”. penelitian ini ditulis oleh mahasiswi IAIN Metro pada tahun 2020. Diakses pada 26 Maret 2022

<sup>11</sup> Nurantika “Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Waralaba atau Franchisee” penelitian ini ditulis oleh mahasiswi UIN Alaudin Makasar pada tahun 2015. Diakses pada 26 Maret 2022

3. Annisa Dyah Utami “***Konsep Penerima waralaba FEE Dan Royalty FEE Pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah***”. penelitian Ini Ditulis Oleh Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Pada Tahun 2010. Penelitian membahas Penerima waralaba FEE Dan Royalty FEE Pada Waralaba. penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya pembagian usaha waralaba bakmi dengan nama yang berbeda namun masih menggunakan produk yang sama.

Persamaan penelitian, membahas mengenai waralaba dan sistemnya dengan metode penelitian lapangan. Namun berbeda karena tidak membahas mengenai Syirkah Dalam Waralaba, Namun hanya membahas mengenai konsep pembagain hasil dari usaha.<sup>12</sup>

4. Laila Istiq *Farin* “***Analisis Sistem Waralaba (Penerima waralaba) Pada Sektor Makanan Menurut Prinsip Ekonomi Islam***”. Penelitian ini di tulis oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2019.

Penelitian membahas sistem waralaba menurut Prinsip Ekonomi Islam. Penulisan penelitian berdasar pada pertimbangan mengenai apakah bisnis tersebut menggunakan prinsip ekonomi islam, yaitu penekanan untuk tidak merugikan salah satu pihak.

---

<sup>12</sup> Annisa Dyah Utami “Konsep Penerima waralaba FEE Dan Royalty FEE Pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah” penelitian Ini Ditulis Oleh Mahasiswi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Pada Tahun 2010. Diakses pada 26 Maret 2022

Persamaan penelitian mengenai penerima waralaba dan konsepnya dengan metode penelitian lapangan. Namun berbeda karena bukan konsep syirkah dalam waralaba, sebatas konsep waralaba dalam prinsip ekonomi islam.<sup>13</sup>

5. Norhayati “*Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif dan Hukum Islam*” penelitian ini ditulis oleh mahasiswi UIN Antasari Banjarmasin pada tahun 2023.

Penelitian ini berisi mengenai perjanjian kerjasama waralaba atau penerima waralaba, penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya kekurangan dalam isi kontrak atau pelanggaran hukum tidak sehat, monopoli atau pelanggaran (persaingan tidak sehat), mengakibatkan tindakan yang tidak adil atau sebagai bentuk kezoliman.

Persamaan penelitian mengenai waralaba. Namun berbeda karena tidak membahas mengenai syirkah dalam waralaba, hanya mengenai perjanjian kerjasama waralaba.

6. Muhammad Ilzam Rahmani “*Manajemen Strategi Usaha Waralaba Kumala Laundry Banjarmasin*”. Penelitian ini ditulis oleh mahasiswa UIN Antasari Bnjarmasin pada tahun 2022

---

<sup>13</sup> Laila Istiq Farin “Analisis Sistem Waralaba (Franchisee) Pada Sektor Makanan Menurut Prinsip Ekonomi Islam” penelitian ini di tulis oleh mahasiswi UIN Sunan Ampel Surabaya pada tahun 2019. Diakses pada 26 Maret 2022

Penelitian ini berisi strategi mempertahankan standar kualitas operasi bisnis waralaba melalui pemahaman terhadap manajemen kelola dan strategi kumala laundry.

Persamaan penelitian ini adalah kesamaan mengenai pembahasan waralaba, juga dengan menggunakan metode penelitian lapangan. Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian yang ditulis oleh penulis adalah tidak terdapat konsep syirkahnya dalam penelitian waralaba kumala laundry, sedangkan penelitian tersebut hanya membahas mengenai manajemen strategi pada waralaba.

7. Dina Hazrati *“Strategi Pemasaran Waralaba Suga Boba Sekumpul Martapura Di Tengah Pandemi Covid 19”*. Penelitian ini ditulis oleh mahasiswa UIN Antasari Bnjarmasin pada tahun 2021

Penelitian ini berisi strategi untuk memasarkan usaha waralaba dimasa pandemi dan penerapan strateginya dengan tujuan mengetahui penerapan pengelolaan dan strategi usaha waralaba suga boba.

Persamaan dari penelitian ini adalah kesamaan mengenai pembahasan waralaba, juga dengan menggunakan metode penelitian lapangan. berbeda karena tidak terdapat konsep syirkahnya dalam waralaba, hanya membahas mengenai manajemen strategi.

## **G. Sistematika Penulisan**

Untuk memberikan suatu gambaran terarah, maka perlu sistematika berisi materi, yang dibahas tiap bab, sebagai berikut:

## BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini berisi Latar Belakang, Rumusan hingga Tujuan ,Manfaat, Penegasan Istilah, Kajian Pustaka, Sistematika Penulisan.

## BAB II: WARALABA DAN SYIRKAH DALAM ISLAM

Dalam bab ini meliputi Tinjauan Umum Waralaba, Syirkah, Konsep Syirkah Dalam Waralaba beserta uraian peraturan undang-undanga serta perbedaan dan penerapan antara keduanya.

## BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini meliputi Jenis, Sifat dan Pendekatan, Lokasi , Data hingga Sumber, Teknik Pengumpulan, Pengolahan serta Analisis hingga Tahapan Penelitian.

## BAB IV: PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab berisi hasil; Peneliti akan memberikan gambaran konsep syirkah pada waralaba CV. sHELO Indonesia Anugerah, kemudian data diolah hingga menghasilkan jawaban penelitian. Bab ini juga berisikan gambaran umum objek penelitian, profil singkat informan dan analisis data serta hasil penelitian.

## BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab berisi jawaban atas permasalahan dan tujuan di awal. Saran tersampaikan menjadi pengembangan riset, terhadap temuan baru dan pembelajaran bagi pihak yang terkait.