

# Pelaksanaan Bisnis Waralaba Produk Dan Merek Dagang Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus Di Outlet Donat Bakar Cabang Haurgeulis)

Irma Rachmayani<sup>1</sup>, Irvan Iswandi<sup>2</sup>, Ahmad Asrof Fitri<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia dan [irmarachmayani8@gmail.com](mailto:irmarachmayani8@gmail.com)

<sup>2</sup> Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia dan [Irvan.iswandi10@gmail.com](mailto:Irvan.iswandi10@gmail.com)

<sup>3</sup> Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia dan [asrof.fitri@gmail.com](mailto:asrof.fitri@gmail.com)

---

## Article Info

### Article history:

Received 05 Desember 2022

Revised 07 Desember 2022

Accepted 12 Desember 2022

---

### Kata Kunci:

Waralaba, Produk, Bisnis Merek  
Dagang, Hukum Islam

---

### Keywords:

Franchise, Product, Trademark  
Business, Islamic Law

---

## ABSTRAK

Perdagangan saat ini lebih banyak didominasi oleh perdagangan produk dan jasa. Model perdagangan yang menjadi minat banyak orang saat ini adalah waralaba. Konsep waralaba mengandalkan kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba. Ada dua jenis waralaba, yaitu format bisnis dan waralaba produk dan merek dagang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi bisnis waralaba produk dan merek dagang Donat Bakar/DOKAR ditinjau dari hukum Islam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana implementasi bisnis waralaba produk dan merek dagang Donat Bakar/DOKAR ditinjau dari perspektif hukum Islam dengan menggunakan metode kualitatif-deskriptif dimana penulis melakukan observasi dan menganalisis langsung data yang diperoleh di lapangan baik secara tertulis, bentuk atau bentuk lisan. Hasil penelitian diketahui bahwa sistem waralaba DOKAR cabang Haurgeulis merupakan jenis waralaba produk dan merek dagang yang menggunakan konsep waralaba lepas. Dalam aspek akad, waralaba ini tidak termasuk koperasi menurut Islam karena modalnya hanya dilakukan oleh perseorangan atau perseorangan dan tidak ada bagian untung rugi. Analisis yang lebih tepat adalah waralaba Donat Bakar menggunakan akad Al-bai' dalam hal penjualan merek tersebut. Dalam aspek manajemen, sistem produksi, distribusi, dan manajemen telah ditata sesuai dengan prinsip kejujuran dan keadilan menurut Islam dan selain itu franchise ini memiliki program rutin saling berbagi dengan tujuan agar Pelaksanaan waralaba ini sejalan dengan syariat Islam karena tidak hanya memikirkan keuntungan tetapi juga keuntungan bagi orang lain. Sehingga setelah melakukan penelitian ini, peneliti memperoleh kesimpulan bahwa dalam pelaksanaan bisnis, bisnis franchise produk dan merek dagang di Cabang Donat Bakar Haurgeulis secara keseluruhan sudah sesuai dengan syariat Islam.

---

## ABSTRACT

Trades nowadays are mostly dominated by product and service trade. The trade model that becomes the interest of many people nowadays is franchise. The concept of franchise counts on the ability of business partner in developing and running the activities of the franchise business. There are two types of franchises, they are business format and product franchise and trademark. This research aims to know how is the implementation of product franchise and trademark business of Donat Bakar/DOKAR reviewed from Islamic law. This research aims to know how is the implementation of product franchise and trademark business of Donat Bakar/DOKAR reviewed from Islamic law perspective by using qualitative-descriptive method in which the writer conducted observation and directly analyzed the data obtained in the field either in the written form or oral form.

The research results found out that DOKAR franchise system Haurgeulis branch is a type of product franchise and trademark which uses the concept of loose franchise. In the aspect of agreement, this franchise is not included into cooperation according to Islam because the capital is only conducted by an individual or single and there is no share of profit and lost. The more precise analysis is that Donat Bakar franchise used Al-bai' agreement in the case of selling the trademark. In the aspect of management, the system of production, distribution, and management have been organized in accordance with the principle of honesty and justice according to Islam and beside that this franchise has the routine program of share to each other with the purpose so that the implementation of this franchise is in line with Islamic Law because it does not only think about profit but also the advantages for others. Until after conducting this research, the researcher obtains a conclusion that in the business implementation, product franchise and trademark business in Donat Bakar Haurgeulis Branch overall is already in line with the law of Islam.

*This is an open access article under the [CC BY-SA](#) license.*



---

**Corresponding Author:**

Name: Irma Rachmayani

Institution: Institut Agama Islam Az-Zaytun Indonesia

Email: [irmarachmayani8@gmail.com](mailto:irmarachmayani8@gmail.com)

---

## 1. PENDAHULUAN

Islam adalah agama yang sempurna (komprehensif) yang mengatur aspek kehidupan manusia, baik akidah, ibadah maupun muamalah. Salah satu ajaran yang paling penting adalah bidang *muamalah/iqtishadiyah* (ekonomi Islam). Konsep ekonomi Islam sarasannya tidak hanya kepada material saja, tetapi mencangkup pula hal-hal yang immaterial, seperti kebahagiaan manusia (*al-falah*), kehidupan yang baik (*hayatan thayyibah*), aspek persaudaraan, keadilan sosial ekonomi, kebutuhan spiritual manusia. Islam mengatur segala sesuatu dengan sangat terperinci. Bukan hanya teori namun praktek nya juga telah diatur. *Mu'amalah* merupakan konsep bisnis Islam yang tidak hanya mengejar keuntungan sebanyak-banyaknya. Bermuamalah dalam Islam sesungguhnya tidak akan merugikan salah satu pihak. Sistem ekonomi Islam dalam hal kerjasama untuk saling memperoleh keuntungan, apabila sesuai dengan etika bisnis, maka hal tersebut dibolehkan, bahkan dianjurkan (Baidowi, 2011).

Islam membenarkan seorang muslim berdagang dan berusaha secara perseorangan dengan transaksi jual beli (*al-bai'*). Jual beli merupakan bagian dari *ta'awun* atau saling tolong menolong karena semua manusia secara pribadi mempunyai kebutuhan berupa sadang, pangan, dan papan yang tidak dapat memenuhi hajat hidupnya sendiri. Selain itu Islam juga membenarkan juga penggabungan modal dan tenaga kerja dalam bentuk perkongsian (*syarikat*) dagang dalam berbagai bentuk. Banyak juga proyek dan perusahaan tidak cukup ditangani seorang diri, melainkan harus bergabung dan bekerja sama dengan orang lain.

Beberapa jenis transaksi antara lain *Multi-Level Marketing* (MLM), Waralaba (*franchise*), Perniagaan Secara Elektronik (*Electronic Commerce*), *Electronic Fund Transfer* (EFT), Kartu Kredit (*Credit Card*), dll. Menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007

Tentang Waralaba. Waralaba adalah 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 terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Konsep waralaba (*franchise*) ini mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba. Bisnis waralaba ini terdiri atas konsep bisnis yang menyeluruh, sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep *franchise* dan proses bantuan yang terus menerus. Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan, waralaba adalah kontrak atau persetujuan lisan atau tulisan yang dinyatakan secara tegas dimana pihak yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada orang lain atau yang disebut *franchisee* untuk menggunakan nama dagang, merek jasa, merek dagang, logo, atau karakteristik yang berhubungan, dimana terdapat kepentingan bersama dalam bisnis yang menawarkan, menjual, mendistribusikan barang-barang atau jasa lainnya.

Waralaba memiliki beberapa jenis yaitu waralaba format bisnis dan waralaba produk dan merek dagang. Waralaba Format bisnis adalah pemberian hak lisensi oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) beserta dengan keseluruhan paket yang terdiri dari seluruh elemen. Sedangkan waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk paling sederhana dari waralaba dengan memberikan lisensi dagang kepada *franchisee* untuk menjual produk milik *franchisor* beserta dengan pemberian izin penggunaan merek dagang (Widjaja, 2002: 78).

Sebagai Studi, penulis akan mengambil contoh dari bisnis waralaba yang bergerak di bidang kuliner, yaitu Donat Bakar. Waralaba Donat Bakar merupakan jenis waralaba produk dan merek dagang dimana pemberi waralaba bergerak sebagai distributor dan keagenan. Sehingga penerima waralaba berhak menjalankan usahanya dengan membayarkan sejumlah *fee* kepada *franchisor* agar mendapatkan hak menggunakan merek dagang milik *franchisee*. Salah satu cabang mitra Donat Bakar yang akan menjadi objek penelitian peneliti yaitu berada di Haurgeulis, Indramayu. Dalam menjalankan usahanya, mitra wajib membeli bahan baku untuk usaha kepada pemilik waralaba. Sebagai imbalan waralaba Donat Bakar menggunakan sistem *Free Royalty* yang artinya laba 100% menjadi milik penerima waralaba.

Dalam fiqh muamalah terdapat akad-akad yang mengatur semua tentang berbisnis. Terdapat kesamaan konsep antara bisnis waralaba dan akad dalam fiqh *muamalah* khususnya pada akad *Syirkah* dan *Bai'*. *Syirkah* merupakan akad antara dua orang atau lebih dalam menjalankan suatu usaha atau berbisnis. Dan *Al-Bai* adalah tukar menukar harta atau barang dengan cara tertentu dengan barang yang setara nilai dan manfaatnya nilainya setara membawa manfaat bagi masing-masing pihak. Maka tulisan ini bertujuan untuk mengetahui pelaksana waralaba Donat Bakar cabang Haurgeulis yang akan di kaji menurut hukum islam.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

Sejak diperlakukannya peraturan pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba, terutama dalam Pasal 1 Butir 1, waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Definisi inilah yang berlaku baku secara yuridis formal indonesia (Sutedi & Ardian, 2008). Menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Waralaba

adalah 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 terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Di Indonesia sistem waralaba dibagi menjadi dua jenis, yaitu sebagai berikut:

1. Waralaba Format Bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang kepada pihak lain. Lisensi tersebut memberikan hak kepada *Franchise* untuk berusaha dengan menggunakan merek/dagang *franchisor* dan untuk menggunakan keseluruhan paket yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan (Sutedi & Ardian, 2008).

2. Waralaba Produk dan Merek Dagang adalah Waralaba yang merupakan pemberian hak izin dan pengelolaan dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk menjual produk dengan menggunakan merek dagang dalam bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan (Sutedi & Ardian, 2008). Manfaat dan Keunggulan Waralaba Keuntungan yang diperoleh dari usaha waralaba adalah (Zakiyudin, 2016) :

- a) Bantuan manajemen dan pemasaran
- b) Kepemilikan pribadi
- c) Nama yang diakui baik secara nasional maupun internasional
- d) Nasihat dan bantuan keuangan
- e) Tingkat kegagalan yang lebih kecil

Selain manfaat waralaba ada beberapa keunggulan yang dimiliki oleh waralaba diantara yaitu (Karamoy, 2013) :

- 1) Konsep yang mapan: membeli waralaba, dalam kedudukan sebagai Terwaralaba berarti membeli suatu konsep usaha yang sudah mapan atau sistem bisnis yang telah diuji. Terwaralaba tidak perlu lagi membuat konsep bisnis sendiri, karena hal itu sudah tersedia. Dengan demikian proses uji yang beresiko dalam menjalankan bisnis tidak lagi diperlukan.
- 2) Alat keberhasilan usaha: waralaba memang tidak menjamin keberhasilan usaha, tetapi waralaba menyediakan alat untuk menjalankan usaha yang telah terbukti sukses. Waralaba juga mengeliminasi kesulitan-kesulitan yang sering kali di alami saat memulai usaha.
- 3) Pendampingan: terwaralaba terus di dampingi oleh pewaralaba dalam menjalankan bisnisnya, mulai dari saat mempersiapkan, membuka dan memulai usaha sampai dengan menjalankan sehari-hari. Pewaralaba bertindak sebagai "konsultan" terwaralaba yang memberikan saran jika terwaralaba menghadapi suatu masalah.
- 4) Bantuan teknis, manajemen dan operasional: dalam perjalanan usahanya, terwaralaba mendapat bantuan-bantuan teknis, manajemen, dan operasional (termasuk pemanfaatan teknologi informasi) secara berkesinambungan. Terwaralaba tidak pernah sendirian karena ia terus dimonitor dan disupervisi oleh pewaralaba
- 5) Risiko rendah: resiko kegagalan usaha relatif kecil karena terwaralaba menjalankan usahanya dengan menggunakan merek yang telah dikenal dan sistem bisnis yang telah teruji dan menguntungkan

#### **Aspek Pembiayaan Waralaba**

- 1) *Franchise Fee* Adalah jumlah yang harus dibayarkan sebagai imbalan atas pemberian hak kekayaan intelektual pemberi waralaba, yang dibayar untuk satu kali (*onetime fee*) yaitu

pada saat bisnis waralaba akan dimulai atau pada saat penandatanganan akta perjanjian waralaba. (Sutedi & Ardian, 2008).

- 2) *Royalty fee* merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan kepada *franchisor*. Dalam praktiknya, uang tersebut dihitung dalam bentuk prosentase dari pendapatan kotor *franchisee* perbulan. Tidak semua *fee* atau *royalty* dipersyaratkan oleh pewaralaba. Setiap *franchisor* mempunyai kebijakan sendiri dalam menentukan jenis *fee* dan *royalty* yang harus dibayarkan oleh terwaralaba sebagai ganti penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI).
- 3) *Direct expenses* merupakan biaya langsung yang harus dikeluarkan oleh terwaralaba sehubungan dengan pengoperasian suatu usaha, misalnya terhadap biaya pelatihan manajemen dan keterampilan umum.
- 4) *Marketing and advestising fee* adalah biaya iklan dari pewaralaba yang guna mempromosikan secara luar dalam jangka nasional maupun internasional. Besar biaya maksimum 3% dari penjualan.
- 5) *Assignment fee* adalah biaya yang harus dibayar oleh *franchisee* kepada *franchisor* jika pihaknya mengalihkan bisnisnya kepada pihak lain termasuk bisnis yang merupakan objek *franchise*. (Karamoy, 2013).

#### Waralaba Dalam Aspek Kerjasama Menurut Islam

Di dalam konteks *fiqh* klasik memang tidak dikenal istilah *Franchise* atau waralaba. Jika dilihat dari pola bisnis *franchise* ini, layaknya ekonomi Islam melakukan *sharing*. Berbisnis biasanya dibangun atau dengan modal kemampuan sendiri, ada juga dengan melakukan penggabungan modal atau dengan cara bekerja sama yang dalam Islam disebut *syirkah*.

Terdapat beberapa pendapat ulama mengenai hukum *syirkah* diantaranya yaitu Ulama Hanafiah berpendapat bahwa semua *syirkah* yang tercantum dalam *syirkah uqud* boleh (*ja'iz*) hukumnya, selama rukun dan syarat nya terpenuhi. Ulama Malikiyah berpendapat bahwa hukum *syirkah inan*, *syirkah mufawadhah*, *syirkah 'abdan* adalah boleh (*jaiz*). Alasannya antara lain karena dalam *syirkah wujuh* tidak terdapat dana sebagai modal usaha dan atau keterampilan yang di kerjasamakan. Menurut Imam Syafi'i semua *syirkah mufawadhah*, *syirkah abdan* dan *syirkah wujuh* adalah batal (tidak sah) hukumnya. Menurut Imam Syafi'I semua *syirkah mufawadhah*, *syirkah abdan* dan *syirkah wujuh* adalah batal (tidak sah) hukumnya. Imam *syafi'i* hanya mengakui keabsahan *syirkah amwal* dan tidak mengakui *syirkah 'amal* (Mubarok, 2012).

#### 1. Rukun dan Syarat *Syirkah*

Rukun *syirkah* adalah *sighot* (ijab dan qobul), pihak yang bertransaksi, dan objek transaksi (modal dan kerja). Ulama memberikan beberapa syarat yaitu (Harun, 2007):

- a) *Sighat* atau ijab qobul harus diungkap oleh kedua pihak atau lebih untuk mempertegas atau menunjukkan kemauan mereka, dan ada kejelasan tujuan dalam melakukan sebuah kontrak
- b) Mitra *syirkah* harus kompeten dalam memberikan atau diberikan kekuasaan perwakilan.
- c) Keuntungan *dikuantifikasikan* artinya masing - masing mitra *syirkah* mendapat bagian yang jelas dari hasil keuntungan bisnis, bisa berbentuk *nisbah* atau prosentase.
- d) Penentuan pembagian keuntungan tidak boleh dalam jumlah nominal yang pasti karena hal ini bertentangan dengan substansi *syirkah* serta dalam hal resiko harus ditanggung bersama sesuai dengan kuantitas dan kualitas modal yang ditanamkan.

## 2. Macam-macam *Syirkah*

- a) *Syirkah Al-Amlak* atau *syirkah* milik yaitu kepemilikan oleh dua orang atau lebih terhadap satu barang tanpa melalui akad *syirkah*, dengan begitu dapat dipahami bahwa *syirkah* milik adalah suatu *syirkah* dimana dua orang atau lebih bersama-sama memiliki suatu barang tanpa melakukan akad *syirkah*. Bentuk *syirkah al amlak* terbagi menjadi 2 yaitu;
1. *Syirkah Jabariyah*, yaitu sesuatu yang ditetapkan menjadi milik dua orang atau lebih tepat kehendak. Artinya, perserikatan itu terjadi secara paksa bukan atas keinginan orang yang berserikat. Contohnya menerima warisan dari orang meninggal (Nawawi, 2012).
  2. *Syirkah Ikhtiari*, terjadinya kongsi yang otomatis tetapi bebas. Otomatis berarti tidak memerlukan adanya kontrak untuk membentuknya, dan bebas artinya ada pilihan lain untuk menolak (Nurjannah & Wahid, 2013)
- b) *Syirkah al 'uqud* adalah akad yang disepakati dua orang atau lebih untuk mengikat diri dalam perserikatan modal dan keuntungan. Akad tersebut tercipta karena kesepakatan dua orang atau lebih yang setuju bahwa tiap orang dari mereka memberikan modal. Ada beberapa pendapat yang berbeda antara para ulama fiqh tentang *syirkah uqud*: *Pertama*, Hanabilah yang membagi menjadi 5 yaitu *Syirkah Inan*, *Syirkah Mudharabah*, *Syirkah Wujuh*, *Syirkah Abdan*, dan *Syirkah Mufawadah*.
1. *Syirkah Al-Inan*  
Para ulama *fiqh* sepakat bahwa *Syirkah Al-Inan* hukumnya boleh. Dalam *syirkah* ini modal yang digabungkan oleh masing-masing pihak tidak harus sama jumlahnya, demikian juga halnya keuntungan tidak harus sama dan dilakukan berdasarkan kontrak atau perjanjian. *Syirkah Al-Inan* merupakan jenis *syirkah* yang paling banyak diterapkan dalam dunia bisnis, hal ini dikarenakan luasnya ruang lingkup dan sistem pelaksanaannya yang fleksibel.
  2. *Syirkah al-Mufawadhah*  
Yaitu perjanjian antara dua pihak atau lebih dimana masing-masing pihak menyerahkan bagian modal yang jumlahnya sama besar dan ikut berpartisipasi dalam pekerjaan. Demikian pula tanggung jawab dan beban utang dibagi oleh masing-masing pihak.
  3. *Syirkah al-Abdan (al-A'mal)*  
Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang memiliki keahlian atau profesi yang sama untuk menyelesaikan suatu pekerjaan dimana keuntungan dibagi bersama
  4. *Syirkah al-Wujuh*  
Yaitu perjanjian kerjasama antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memiliki reputasi dan kredibilitas (kepercayaan) dalam melakukan suatu usaha. Mereka membeli barang secara kredit dari suatu perusahaan dan menjual barang tersebut secara tunai. Sedangkan keuntungan yang diperoleh dibagi sama.
  5. *Syirkah Mudharabah*  
Menurut Hanafiyah, *mudharabah* adalah suatu perjanjian untuk berkongsi di dalam keuntungan dengan modal dari salah satu pihak dan kerja (usaha) dari pihak lain. Adapun *Syirkah Mudharabah* yaitu persetujuan antara pemilik modal dan seorang pekerja untuk mengelola uang dari pemilik modal dalam suatu perdagangan tertentu yang keuntungannya dibagi sesuai dengan kesepakatan bersama. Adapun kerugian ditanggung oleh pemilik modal saja. (Ghazali, 2010).

### Waralaba dalam Aspek Jual beli menurut Islam

Jual beli istilah *fiqh* disebut dengan *Al-Bai'* yang berarti menjual mengganti dan menukar sesuatu yang lain. Dari segi istilah ulama Hanafiah mendefinisikan bahwa jual beli adalah saling tukar menukar harta dengan harta melalui cara tertentu atau tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat menurut jumhur ulama bahwa jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan kepemilikan.

#### 1) Rukun dan Syarat Jual Beli

Berikut rukun dan syarat jual beli yang sah (Harun, 2007):

- a) Penjual dan pembeli, diperlukan syarat memiliki kecakapan bertindak hukum sempurna (berakal, *baligh*, *rusyd*).
- b) Barang yang diperjual belikan, disyaratkan (Idri, 2010):
  1. Barang harus ada. Maka tidak sah menjual barang yang tidak ada atau belum ada.
  2. Barang yang diperjual belikan haruslah barang milik sendiri atau milik orang lain yang diwakilinya. Jika benda yang di perjualbelikan tersebut bukan milik sendiri, menurut mazhab Syafi'I, Maliki, dan Hambali jual beli tersebut boleh dan sah dengan syarat harus mendapat izin pemiliknya.
  3. Barang tersebut dapat diserahkan saat akad berlangsung atau pada waktu yang telah disepakati bersama, ketika transaksi berlangsung.
  4. Barang tersebut harus ada manfaat dan harus suci, maka tidak sah memperjualbelikan barang yang tidak ada manfaatnya dan barang najis.

#### 2) Prinsip-prinsip Jual Beli

Penerapan prinsip-prinsip jual beli bertujuan agar setiap aktivitas yang dilaksanakan dalam bermuamalah selalu berpegang dalam hukum Islam. Berikut prinsip-prinsip jual beli dalam Islam:

- a) Prinsip suka sama suka (*'an taradhin*). Segala macam transaksi perdagangan yang menguntungkan pada dasarnya diperbolehkan dengan syarat suka sama suka diantara keduanya, kecuali perdagangan yang dilarang dalam Islam.
- b) Takaran dan timbangan yang benar.
- c) *Itikad* baik. Menunjukkan *itikad* baik dalam transaksi merupakan hakikat berbisnis.

#### 3) Macam-macam jual beli

- a) Jual beli sah

Adalah jual beli yang telah memenuhi rukun dan semua syarat yang ditentukan. Berikut beberapa jenis jual beli yang sah:

1. Jual beli lelang (*Muzayyadah*) yaitu jual beli dengan cara menawarkan harga barang yang akan dijual kepada banyak calon pembeli dan menjual menerima atau menyetujui tawaran harga dari calon pembeli yang tertinggi.
2. Jual beli *Salam*, yaitu jual beli barang, dimana harga barang dibayar dimuka secara kontan, penyerahan barang dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan.
3. Jual beli *Murabahah*, yaitu jual beli barang dengan harga pokok pembelian ditambah dengan margin keuntungan tertentu yang di informasikan kepada pembeli dengan cara pembayaran ketentuan (angsuran) sesuai dengan kesepakatan.

4. Jual beli *Istisna'* yaitu jual beli *Istisna* ini sebagai kelanjutan dari jual beli *Salam*, yang membedakan yaitu dari segi cara pembayarannya, kalau *Salam* pembayaran harus dimuka sedang *Istisna* tidak harus dimuka, bisa sesuai kesepakatan.

b) Jual beli tidak sah

Adalah jual beli yang tidak memenuhi salah satu atau semua rukun dan syarat jual beli

1. Jual beli yang dilakukan oleh anak-anak dibawah umur dan orang gila.
2. Jual beli barang haram dan najis.

Jual beli *gharar* yaitu jual beli yang mengandung unsur resiko atau spekulasi dan akan menjadikan beban salah satu pihak mengalami kerugian.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus tentang pelaksanaan waralaba produk dan merek dagang di waralaba makanan Donat Bakar/DOKAR dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi yang mana lingkungan alamiah sebagai sumber data. Peneliti pergi ke lokasi tersebut, memahami dan mempelajari situasi. Studi dilakukan pada waktu interaksi berlangsung di tempat kejadian. Peneliti mengamati, mencatat, bertanya, menggali sumber yang erat hubungannya dengan peristiwa yang terjadi saat itu dan secara aktif berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian. Hal ini bertujuan untuk 'memotret dan melaporkan' secara mendalam agar data yang diperoleh lebih lengkap.

Sumber data dalam penelitian ini adalah Sumber data primer yaitu data yang langsung dikumpulkan oleh peneliti dari sumber pertamanya. Adapun yang menjadi sumber data primer dalam penelitian ini adalah wawancara langsung dengan bapak Wahyu Oktorizka selaku pemilik mitra Donat Bakar cabang Haurgeulis. Kedua, sumber data sekunder, yaitu data yang dikumpulkan oleh peneliti sebagai penunjang dari sumber data primer yang tersusun dalam bentuk dokumen. Adapun sumber data sekunder yang peneliti gunakan yaitu berasal dari dokumentasi dan kepustakaan.

Kedua sumber data tersebut selanjutnya data akan di periksa dengan teknik Triangulasi yaitu teknik pemeriksaan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap suatu data. Untuk mengecek kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data dengan sumber data yang sama dengan teknik lain yaitu dengan hasil wawancara kemudian di cek dengan observasi, dokumentasi (Moleong, 2021).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Gambaran Umum Tentang DOKAR

Waralaba Donat Bakar (DOKAR) berasal dari kota Solo yang berdiri sejak tahun 2008 yang awalnya pemilik melihat bahwa donat yang dijual di warung kecil dapat bersaing dengan donat yang dijual waralaba donat ternama yang mengejar segmen menengah ke atas. Atas dasar itulah pemilik DOKAR merasa tertantang untuk membuktikannya, setelah belajar dan mencoba menemukan cara mengemas donat dengan penampilan yang berbeda, akhirnya pada tahun 2008 tercipta varian donat yang baru yaitu Donat Bakar (DOKAR).

Waralaba memiliki kelebihan dibandingkan dengan usaha lain diantara yaitu dengan memilih waralaba para *franchisee* tidak perlu ahli dalam bidang tersebut namun bisa memiliki bisnis tersebut beserta sistemnya, selain itu *franchisor* berperan sebagai keagenan yang bertugas mensuplai barang kepada *franchisee* secara terus menerus dengan menawarkan harga yang lebih murah dibanding di pasaran serta bahan baku yang disediakan jelas kompetitif dan terbaik. Selanjutnya,

waralaba menawarkan kerjasama yang saling menguntungkan sehingga *franchisee* dapat menambah banyak cabang tanpa harus mengeluarkan modal yang besar.

Waralaba DOKAR bertujuan untuk menciptakan ekonomi mandiri bagi pemula bisnis. Dengan berjalannya konsep waralaba kini Donat Bakar telah memiliki 120 cabang yang tersebar di pulau Jawa dan di luar pulau Jawa. Salah satu yang menjadi objek penelitian yaitu Donat Bakar cabang Haurgeulis, Alasan pemilik memilih berbisnis menjadi mitra waralaba yaitu karena dengan berwaralaba memudahkan para pemula bisnis tanpa perlu memiliki keahlian pada bidang tertentu namun bisa memiliki bisnis tersebut beserta sistemnya. Kini pemilik telah bergabung selama 5 tahun sebagai *franchisee* yang kini memiliki 3 outlet aktif dengan omset penjualan Rp 30.000.000,00 per bulan.

Pemilik DOKAR cabang Haurgeulis berkeyakinan usaha makanan dalam bentuk waralaba adalah usaha yang paling mudah dan resiko relatif kecil karena semua kebutuhan bahan bakunya dapat diperoleh dari manajemen pusat *franchisor*. Dengan harga yang relatif murah target pasaran pak wahyu yaitu semua kalangan, penggemar makanan ini tidak hanya terbatas untuk orang-orang dewasa namun anak-anak juga tetap dapat mengkonsumsinya.

Selain keuntungan tentu saja tidak lepas dari kekurangan. Waralaba merupakan sebuah merek dagang milik *franchisor* yang kemudian lisensinya boleh digunakan oleh *franchisee* dengan syarat membayar *franchisee fee*. Sehingga *franchisor* memiliki peraturan yang wajib untuk ditaati.

#### **Ketentuan Umum perjanjian Waralaba Donat Bakar (DOKAR)**

Dalam surat perjanjian kerjasama terdapat beberapa pasal yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak yaitu sebagai berikut:

##### a. Hak dan kewajiban

1. Pihak kedua yang dalam melaksanakan usaha tersebut pada pasal 1, diwajibkan untuk senantiasa membeli bahan baku utama yaitu donat dan bahan baku pendukung lainnya kepada pihak pertama.
2. Pihak kedua tidak diperbolehkan untuk membuka atau menjual outlet DOKAR (Donat Bakar) tanpa sepengetahuan dan izin dari pihak pertama.

##### b. Tujuan

Tujuan diselenggarakannya kemitraan usaha donat bakar dengan merek DOKAR ini adalah berusaha membantu para mitra agar sukses dan secara aktif mendukung gerakan ekonomi mandiri dengan memulainya dari diri sendiri dan dari saat ini.

##### c. Jangka waktu perjanjian

Ketentuan mengenai jangka waktu perjanjian kerjasama *franchisor* dan *franchisee* tertera pada pasal 5 dalam surat perjanjian kerjasama kemitraan adalah sebagai berikut: Jangka waktu pelaksanaan surat perjanjian kerjasama kemitraan ini dilaksanakan sejak ditandatanganinya surat perjanjian kerjasama ini sampai dengan 3 tahun setelahnya dan kemudian bisa diperpanjang kembali berdasarkan persetujuan kedua belah pihak.

##### d. Bagi Hasil

Pendapatan yang di hasilkan oleh pihak kedua seluruhnya 100% menjadi milik pihak kedua dengan ketentuan pembelian bahan baku utama dan pendukungnya wajib dari pihak pertama.

##### e. Sanksi

Apabila salah satu pihak melanggar perjanjian dalam pasal 6 tertera;

1. Kedua belah pihak bertanggung jawab penuh atas pelaksanaan kerjasama dan tanggung jawab yang tertulis dalam surat perjanjian ini.
2. Apabila pihak kedua tidak memenuhi kewajiban sesuai dengan yang tertuang dalam surat perjanjian ini, maka pihak pertama berkuasa penuh untuk menghentikan segala kegiatan usaha donat bakar.

**Mekanisme Pelaksanaan Waralaba**

Adapun tahapan proses kemitraan pada waralaba Donat Bakar adalah sebagai berikut:

- a. Calon mitra mengajukan kerja sama kepada manajemen DOKAR
- b. Membayar *booking fee* 50% dari nilai investasi dan melunasi total investasi dalam waktu 7 hari.
- c. Survey lokasi
- d. Penandatanganan *agreement* (perjanjian kemitraan)
- e. Penyerahan paket usaha

<i>Franchisee</i>	<b>3 T A H U N</b>	<i>Franchisor</i>
Membayar <i>franchise fee</i> . Kewajiban membeli bahan baku utama pada pihak pertama, kewajiban menjalankan ketentuan yang disepakati bersama		Pemberi izin merek dagang, <i>training</i> , bantuan teknis. Mendapat <i>franchisee fee</i>

Gambar 1. Hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor*

Berdasarkan Gambar.1 diketahui bahwa bermitra berarti menyanggupi apa yang menjadi syarat dan ketentuan oleh *franchisor*. Berikut ini penjabaran hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee*:

- 1) *Franchisor* memberikan hak lisensi dagang kepada *franchisee*
- 2) *Franchisor* memberikan *training* kepada *franchisee*
- 3) *Franchisor* berhak untuk mendapatkan *franchisee fee*
- 4) *Franchisee* berkewajiban melakukan pembelian bahan baku di *franchisor*
- 5) *Franchisee* bertanggung jawab atas hasil penjualan
- 6) *Franchisee* wajib untuk mematuhi peraturan yang telah disepakati.

Transaksi waralaba tidak dapat dikategorikan sebagai suatu perjanjian yang simultan. *Franchisor* dan *franchisee* tidak dapat secara menyeluruh dan tepat memastikan keuntungan dan kerugian yang akan ditimbulkan. Oleh karena itu, sebagai suatu transaksi yang berjangka panjang dibandingkan transaksi sehari-hari yang berlangsung sesaat. Bisnis waralaba lebih mengandung resiko bagi kedua belah pihak (Sutedi & Ardian, 2008).

Dengan adanya lisensi merek, masing-masing pihak telah terikat dalam kesepakatan hak serta kewajiban yang telah ditetapkan dalam kesepakatan sesuai dengan peraturan perundang-undangannya yang berlaku. Selain memberikan keuntungan kedua belah pihak sistem waralaba

juga mengandung berbagai risiko bagi kedua belah pihak pula, salah satunya yaitu pemutusan hubungan yang tidak direncanakan atau pemutusan hubungan yang diinginkan oleh salah satu pihak. Waralaba DOKAR telah mencantumkan dalam surat perjanjian kerjasama beberapa sanksi yang harus diterima oleh *franchisee* apabila melanggar aturan yang telah ditetapkan oleh *franchisor* yaitu pemutusan kontrak kerjasama.

#### Aspek Pembiayaan Waralaba Donat Bakar

Biaya yang harus dikeluarkan oleh calon mitra yaitu sebesar Rp 8.000.000,00 untuk wilayah jawa Rp 17.000.000,00 untuk wilayah luar jawa. Dari biaya tersebut pihak penerima waralaba memperoleh hak:

- a) Hak untuk menggunakan Hak kekayaan Intelektual (HKI) *franchisor* terkait dengan ide bisnisnya, konsep, dan produk DOKAR sehingga *franchisee* di mudahkan dalam memulai bisnis
- b) Hak untuk memasarkan dan menjual produk dengan tetap mematuhi standar operasional yang tercantum dalam surat perjanjian
- c) Hak untuk mendapatkan pelatihan atau *training*
- d) Hak untuk konsultasi gratis mengenai strategi-strategi peningkatan penjualan, memaksimalkan pelayanan, dan penambahan cabang outlet. Donat Bakar milik *franchisor*.

Kemudian dalam penetapan bagi hasil atau *royalty fee*, pihak DOKAR menetapkan *Free Royalty* artinya bahwa setiap omset yang didapatkan oleh mitra menjadi seluruhnya milik mitra. Akan tetapi sesuai yang tercantum dalam surat perjanjian bahwa pihak kedua wajib membeli bahan baku keseluruhan pada pihak pertama. Sehingga kedua belah pihak saling menguntungkan dan tidak ada yang dirugikan.

#### Aspek Pengelolaan Dalam Waralaba

Dalam pengelolaan waralaba Donat Bakar terdapat alur-alur yang jelas antara kedua belah pihak sehingga tidak ada pihak yang merasa tertipu dan tidak mendapatkan keadilan. Alur pengelolaan tersebut yaitu sebagai berikut:

##### a. Sistem manajemen

Sistem manajemen yang diatur oleh Dokar Haurgeulis terdiri dari 3 sumber daya manusia yaitu:

1. *Owner* bertugas menaungi seluruh ketentuan standar operasional karyawan serta kelangsungan proses kerja selama berada di Outlet DOKAR.
2. *Operation Ware House* bertugas untuk bertanggung jawab atas segala perlengkapan yang terdapat pada outlet serta pengelolaan bahan baku untuk menjamin kelangsungan produk yang baik
3. *Crew* bertugas untuk bertanggung jawab atas pelaporan stok, pendapatan yang dihasilkan tiap harinya serta pelayanan kepada pelanggan untuk dilaporkan kepada *Operation Ware House* yang kemudian dilanjutkan kepada *Owner*.

##### b. Sistem produksi dan distribusi

Produksi dilakukan langsung oleh *franchisor* selaku supplier salah satunya yaitu penyediaan bahan baku utama dan pelengkap yang tujuannya yaitu agar kualitas produk dan kehalalan tetap

terjaga. Dalam hal pendistribusian, sesuai dengan surat perjanjian waralaba bahwa *franchisee* wajib membeli bahan baku utama dan pelengkap pada pihak pertama namun apabila diperjalanan *franchisor* kehabisan stok bahan baku *franchisee* diperbolehkan untuk membeli keperluannya ditempat lain namun tetap harus dengan standar bahan baku berkualitas dan halal pilihan *franchisor*

#### c. Sistem Operasional

Bisnis waralaba yang baik diukur dari sampai sejauh mana franchisor memberikan dukungan pada mitra nya. Waralaba DOKAR tetap melakukan kontrol kualitas, relokasi outlet pada mitra nya yang mengalami penurunan penjualan serta dukungan marketing dan branding produk.

#### d. Sistem pengelolaan program sosial

Waralaba DOKAR cabang Haurgeulis telah memiliki program sosial rutin setiap tahunnya seperti:

1. Berbagi produk gratis di komunitas Ngampar Buku saat mengadakan acara-acara perlombaan.
2. Berbagi produk gratis di acara tahunan bulan Ramadhan kepada anak-anak yatim di Masjid Al-Irsyad Haurgeulis.
3. Berbagi produk gratis di sunatan masal Masjid Al-Irsyad Haurgeulis.
4. Setiap tanggal 23 April yaitu peringatan hari sedekah nasional dengan menyumbangkan seluruh omset yang didapatkan selama satu hari pada BAZNAS.

#### e. Sistem promosi

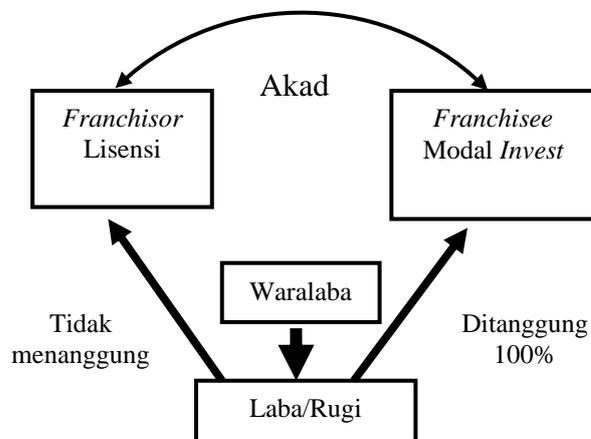
Promosi yang tepat dapat mendukung usaha waralaba untuk terus membangun citra kepada masyarakat. Sehingga *franchisee* dapat memaksimalkan peluang yang baik untuk mempromosikan produknya. Promosi melalui media sosial sangatlah berpengaruh pada *branding image* suatu produk. Sehingga waralaba Donat Bakar memilih untuk memanfaatkan media sosial serta aplikasi untuk mempromosikan produknya.

### Analisis Berdasarkan Akad

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang sesuai dengan ekonomi Islam, diperlukan nilai syariah sebagai filter agar menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis. Filter tersebut adalah dengan komitmen menjauhi tujuh pantangan diantaranya yaitu (Sutedi & Ardian, 2008):

- a. *Maisir*, yaitu segala sesuatu bentuk spekulasi judi (gambling) yang mematikan sektor riil dan tidak produktif.
- b. *Asusila*, yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
- c. *Gharar*, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
- d. *Haram*, objek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.
- e. *Riba*, yaitu segala bentuk distorsi mata uang dengan menjadikan mata uang sebagai komoditas dan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman, pertukaran (barter) antara barang ribawi sejenis.
- f. *Ikhtikar*, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
- g. *Berbahaya*, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan kemaslahatan.

Dilihat dari bentuk usahanya waralaba merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama dan jual beli. Berikut ini skema perjanjian kerjasama waralaba Donat Bakar (DOKAR):



Gambar 2. Pola Kemitraan DOKAR

Gambar 2 diatas memberikan keterangan mengenai pola kemitraan pada waralaba yaitu sebagai berikut:

1. Kedua belah pihak melakukan perjanjian kerjasama dengan ketentuan *franchisor* memberikan lisensi HKI kepada *franchisee* sedang *franchisee* harus membayar sejumlah *fee* kepada *franchisor*.
2. Mengenai biaya-biaya selanjutnya menjadi tanggung jawab *franchisee*, biaya tersebut meliputi biaya penyewaan tempat, biaya operasional, biaya pembelian bahan baku berkelanjutan.
3. Keuntungan serta kerugian 100 % menjadi tanggung jawab *franchisee*.

Waralaba Donat Bakar ini menggunakan model kemitraan yang artinya dengan menjalin kerjasama strategi bisnis yang dilakukan antara kedua belah pihak dengan prinsip membutuhkan, saling memperbesar, dan saling menguntungkan (Rusdiana, 2018). Serta dalam waralaba DOKAR menggunakan konsep waralaba lepas yang mana pihak *franchisee* diberikan hak untuk dapat menggunakan hak kekayaan intelektual (HKI) milik *franchisor*, namun *franchisor* tidak ikut berperan aktif dalam pengembangan usaha dan kegiatan operasional *franchisee* semua sistem manajemen diatur oleh pihak *franchisee* serta tidak terdapat *royalty fee* setiap bulannya akan tetapi hanya terdapat biaya kemitraan atau yang disebut dengan *franchisee fee* di awal perjanjian.

Dalam hal kerjasama menurut Islam *Syirkah* diartikan dalam percampuran harta antara beberapa orang yang berserikat dan harta tersebut kemudian menjadi satu kesatuan modal bersama serta pembagian keuntungan dan kerugian yang sama rata sesuai dengan isi perjanjian. Sehingga dalam kategori berdasarkan aspek akad, waralaba DOKAR tidak termasuk dalam akad kerjasama menurut hukum Islam. Analisis akad yang berikutnya yaitu akad jual beli (*Al-Bai*). Waralaba DOKAR menggunakan konsep waralaba lepas yang permodalan seluruhnya ditanggung oleh

*franchisee* dan tidak adanya pembagian keuntungan serta kerugian. Sehingga akad yang tepat pada jenis waralaba ini adalah *Al'bai* dalam hal jual beli merek dagang. Yang menjadi objek *Al-Bai'* yaitu HKI sehingga yang menjadi dasar analisa tersebut yaitu apabila HKI dipandang sebagai harta seperti pendapat jumbuh ulama *fiqh* selain Hanafi menyatakan bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinil tergolong harta berharga sebagaimana benda sehingga boleh dimanfaatkan secara hukum.

#### Analisis Berdasarkan Pembiayaan

Waralaba DOKAR hanya menetapkan 2 jenis pembayaran pada *franchisee* yaitu *Franchisee fee*, dan *Royalty Fee*. *Pertama*, pengambilan *franchisee fee*. Aspek terpenting dalam waralaba adalah masalah hak cipta. Hak cipta dalam hukum Islam menyebutnya dengan *Haqqul Ibtikar* yang berarti awal atau permulaan maksudnya hak cipta atau kreasi yang dihasilkan oleh seseorang untuk pertama kali atau boleh berbentuk suatu penemuan sebagai perpanjangan dari teori sebelumnya.

MUI mengeluarkan fatwa khusus berkaitan dengan perlindungan HKI, yaitu Fatwa MUI nomor 1/Munas VII/MUI/15/2005 tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Terdapat beberapa pendapat yang diungkapkan ulama diantaranya yaitu;

- a) "Mayoritas ulama dari mazhab Maliki, Syafi'i Dan Hambali berpendapat bahwa hak cipta atas ciptaan yang orisinal dan manfaat tergolong harta berharga sebagaimana benda jadi boleh dimanfaatkan secara *syara'* (hukum Islam)"
- b) Pendapat Sidang Komisi C Bidang Fatwa Pada Munas VII MUI 2005

Fatwa Majelis Ulama Indonesia Tersebut juga menegaskan bahwa dalam hukum Islam HKI dipandang sebagai salah satu bagian hak kekayaan (*Huquq maliyyah*) yang mendapatkan perlindungan hukum (*mashun*) sebagaimana kekayaan (*mall*). HKI yang mendapat perlindungan hukum Islam tersebut adalah HKI yang tidak bertentangan dengan hukum Islam. HKI dapat dijadikan objek akad (*al-ma'qud alaih*), baik akad *mu'awadhah* (pertukaran, komersial) maupun akad *tabarru'at* (non komersial) serta dapat di wakaf kan dan diwariskan. Setiap pelanggaran terhadap HKI tidak hanya terbatas pada penggunaan, pengungkapan, membuat, memakai, menjual, menjiplak, memalsukan, atau membajak HKI milik orang lain merupakan kezaliman dan hukumnya adalah haram.

Dengan landasan mayoritas ulama Mazhab Maliki, Syafii, Dan Hambali berpendapat bahwa hak atas ciptaan yang orisinil dan bermanfaat tergolong harta yang berharga sehingga dapat dinilai dengan uang Sehingga dalam penerapan *franchisee fee* waralaba DOKAR telah sesuai dengan hukum Islam berkaitan dengan akad (*Al-Bai'*) dalam hal jual beli merek dagang. Karena rukun dan syarat telah terpenuhi. Sehingga pengambilan *franchisee fee* dianggap sah karena HKI dianggap juga harta yang berharga yang dapat diambil manfaatnya.

*Kedua*, pengambilan *Royalty fee* waralaba DOKAR menerapkan sistem *free royalty* yang mana *franchisor* tidak menerapkan bagi hasil atau *profit sharing* yang mana jumlah prosentase nya telah ditetapkan sehingga hal tersebut telah sesuai dengan prinsip Islam. Agar sejalan dengan konsep saling menguntungkan *franchisor* mendapatkan keuntungan dari penjualan bahan baku utama penjualan hal ini tercantum pula dalam surat perjanjian kerjasama bahwa *franchisee* diwajibkan membeli bahan baku utama beserta pelengkap nya kepada *franchisor*, sehingga tidak terdapat unsur pemaksaan karena hal tersebut telah tercantum dalam surat perjanjian tertulis dari kedua belah pihak yang mana wajib untuk dipatuhi dan dilaksanakan. Dengan demikian praktik semacam ini telah sesuai dengan prinsip islam karena tidak menimbulkan *gharar*.

### Analisis Berdasarkan Pengelolaan

Pengelolaan manajemen dan seluruh karyawan dilakukan secara independen dari kedua belah pihak tidak ada sangkut paut satu sama lain. Pihak *franchisor* memiliki manajemen sendiri dan pihak *franchisee* memiliki manajemen dan sistem sendiri. Dalam hal produksi pihak *franchisor* sengaja mewajibkan mitra nya untuk membeli bahan baku utama di pusat, hal ini dilakukan agar kualitas rasa tetap terjaga serta setiap mitra yang bergabung merasa adil karena ada persamaan harga namun apabila bahan baku penunjang tidak tersedia dipusat, pihak *franchisor* memperbolehkan para mitra nya untuk membeli di luar namun tetap dengan standar produk yang disarankan oleh *franchisor*. Serta dalam hal operasional *franchisor* memberikan dukungan penuh kepada para mitra nya, hal ini sesuai dengan prinsip keadilan di karena dengan memberikan dukungan operasional *franchisee* tetap mendapatkan arahan mengenai pengembangan bisnis kepada *franchisor*.

Menurut Islam harta tidak lebih dari sekedar karunia Allah yang dititipkan manusia. Manusia hanyalah makhluk yang menjadi pengelola harta tersebut dan bukan memilikinya secara penuh. Pada harta titipan tersebut ada hak orang lain yang harus diberikan. Perintah Allah untuk menyisihkan sebagian harta orang-orang kaya untuk mendistribusikan sebagian harta nya kepada masyarakat yang kekurangan dan untuk kepentingan umum. Saran pendistribusian ini dalam Islam dikenal dengan zakat, infak, sedekah, dan wakaf (Idri, 2010). Selain dari aspek pengelolaan kegiatan sosial, DOKAR cabang Haurgeulis juga mempunyai kegiatan rutin dengan program berbagi ke sesama setiap di adakan acara sosial dengan membagikan produk gratis serta jadwal rutin setiap tanggal 23 April memperingati hari sedekah nasional dengan menyumbangkan seluruh hasil omset yang didapatkan pada hari itu kepada BAZNAS.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam hal aspek pengelolaan dan prinsip keseimbangan menurut hukum Islam telah terpenuhi karena manfaat bagi sesama dapat terpenuhi karena hasil yang di dapatkan dari usaha tidak hanya untuk keuntungan semata namun unsur manfaat untuk agama serta masyarakat juga menjadi salah satu tujuan terpenting.

### 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pelaksanaan Sistem waralaba Donat Bakar/DOKAR Cabang Haurgeulis merupakan waralaba jenis produk dan merek dagang dengan mengusung konsep waralaba lepas yang mana *franchisee* berhak menggunakan HKI milik *franchisor* serta memasarkan produknya dengan membayar *franchisee fee*, namun *franchisor* tidak ikut berperan dalam pelaksanaan manajemen serta tidak adanya bagi hasil. Pengelolaan manajemen seluruh karyawan dilakukan secara independen dari kedua belah pihak. Pihak *franchisor* memiliki manajemen sendiri dan pihak *franchisee* memiliki manajemen dan sistem sendiri.
2. Pelaksanaan bisnis waralaba Donat Bakar/DOKAR cabang Haurgeulis telah sesuai dengan hukum Islam dalam aspek akad, aspek pembiayaan, serta aspek pengelolanya. Dalam aspek akad waralaba ini masuk kedalam jenis *Al-Bai'* dalam hal jual beli merek dagang, karena di dalamnya hanya salah satu pihak yang mengeluarkan sejumlah modal, serta untuk pembagian keuntungan dan tanggung jawab apabila terjadi kerugian waralaba ini seluruhnya ditanggung oleh *franchisee*. Berikutnya berdasarkan aspek pembiayaan, waralaba ini telah menjalankan sesuai dengan prinsip muamalah karena tidak menetapkan *royalty fee* atau *profit sharing* yang

menimbulkan riba dan *gharar* dalam penetapan bagi hasil. Selain dalam aspek akad terdapat juga aspek pengelolaan dalam hal produksi, distribusi dan operasional pihak *franchisor* mengutamakan prinsip Islam dalam hal kejujuran dan keadilan pada setiap mitranya selain itu waralaba ini tidak hanya memikirkan keuntungan semata namun unsur manfaat bagi agama dan masyarakat juga menjadi salah satu tujuan yang penting.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Baidowi, A. (2011). Etika bisnis perspektif islam. *Jurnal Hukum Islam*.
- Ghazali, A. R. , I. G. , & S. S. (2010). *Fiqh Muamalat*. Prenada Media Group.
- Harun, M. H. (2007). *Fiqh muamalah*. Muhammadiyah University Press.
- Idri, H. (2010). *Hadis Ekonomi: Ekonomi Dalam Perspektif Hadis Nabi*. Kencana.
- Karamoy, A. (2013). *Waralaba-Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*. Gramedia Pustaka Utama.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Mubarok, J. (2012). *Perkembangan Akad Musyarakah*. Kencana Prenada Media Group.
- Nawawi, N. (2012). Dakwah Keluarga: Internalisasi Nilai-nilai Budi Pekerti dalam Keluarga Jawa. *Ilmu Dakwah: Academic Journal for Homiletic Studies*, 6(2), 285–311.
- Nurjannah, M. R., & Wahid, N. A. (2013). Analisis perhitungan royalty fee franchise menurut konsep Musyarakah: Studi pada Jarimatika Darussalam. *Share: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 2(2), 119–150.
- Rusdiana, A. (2018). *Kewirausahaan: Teori dan Praktek*. Pustaka Setia.
- Sutedi, & Ardian. (2008). *Hukum Waralaba*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Zakiyudin, A. (2016). *Manajemen Bisnis*. Mitra Wacana Medika.