

PRINSIP KESEIMBANGAN (*TASWIYAH*) DALAM PERJANJIAN (AKAD) WARALABA BERDASARKAN SISTEM SYARIAH

Sudaryat*

ABSTRAK

Waralaba merupakan pola kemitraan usaha sekaligus sarana untuk memperluas pemasaran barang dan/atau jasa juga sarana pemberdayaan UMKM. Perkembangan waralaba tidak hanya yang bersifat konvensional namun berkembang pula waralaba berdasarkan system syariah (waralaba syariah). Perjanjian waralaba pun terbagi dalam dua katagori yaitu perjanjian waralaba konvensional dan perjanjian waralaba syariah. Perjanjian (akad) waralaba bersifat standard, namun bagaimana penerapan prinsip keseimbangan (*taswiyah*) berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pada akad waralaba syariah. Hasil analisis menunjukkan bahwa prinsip keseimbangan (*taswiyah*) dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah diterapkan dalam Perjanjian (akad) waralaba berdasarkan sistem syariah dengan pembuktian bahwa pada akad waralaba syariah mengutamakan taawun (tolong menolong), menghilangkan *franchisee fee* dan *royalty fee*, adanya kedudukan yang setara antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, adanya keseimbangan hak dan kewajiban baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, serta pembagian keuntungan dan risiko (*profit and risk sharing*) antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba sehingga menjadi sarana sesungguhnya dalam pemberdayaan UMKM. Guna lebih memastikan diterapkannya prinsip keseimbangan (*taswiyah*) maka sebaiknya dalam perancangan akad waralaba syariah memperhatikan masukan dari penerima waralaba (UMKM), dipublikasi melalui media sebelum diberlakukan, mengingat stigma masyarakat UMKM bahwa perjanjian waralaba bersifat standar dan lebih dominannya kepentingan pemberi waralaba dibandingkan penerima waralaba.

Kata Kunci: akad, keseimbangan, risiko, syariah, waralaba.

ABSTRACT

Franchise is a pattern of business partnership as well as means to add goods and/or facilities for the empowerment of UMKM. The growth of franchise is not only conventional but also developing a franchise system based on sharia (sharia franchise). Meet the franchise was divided into two categories namely conventional franchise agreement and sharia franchise agreement. Agreement (akad) franchise is standard, but how to do the principle of balance (taswiyah) based on Compilation of Economic Law on sharia franchise contract. The results show that the principle of equilibrium (taswiyah) in the Compilation of Islamic Economic Law is given in the agreement (akad) based on the syariah system by proving in the shariah franchise contract prioritizing taawun (please help), eliminating the franchise's fee and royalty fee, including the position given between the franchisor and recipients of franchises, guarantees and responsibilities both in terms of

* Staf Pengajar Fakultas Hukum Universitas Padjadjaran, email:sudaryatpermana@gmail.com.

quantity and quality, as well as profit and risk sharing (profit sharing and risk) between franchisor and franchisee become an important tool in the empowerment of MSMEs. To further emphasize the application of the principle of balance (taswiyah), in the sharia franchise agreement, consider the input of the franchise recipients (UMKM), published through the media before it is enacted, given the stigma of UMKM community that the franchise agreement is the standard and franchisor is more dominant than franchisee.

Keywords: akad, balance, risk, franchise, sharia.

PENDAHULUAN

Jumlah waralaba di Indonesia pada tahun 2010 menurut data dari Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI), baik lokal maupun asing adalah 1.198 waralaba.¹ Pertumbuhan waralaba yang luar biasa ini didorong oleh beberapa hal diantaranya krisis keuangan global yang masih terasa hingga sekarang sehingga perbankan masih ketat dalam penyaluran kredit, di sisi lain banyaknya perusahaan-perusahaan yang bangkrut telah memberhentikan banyak profesional dengan pesangon yang besar. Para profesional tersebut terus mencari peluang bisnis salah satunya melalui peluang bisnis waralaba. Oleh karena itu, banyak dari para profesional yang tadinya bekerja pada perusahaan-perusahaan besar beralih profesi menjadi pengusaha *franchise*. Kemajuan pesat *franchise* ini tidak hanya terjadi para franchise lokal tetapi juga *franchise* asing. Pertumbuhan *franchise* asing sebesar 28% dan franchise lokal sebesar 72%.² Data tersebut menunjukkan bahwa pertumbuhan waralaba lokal jauh lebih tinggi dibandingkan dengan waralaba asing.

Herustiati dan Victoria Simanungkalit mencatat bahwa waralaba atau *franchise* merupakan peluang yang sangat menjanjikan

bagi pengusaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) yang memiliki kemauan untuk mengembangkan usahanya. Walaupun bisnis waralaba sangat menjanjikan, akan tetapi setiap bisnis selalu mempunyai potensi risiko, oleh karena itu pengelolaan bisnis secara profesional merupakan tuntutan persyaratan untuk keberhasilan.³ Risiko dimaknai dengan kemungkinan mendapatkan kerugian.

Di Indonesia saat ini mulai berkembang waralaba berdasarkan prinsip syariah diantaranya adalah "Madani Mart" (bergerak di usaha ritel), Sejahtera Bersama Mart atau dikenal dengan "SB Mart" (bergerak di usaha ritel), "Umiku *Crepes and Burger*" (bergerak dibidang crepes dan burger), "*Chicken Room*" (bergerak dibidang makanan siap saji dengan berbahan baku utama ayam), "Pijat Syariah Tomura" (bergerak dibidang usaha pijat dan spa), "*Simply Hommy Guest House*" (bergerak dibidang guest house), dan "Kebab Turki Baba Rafi" (bergerak di bidang makanan kebab).

Sebagian waralaba-waralaba berdasarkan sistem syariah ternyata pada praktiknya belum mampu bersaing dengan waralaba konvensional sebut saja "Madani Mart" dan "Sejahtera Bersama Mart" jumlah gerainya berkurang dan kalah bersaing dibandingkan

¹ WALI, "Jumlah Waralaba" <www.detikfinance.com>[27/02/2011].

² *Ibid.*

³ Herustiati dan victoria Simanungkalit, "Waralaba: Bisnis Prospektif Bagi UMKM", <http://www.smecca.com>[12/11/2012].

dengan "Alfamart" dan "Indomart", "*Chicken Room*" masih kalah bersaing dengan "*The Chick*" apalagi dengan "KFC" dan "Mc Donald". Begitu juga dengan "Pijat Syariah Tomura" yang kurang berkembang di area perkotaan dan kalah bersaing dengan pijat konvensional. Minat calon penerima waralaba (UMKM) juga berkurang untuk waralaba tersebut.

Waralaba syariah yang masih bersaing sampai saat ini diantaranya adalah "*Simply Hommy Guest House*" dan "Kebab Turki Baba Rafi". Dua waralaba syariah ini masih terus berkembang dari jumlah garainya bertambah sampai sekarang di tengah persaingan waralaba *guest house* dan Kebab yang konvensional. Meski demikian pertumbuhannya juga melambat.

Antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba diikat dalam perjanjian (akad) waralaba. Pada praktiknya terdapat perjanjian waralaba yang sifatnya konvensional dan perjanjian (akad) waralaba syariah. Perjanjian waralaba konvensional merupakan perjanjian waralaba yang selama ini ada dan berlaku Hukum Perdata. Perjanjian (akad) waralaba berdasarkan sistem syariah merupakan perjanjian (akad) waralaba berdasarkan Hukum Islam yang bersumber utama dari Al Quran dan Hadist. Untuk prinsip, rukun dan syarat akad, Indonesia telah memiliki sumber lain yaitu Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Perkembangan waralaba berdasarkan sistem syariah ternyata masih jauh tertinggal dengan perkembangan waralaba konvensional. Ini menjadi persoalan apakah isi perjanjian (akad) waralaba berdasarkan sistem syariah sama saja dengan isi perjanjian waralaba konvensional dan bagaimana implementasi

prinsip keseimbangan (*taswiyah*) pada akad waralaba syariah. Daya dukung jumlah penduduk muslim ternyata belum mampu mendukung perkembangan waralaba syariah di Indonesia meskipun dari sisi pembiayaan sudah ada pembiayaan syariah.

Model pemberdayaan UMKM melalui waralaba konvensional yang ada ternyata tidak banyak membantu usaha mikro, usaha kecil dan usaha besar untuk tumbuh dan berkembang. Ketergantungan penerima waralaba dari pemberi waralaba terus berlangsung. Yang tumbuh dan berkembang tidak hanya pemberi waralaba tetapi juga penerima waralaba. Tentunya perlu dianalisis di sisi mana terjadi kelemahannya untuk kemudian dicari model pemberdayaan berdasarkan syariah yang mampu memberdayakan usaha mikro, usaha kecil dan usaha menengah dalam perkembangan ekonomi nasional.

PEMBAHASAN

Waralaba Syariah Sebagai Pola Kemitraan Usaha dan Strategi Pemasaran serta Sarana Pemberdayaan UMKM Umat

Waralaba merupakan pola kemitraan yang dikenal lama dan berkembang cukup pesat. Menurut Amir Karamoy, konsep waralaba atau istilah lain *franchise* atau *franchising* sendiri muncul sejak 200 tahun sebelum Masehi. Saat itu seorang pengusaha China (sekarang Tiongkok) memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu.⁴ Waralaba berkembang dari waralaba produk ke waralaba format bisnis.

Konsep *franchise* berkembang juga di Prancis. Amir Karamoy mencatat, di Prancis pada tahun 1200-an, penguasa negara dan penguasa gereja mendelegasikan kekuasaannya kepada

⁴ Amir Karamoy, "waralaba Indonesia", <www.franchise-id.com >[05/02/2011].

para pedagang dan hal pertukangan melalui apa yang dinamakan "*diartes de franchise*", yaitu hak untuk menggunakan atau mengolah hutan yang berada di bawah kekuasaan negara atau gereja. Sebagai imbalannya, penguasa negara dan penguasa gereja menuntut jasa tertentu atau uang. Pemberian hak tersebut diberikan juga kepada para pedagang dan ahli pertukangan untuk penyelenggaraan pasar dan pameran, dengan imbalan sejumlah uang.⁵

Menurut David Hess, istilah *franchise* yang dikenal sekarang lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep *franchise* sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya.⁶ Pada saat itu, di Amerika Serikat timbul apa yang dinamakan sistem waralaba generasi pertama yang disebut *straight product franchising* (waralaba produksi murni). Pada mulanya, sistem ini berupa pemberian lisensi bagi penggunaan nama pada industri minuman Coca Cola, kemudian berkembang sebagai sistem pemasaran pada industri mobil General Motor. Kemudian sistem *franchise* ini dikembangkan oleh produsen bahan bakar, yang memberikan hak *franchise* kepada pemilik pompa bensin sehingga terbentuk jaringan penyediaan untuk memenuhi pasokan bahan bakar dengan cepat.⁷

Waralaba mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1950-an dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi

atau menjadi agen tunggal pemilik merek.⁸ Adrian Sutedi mencatat bahwa waralaba di Indonesia mulai berkembang ketika masuknya waralaba asing "KFC" (pertama didirikan oleh Kelompok Usaha Galael tahun 1978), "Mc Donald's" (pertama dirikan oleh Bambang Rachmadi tahun 1989), "Burger King" dan "Wendys" adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya waralaba di Indonesia. Selain waralaba asing, waralaba lokal pun mulai berkembang di Indonesia, salah satunya yaitu Es Teler 77 Juara Indonesia.⁹ Waralaba Es Teler 77 Juara Indonesia merupakan waralaba lokal yang tumbuh dan berkembang sampai saat ini.

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.¹⁰ Waralaba sebagai sarana perberdayaan. Pemberdayaan adalah upaya yang dilakukan Pemerintah, Pemerintah Daerah, dunia usaha, dan masyarakat secara sinergis dalam bentuk penumbuhan iklim dan pengembangan usaha terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah sehingga mampu tumbuh dan berkembang menjadi usaha yang tangguh dan mandiri.¹¹

Abdulkadir Muhammad menguraikan bahwa pelaku bisnis dengan sedikit pengalaman

⁵ Amir Karamoy, "waralaba Indonesia", <www.franchise-id.com >[05/02/2011].

⁶ David Hess, "The Iowa Franchise Act: Toward Protecting Reasonable Expectation of Franchisees and Franchisors" *Iowa Law Review*, Vol.80, Januari 1995, hlm.920

⁷ *Ibid.*

⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008, hlm.19.

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Penjelasan Pasal 11 Ayat (2) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.17 Tahun 2013 Tentang Pelaksanaan Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

¹¹ Pasal 1 Angka 8 Undang-Undang No.20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

yang sudah ada dan modal terbatas yang sangat tertarik untuk mengadakan hubungan bisnis waralaba, mempelajari dokumen promosi dari pemberi waralaba, studi pasar, dan statistik yang tampaknya sangat persuasif. Bahkan, pada mulanya penerima waralaba sungguh percaya atas bimbingan dari pemberi waralaba. Namun menghadapi kontrol pemberi waralaba, penerima waralaba akan mengalami kesulitan dan menimbulkan masalah hukum.¹² Di satu sisi kontrol tersebut penting dalam menjaga standarisasi sebagai ciri khas dari waralaba, namun di sisi lain jika dilakukan secara berlebihan akan menekan kreativitas dari penerima waralaba itu sendiri.

Pemberi waralaba menerapkan perjanjian baku untuk perjanjian waralaba. Menurut Neni Sri Imaniyati, dalam perjanjian baku terdapat sifat *adhesie*, yaitu "*take it or leave it*". Pemberi waralaba menyusun kontrak waralaba yang pada umumnya bersifat "*adherent*". Penerima waralaba tidak mempunyai pilihan. Oleh karena perjanjian baku maka posisi tawar dari penerima waralaba kurang berimbang dibandingkan dengan pemberi waralaba. Pemberi waralaba memiliki posisi lebih dominan dibandingkan dengan penerima waralaba.

Pemberi waralaba konvensional pada umumnya mensyaratkan *franchise fee* dan *royalty fee* yang terkadang memberatkan penerima waralaba. *Franchise fee* adalah biaya pembelian hak franchise yang dikeluarkan *franchisee* setelah dinyatakan memenuhi persyaratan sebagai *franchisee* sesuai kriteria *franchisor*. *Royalty fee* merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan kepada *franchisor*.¹³ *Franchise fee* dan *royalty fee* pada

umumnya sering diterapkan dalam waralaba konvensional.

Hartato Widodo berpendapat bahwa pemberlakuan *franchise fee* akan menyebabkan ketidakadilan. Pemberi waralaba (*franchisor*) sudah mengambil keuntungan di depan sedangkan usaha belum berjalan. Demikian juga dalam hal penerapan *royalty fee* yang dihitung berdasarkan omzet penjualan, seakan-akan pemberi waralaba tidak menanggung risiko. Walaupun usaha tersebut rugi, sepanjang ada penjualan, pemberi waralaba tetap mendapatkan *royalty fee*.¹⁴

Undang-Undang No.20 Tahun 2008 yang memprioritaskan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah sebagai penerima waralaba, Pasal 9 Ayat 2 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 secara tegas mengatur bahwa pemberi waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Ketentuan Pasal 9 Ayat (2) Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 termasuk ketentuan yang sifatnya memaksa.

Prespektif pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah melalui perjanjian waralaba berdasarkan sistem syariah harus mengedepankan konsep tolong menolong dan ukhuwah sebagaimana disebutkan dalam Qur'an Surat Al Maidah Ayat 2 yang artinya: "...Dan tolong-menolonglah kamu dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan tolong-menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran...."¹⁵

¹² Abdulkadir Muhammad, Hukum Perusahaan Indonesia, Cetakan keempat revisi, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010, hlm.533.

¹³ Walid Darmawan, Analisis Sistem Penetapan Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Franchise BRC, Al-Iqtishad, Vol.11 No.1 Januari 2010, hlm.42.

¹⁴ Hertanto Widodo, Franchise Syariah, Why Not? <www.hertantowidodo.blogspot.com> [08/01/09]

¹⁵ Departemen Agama R. I. , Al-Qur'an dan Terjemahnya, Jakarta, Proyek Pengadaan Kitab suci Al-Qur'an, 1974 , hlm.157.

Ayat tersebut menjelaskan bahwa semua perbuatan dan sikap hidup membawa kebaikan kepada seseorang (individu) atau kelompok masyarakat digolongkan kepada perbuatan baik dan taqwa dengan syarat perbuatan tersebut didasari dengan niat yang ikhlas. Tolong menolong (*syirkah al-ta'awun*) merupakan satu bentuk perkongsian, dan harapan bahwa semua pribadi muslim adalah sosok yang dapat berguna/menjadi *partner* bersama-sama dengan muslim lainnya.

Pelaksanaan dalam Islam juga didasari kepada hadist Qudsi yang diriwayatkan dari Abu Hurairah bahwa Rasulullah S. A. W telah bersabda: "Dari Abu Hurairah, Rasulullah SAW bersabda: Allah SWT berfirman: Aku adalah kongsi ketiga dari dua orang yang berkongsi selama salah seorang kongsi tidak mengkhianati kongsinya apabila ia mengkhianatinya, maka Aku keluar dari perkongsian itu (HR. Abu Daud).¹⁶

Rasulullah SAW juga bersabda: Artinya: Dari Saib al-Makhzumi r.a bahwasanya dia menjadi mitra Nabi SAW sebelum beliau menjadi Rasul, lalu mendatanginya pada hari pembebasannya kota Makkah, beliau berkata, selamat datang hai saudaraku dan mitraku (kongsi). (H. R Ahmad, Abu Daud dan Ibnu Majah). Berdasarkan hadist tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa perkongsian menurut hukum Islam bukan hanya sekedar boleh, melainkan lebih dari itu, disukai selama dalam perkongsian itu tidak ada tipu menipu.¹⁷

Konsep tolong menolong dan ukwuwah sangat dianjurkan oleh Agama Islam. Pemberi waralaba harus menolong penerima waralaba sehingga penerima waralaba lebih berdaya, dapat tumbuh dan berkembang. Menolong dengan tanpa mengharapkan imbalan. Menolong dalam arti kebersamaan. Menolong dalam ari kekeluargaan.

Pemilik waralaba yang terbukti sukses dapat menolong pelaku usaha mikro dan kecil untuk dapat sukses seperti pemilik waralaba. Pola waralaba merupakan pola kemitraan yang mempercepat tumbuhnya pelaku usaha apalagi setelah keluarnya peraturan Menteri Perdagangan yang isinya pembatasan outlet yang dimiliki oleh pemilik waralaba sehingga sisanya menjadi harus diwaralabakan. Belum lagi ada ketentuan diharuskannya menggunakan komponen lokal yang memungkinkan banyaknya pemasok usaha mikro dan kecil dari Indonesia.

Syariah merujuk pada perintah, larangan, panduan dan prinsip dari Tuhan untuk perilaku manusia di dunia dan keselamatannya di Akhirat.¹⁸ Sumber, maksud dan nilai-nilai syariah adalah bagian dari Islam. Syariah sepenuhnya dari agama, atau dari kepercayaan dan nilai-nilai dasar Islam. Secara legalistik banyak yang menggambarkan syariah sebagai perintah-perintah Tuhan untuk mengatur kegiatan manusia.¹⁹

Syariah memiliki prinsip-prinsip yang bersumber dari Al Qur'an dan Hadist. Salim Umar²⁰ menyatakan ada tiga macam prinsip-

¹⁶ Sayid Sabiq, *Fiqh al-Sunnah*, Jilid III, Dar al-Fikri Bairut, t. t. , hlm. 294.

¹⁷ Susi Wardani, "Tinjauan Umum Terhadap Konsep Syirkah Dalam Fiqh Muamalah," *Kajian Muamalah*, 22 Mei 2011.

¹⁸ Mohammad Hashim Kamali, *Membumikan Syariah, Pergulatan Mengaktualkan Islam*, Terjemahan Syariah Law, An Introduction, Mizan, 2013, hlm.19.

¹⁹ Ibid.

²⁰ Wawancara dengan Salim Umar, Ketua Bidang Fatwa Majelis Ulama Indonesia Propinsi Jawa Barat dan Guru Besar Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Jati di Bandung tanggal 20 November 2013.

prinsip syariah yaitu terhindar dari *maysir*, *gharar* dan *riba*. *Maysir* adalah semua bentuk perpindahan harta ataupun barang dari satu pihak kepada pihak lain tanpa melalui jalur akad yang telah digariskan syariah, namun perpindahan itu terjadi melalui suatu permainan. *Gharar* adalah sesuatu yang tidak jelas dan tidak dapat dijamin atau dipastikan kewujudannya secara matematis dan rasional baik itu menyangkut barang, harga ataupun waktu pembayaran uang/penyerahan barang. *Riba* merupakan pertukaran sesama barang ribawi dengan kadar yang berbeda. Perbedaan itulah yang disebut *riba*.

Menurut Supriadi, waralaba dalam konsep hukum Islam modelnya hampir serupa dengan model *syirkah mudharabah* (bagi hasil), tetapi sudah mengalami perkembangan seiring berkembangnya zaman dan terdapat gabungan dengan jenis *syirkah* lainnya. *Syirkah* (persekutuan) dalam Hukum Islam banyak sekali jenisnya dan terdapat perbedaan oleh para imam madzhab. Pola transaksi yang diatur oleh hukum Islam adalah menitikberatkan pada sisi moralitas yang lebih tinggi dari pada apapun.²¹

Prinsip syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan bisnis. Suatu kegiatan usaha yang berdasarkan prinsip syariah antara lain kegiatan usaha yang tidak mengandung *riba*, *maisir*, *gharar*, *haram* dan *zalim*.²²

Menurut Pasal 10 Angka 3 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *syirkah* adalah kerjasama antara dua orang atau lebih dalam

hal permodalan, keterampilan atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat. Pada ayat 4 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah, *mudharabah* adalah kerja sama antara pemilik dana atau penanam modal dengan pengelola modal untuk melakukan usaha tertentu dengan bagi hasil.

Franchise tidak bertentangan dengan syariat Islam. Hal ini tentu dengan catatan bahwa objek perjanjian *franchise* tersebut tidak merupakan sesuatu yang dilarang dalam syariat Islam. Kalau sekiranya yang di-*franchise*-kan tersebut objeknya merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam (misalnya makanan dan minuman yang haram) maka otomatis perjanjian tersebut bertentangan dengan syariat Islam.²³

Menurut Burhanudin S., Syariah, di sisi kebahasaan terdapat beberapa pengertian, diantaranya ialah jalan yang harus diikuti. Istilah syari'ah mempunyai akar yang kuat di dalam Al-Qur'an (QS Al-Maidah (5):48), (QS. Asy-Syuura (42):13) seperti penjelasan firman Allah yang artinya: "Kemudian Kami jadikan kamu berada di atas syariat (peraturan) dari urusan (agama itu), maka ikutilah syariat itu dan janganlah kamu ikuti hawa nafsu orang-orang yang tidak mengetahui." (QS. Al-Jaatsiyah (45):18). Berdasarkan kutipan ayat tersebut, maka istilah Hukum Syariah dapat diartikan sebagai ketetapan Allah S.W.T yang harus diikuti oleh hamba-Nya.²⁴

²¹ Supriadi, Tinjauan Hukum Positif dan Hukum Islam; Konsep Bisnis Waralaba (Franchising), < <http://excellent-lawyer.blogspot.com> >[24/04/ 2010].

²² Penjelasan Pasal 2 Undang-Undang No.21 Tahun 2008 Tentang Perbankan Syariah

²³ Suhrawardi K.Lubis dan Farid Wajdi, Hukum Ekonomi Islam, Jakarta: Sinar Grafika 2012, hlm.182.

²⁴ Burhanuddin S, Hukum Kontrak Syariah, Yogyakarta: BPPE, 2009, hlm.4

Syariah adalah wahyu Illahi yang ditetapkan lewat ayat-ayat Qur'an, ditambah hadits Nabi yang dilestarikan lewat tradisi (sunnah), kesepakatan para ulama (*ijma'*), dan penalaran analogis (*qiyas*).²⁵ Sri Redjeki Hartono menyebutkan bahwa konsep ekonomi Islam diperkenalkan dan diaplikasikan pada hampir semua bidang usaha dan strata.²⁶ Ekonomi Islam mempelajari bagaimana manusia memenuhi kebutuhan materinya di dunia ini sehingga tercapai kesejahteraan yang dapat membawa kepada kebahagiaan di dunia dan diakhirat.²⁷ Mohamad Hidayat menguraikan bahwa pada kegiatan ekonomi terdapat beberapa prinsip ekonomi Islam, yaitu manusia merupakan khalifah bumi, setiap harta yang dimiliki terdapat bagian orang miskin, dilarang memakan harta (memperoleh harta) secara batil kecuali dengan perniagaan secara suka sama suka, penghapusan praktik riba, dan penolakan terhadap monopoli.²⁸

Pelaku usaha muslim yang masuk katagori usaha besar dan usaha menengah dapat memanfaatkan konsep bisnis waralaba syariah dalam meningkatkan kapasitas usahanya pelaku usaha muslim yang mikro dan kecil sehingga baik secara kualitatif maupun kuantitatif pelaku usaha muslim meningkat dan hal tersebut akan berimplikasi pada menguatnya ketahanan umat dan kesejahteraan umat.

Implementasi Prinsip Keseimbangan (taswiyah) Berdasarkan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Pada Perjanjian Waralaba Berdasarkan Sistem Syariah

Perjanjian waralaba merupakan hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba yang telah bersepakat untuk menimbulkan akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Oleh karena perjanjian waralaba masuk katagori perjanjian timbal balik maka hak dari penerima waralaba berhadapan dengan kewajiban dari pemberi waralaba begitu juga hak dari penerima waralaba berhadapan dengan kewajiban pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba termasuk perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPerdata terdapat satu pasal yang menyatakan adanya kebebasan berkontrak yaitu Pasal 1338 Ayat (1) KUHPerdata.²⁹

Menurut Syamsul Anwar, istilah "perjanjian" dalam Hukum Indonesia disebut "akad" dalam Hukum Islam. Akad adalah pertemuan ijab dan kabul sebagai pernyataan kehendak dua pihak atau lebih untuk melahirkan suatu akibat hukum pada objeknya. Ijab adalah penawaran yang diajukan oleh salah satu pihak, dan kabul adalah jawaban persetujuan yang diberikan mitra akadnya sebagai tanggapan terhadap penawaran pihak yang pertama. Akad tidak akan terjadi apabila pernyataan kehendak masing-masing pihak tidak terkait satu sama lain karena akad adalah keterkaitan kehendak kedua belah pihak yang tercermin dalam ijab dan kabul.³⁰

²⁵ Fazlur Rahman dalam Roberto M. Unger, Teori Hukum Kritis, Posisi Hukum Dalam Masyarakat Modern, Terjemahan Dariyanto dan Derta Sri Widowarti, Bandung: Nusa Media, cet. VI, 2012, hlm.140.

²⁶ Sri Redjeki Hartono, Hukum Ekonomi Indonesia, Jogjakarta: Bayu Media, 2007, hlm.25.

²⁷ M. Nur Rianto Al Arif, Teori Makroekonomi Islam, Konsep, Teori dan Analisis, Bandung: Alfabeta, 2010, hlm.10.

²⁸ Mohamad Hidayat, An Introduction to The Sharia Economic, Pengantar Ekonomi Syariah, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010, hlm.34-36.

²⁹ Linda Firdawati, "Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Islam," ASAS, Vol.3 No.1 Januari 2011, hlm.43

³⁰ Syamsul Anwar, Hukum Perjanjian Syariah, Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007, hlm.68.

Hukum perjanjian Islam tetap menekankan perlunya keseimbangan itu, baik keseimbangan antara apa yang diberikan dan apa yang diterima maupun keseimbangan dalam menanggung risiko. Keseimbangan terlihat dari jumlah dan kualitas hak dan kewajiban baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Tidak hanya jumlah hak dan kewajiban, keseimbangan dapat terlihat dari tanggungjawab atas risiko dari kedua belah pihak. Keseimbangan dalam memperoleh keuntungan juga keseimbangan dalam menanggung kerugian.

Keseimbangan akan mampu memberikan keadilan bagi para pihak. Keadilan yang mampu memberi kesejahteraan bagi para pihak. Perjanjian waralaba berdasarkan sistem syariah mampu memberikan keseimbangan bagi pemberi waralaba dengan penerima waralaba sehingga dapat menjadi sarana pemberdayaan usaha mikro, kecil dan menengah. Apalagi asas yang diterapkan dalam suatu akad adalah asas kesetaraan. Asas ini melatarbelakangi suatu norma. Untuk itu asas yang sudah menjadi norma memiliki daya ikat yang sama seperti norma. Pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam menyusun dan melaksanakan suatu akad tentunya tidak lepas dari asas kesetaraan sehingga menciptakan suatu keseimbangan hak dan kewajiban kepada para pihak dengan nilai saling menolong dalam kebaikan.

Keseimbangan hak dan kewajiban para pihak merupakan implementasi dari keadilan Pancasila yang bersandar pada ketuhanan yang Mahaesa, kemanusiaan yang adil dan beradab, persatuan Indonesia dan kerakyatan yang dipimpin oleh hikmat kebijaksanaan dalam permusyawaratan dan perwakilan. Keseimbangan yang berkeadilan Pancasila terlihat jelas pada klausula-klausula perjanjian

waralaba berdasarkan sistem syariah dan tidak ditemukan di klausula-klausula perjanjian waralaba konvensional.

Pada contoh perjanjian waralaba berdasarkan sistem syariah terlihat bahwa pada klausul-klausul dari perjanjian adanya keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak. Satu pihak tidak dominan dibandingkan dengan pihak lain. Satu pihak tidak memiliki niat memanfaatkan demi kepentingan pribadi pihak lain. Keseimbangan hak dan kewajiban menunjukkan bahwa terjadi keadilan bagi para pihak yang menunjukkan nilai kesepakatan yang sesungguhnya.

Penghapusan *franchise fee* dalam perjanjian waralaba syariah memiliki cukup alasan karena pemberlakuan *franchisee fee* akan menyebabkan ketidakadilan sebab dalam hal ini pemberi waralaba (*franchisor*) sudah mengambil keuntungan di depan sedangkan usaha belum berjalan. Hal ini tidak adil. Demikian juga dalam hal penerapan *royalty fee* yang dihitung berdasarkan omzet penjualan, pemberi waralaba (*franchisor*) dalam hal ini tidak menanggung risiko. Walaupun usaha tersebut rugi, sepanjang ada penjualan pemberi waralaba (*franchisor*) tetap mendapatkan *royalty fee*.

Apabila dikaitkan dengan kewajiban perpajakan maka penerima waralaba yang merupakan pelaku usaha mikro dan kecil dikenakan pajak final sebesar 1% dari penjualan. Pada perjanjian waralaba berdasarkan sistem syariah, beban pajak menjadi tanggungan bersama antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Ini kan menunjukkan posisi setara antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dalam menunaikan kewajiban perpajakan ke negara.

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian bersegi dua di mana hak dan kewajiban saling berhadapan, hak dari pemberi waralaba dihadapkan dengan kewajiban penerima waralaba, hak dari penerima waralaba dihadapkan dengan kewajiban pemberi waralaba. Tidak ada dominasi dari satu pihak terhadap pihak lain. Waralaba syariah mengedepankan sikap tolong menolong, di mana pemberi waralaba yang sudah terbukti sukses membantu pelaku usaha mikro dan kecil untuk dapat sukses seperti pemberi waralaba. Ini motif utama dari waralaba syariah yang tertuang dalam akad waralaba berdasarkan sistem syariah.

Hak kekayaan intelektual terutama merek dan rahasia dagang mendapat pengaturan tersendiri baik para perjanjian waralaba syariah maupun perjanjian waralaba konvensional. Kekayaan intelektual merupakan intinya dari waralaba. Pada kekayaan intelektual di waralaba berdasarkan syariah tidak hanya dianggap sebagai kekayaan yang dapat dimiliki secara individual tetapi juga harus ada manfaat sosial dari hak kekayaan intelektual tersebut. Kekayaan intelektual merupakan ilmu pengetahuan yang sedianya disebarluaskan bukan di pegang sendiri dan mendapatkan keuntungan sendiri.

Keseimbangan hak dan kewajiban bagi para pihak dalam akad waralaba mutlak diperlukan sehingga terjadi kesukarelaan pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam menjalankan bisnis waralaba. Prinsip tolong menolong dalam pemberdayaan perlu menjadi pondasi kemitraan usaha waralaba. Tidak ada upaya eksploitasi satu sama lain antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Pasal 21 Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah hendaknya menjadi pedoman dalam menyusun isi akad waralaba bahwa akad dilakukan berdasarkan

asas saling menguntungkan (dilakukan untuk memenuhi kepentingan para pihak sehingga tercegah dari praktik manipulasi dan merugikan salah satu pihak), kesetaraan (memiliki hak dan kewajiban yang seimbang), kemampuan (sesuai dengan kemampuan para pihak sehingga tidak menjadi beban yang berlebihan bagi yang bersangkutan), itikad baik (dalam rangka menegakan kemaslahatan, tidak mengandung unsur jebakan dan perbuatan buruk lainnya).

PENUTUP

Kesimpulan

Prinsip keseimbangan (*taswiyah*) dalam Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah diterapkan dalam perjanjian (akad) waralaba berdasarkan sistem syariah dengan pembuktian bahwa pada akad waralaba syariah mengutamakan taawun (tolong menolong), menghilangkan *franchisee fee* dan *royalty fee*, adanya kedudukan yang setara antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, adanya keseimbangan hak dan kewajiban baik dari sisi kuantitas maupun kualitas, serta pembagian keuntungan dan risiko (*profit and risk sharing*) antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba sehingga menjadi sarana sesungguhnya dalam pemberdayaan UMKM khususnya UMKM umat Islam.

Saran

Guna lebih memastikan diterapkannya prinsip keseimbangan (*taswiyah*) maka sebaiknya dalam perancangan akad waralaba syariah memperhatikan masukan dari penerima waralaba (UMKM), dipublikasi melalui media sebelum diberlakukan, mengingat stigma masyarakat UMKM bahwa perjanjian waralaba bersifat standar dan lebih dominan pemberi waralaba dibandingkan penerima waralaba.

DAFTAR PUSTAKA**Sumber Utama**

Al Quran
Hadist

Buku-Buku

Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, Cetakan keempat revisi, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2010.

Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008.

Bill Nickels, Jim Mc Hugh and Susan Mc Hugh Terjemahan Elevita Yulianti dan Dina Angelica, *Pengantar Bisnis*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Burhanuddin S, *Hukum Kontrak Syariah*, Yogyakarta: BPPE, 2009.

Fazlur Rahman dalam Roberto M.Unger, *Teori Hukum Kritis, Posisi Hukum Dalam Masyarakat Modern*, Terjemahan Dariyanto dan Derta Sri Widowarti, Bandung: Nusa Media, cet. VI, 2012, hlm.140.

Mohammad Hashim Kamali, *Membumikan Syariah, Pergulatan Mengaktualkan Islam*, Terjemahan *Syariah Law*, An Introduction, Mizan, 2013.

Mohamad Hidayat, *An Introduction to The Sharia Economic*, Pengantar Ekonomi Syariah, Jakarta: Zikrul Hakim, 2010.

M. Nur Rianto Al Arif, *Teori Makroekonomi Islam, Konsep, Teori dan Analisis*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Rick Bisio, *The Educated Franchisee*, Minneapolis: Bascon Hill Publising Group, 2008.

Sri Redjeki Hartono, *Hukum Ekonomi Indonesia*, Jogjakarta: Bayu Media, 2007.

Suhrawardi K.Lubis dan Farid Wajdi, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika 2012.

Syamsul Anwar, *Hukum Perjanjian Syariah, Studi Tentang Teori Akad Dalam Fikih Muamalat*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007.

Jurnal

M. Muchtar Rivai, "Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis", *Jurnal Liquidity*, Vol.1 No.2 Juli-Desember 2012

Linda Firdawati, "Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Islam," *ASAS*, Vol.3 No.1 Januari 2011.

Walid Darmawan, "Analisis Sistem Penetapan Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Franchise BRC," *Al-Iqtishad*, Vol.11 No.1 Januari 2010.

Peraturan Perundang-Undangan

Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan No.53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan No.68/M-DAG/PER/10/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern.

Peraturan Menteri Perdagangan No.7 Tahun 2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Waralaba Untuk Jenis Usaha Makanan dan Minuman.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah.

Sumber Elektronik

Amir Karamoy, "waralaba Indonesia", <www.franchise-id.com> [diakses tanggal 05/02/2011].

Hertanto Widodo, Franchise Syariah, Why Not? <www.hertantowidodo.blogspot.com> [diakses tanggal 08/01/09]

Herustiati dan victoria Simanungkalit, "Waralaba: Bisnis Prospektif Bagi UMKM", <http://www.smecca.com> [diakses tanggal 12/11/2012].

WALI, "Jumlah Waralaba" <www.detikfinance.com> [diakses tanggal 27/02/2011].