

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Islam adalah agama yang sempurna, serta agama yang memberikan rahmat bagi seluruh umatnya serta hadir dengan berbagai konsep kehidupan yang menyeluruh tidak hanya kehidupan yang sifatnya vertikal yang selalu dikaitkan dengan tata cara beribadah kepada Allah. Namun kehidupan yang sifatnya horizontal pun juga diatur dalam Islam, horizontal adalah hubungan antara manusia dalam bermasyarakat. Contohnya perdagangan yang menjadi aspek kehidupan, dalam hal ini dikelompokkan kedalam masalah *Muamalah*. Sebagai ajaran yang penuh rahmat Allah SWT. Islam juga mengatur tata nilai dalam melaksanakan bisnis, tidak hanya dalam tatanan teori tapi juga dalam praktek dalam yang sesuai dengan syariat Islam, mengingat Rasulullah sendiri adalah seorang pedagang.¹

Muamalah adalah salah satu konsep bisnis yang tidak hanya mengatur seberapa banyak keuntungan yang akan didapatkan, tetapi juga bernilai *ta'āwun* (tolong menolong) sebagai salah satu implikasi sosial dalam berbisnis. Seorang muslim dibenarkan berbisnis dan berusaha secara perseorangan, ataupun kelompok dengan penggabungan modal dan tenaga, dalam bentuk perkongsian dagang pada berbagai bentuk yang menjadikanya sebuah organisasi bisnis.²

¹ Jusmaliani, dkk., *Bisnis Berbasis Syariah* (Cet. I; Jakarta: Bumi Aksara, 2008), 6.

² Malahayati, *Rahasia Bisnis Rasulullah* (Yogyakarta: Jogja Great! Publisher, 2010), 5.

Sistem kerjasama dalam ekonomi Islam adalah untuk saling memperoleh sebuah keuntungan antara kedua pihak dengan mematuhi etika bisnis, maka hal tersebut diperbolehkan dalam Islam, bahkan dianjurkan. Keterlibatan muslim dalam dunia bisnis sudah berlangsung selama empat belas abad lamanya. Namun, dewasa ini muslim seringkali dihadapkan dengan berbagai masalah yang sangat dilematis. Meskipun sudah berperan aktif dalam dunia bisnis, namun keraguan masih ada, apalagi muncul sebuah pertanyaan, apakah bisnis yang sedang dijalankan benar dan diperbolehkan menurut Islam? Apakah sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam? Yang kerap menjadi masalah adalah munculnya metode baru, institusi, dan teknis bisnis baru yang sebelumnya belum pernah ada. Hal itu yang kemudian menimbulkan keraguan seorang muslim dalam melaksanakan bisnisnya.

Berkembangnya perdagangan Internasional secara bebas sangat berpengaruh terhadap perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) telah mampu memperbesar perkembangan dan peluang usaha dengan memberikan mekanisme perlindungan terhadap pemilik HKI tersebut.³ Salah satu peluang usaha yang mempunyai mekanisme dan berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah Usaha Franchise (waralaba) yang juga mendapatkan perlindungan HKI.

Waralaba (*Franchise*) diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850 oleh Isaac Singer, seorang penemu dan pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan penjualan mesin jahitnya. Meskipun bisnisnya gagal,

³ Linda firwati, *perjanjian waralaba menurut hukum islam*, vol. 3, 40, 2011

namun dialah orang yang pertama kali mengenalkan konsep Waralaba (*Franchise*) di Amerika. Kegagalan tersebut banyak menginspirasi banyak pengusaha di Amerika untuk mencoba konsep yang sama dengan Isaac Singer. Seperti John S Pemberton yang sukses mendirikan Coca Cola. Konsep bisnis yang dibawa oleh Isaac Singer ini berkembang di berbagai Negara maju seperti Amerika, Inggris dan lain sebagainya.⁴

Konsep Waralaba (*Franchise*) tersebut datang dengan mengandalkan kemampuan mitra usahanya dalam menjalankan dan mengembangkan bisnis *Franchise* dengan proses tata cara, serta sebuah sistem yang telah ditentukan oleh pihak *Owner* (pendiri usaha) kepada mitra usaha.⁵ Konsep bisnis *Franchise* tersebut terdiri atas konsep bisnis yang merata, proses awal menjadi seorang mitra, proses pengelolaan bisnis dan juga bantuan yang secara terus menerus dilakukan oleh pihak pertama kepada mitra.

Dalam pengertian secara umum, Waralaba dapat diartikan sebagai sebuah kontrak perjanjian ataupun persetujuan secara lisan ataupun tertulis yang dinyatakan secara tegas dimana pihak pewaralaba memberikan hak nya kepada orang lain atau lebih tepatnya disebut sebagai terwaralaba untuk menggunakan nama dagangan, merk, logo, ataupun karakteristik yang berhubungan dengan kepentingan bisnis bersama yang juga menjalankan bisnis yang menawarkan, menjual, ataupun mendistribusikan barang atau jasa lainnya. Selama kontrak berlangsung pihak terwaralaba juga harus membayar *royalty*

⁴ Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Cet. I; Yogyakarta: Graha Ilmu), 2-4.

⁵ Gunawan Wijaja, *Waralaba* (cet. II; Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 4.

fee yaitu bagi hasil dari pendapatan (hasil penjualan).⁶ Lebih tepatnya *royalty fee* dapat diartikan sebagai jumlah uang yang dibayarkan secara periodik oleh terwaralaba (mitra) kepada pewaralaba sebagai bentuk imbalan dari pemakain hak waralaba.⁷

Konsep *waralaba* di atas dalam hukum *muamalat*, dapat kita kategorikan sebagai bentuk kerjasama dagang atau usaha bisnis yang belum dikenal oleh masyarakat umum ataupun berbeda dengan konsep *syirkah* yang telah dibahas oleh ulama terdahulu yang sudah mengalami pergesekan disebabkan perkembangan zaman. *Syirkah* (persekutuan) dalam hukum *muamalat* terbagi dalam beberapa jenis, dan hal itu perlu diketahui bahwa pola transaksi dalam hukum Islam adalah menitikberatkan moralitas yang lebih tinggi nilainya dari apapun. Dalam ajaran Islam sudah ditegaskan bahwa kekayaan hanyalah Amanah dari Allah SWT dan tidak bisa dimiliki secara mutlak.⁸

Salah satu trend bisnis *waralaba* yang menjadi fokus peneliti adalah RM Soto Abas yang mampu memberikan oase baru kepada masyarakat. RM Soto Abas ini merupakan bisnis yang bergerak dalam bidang makanan (soto) dengan berbagai variasi baru di dalamnya sehingga mampu memberikan nuansa baru kepada pelanggan. Soto yang dikenal dengan *tagline Soto Paling Murah Dunia Akhirat* ini juga mempunyai program khusus setiap hari jum'at, yakni dengan cara menggratiskan makanan kepada penghafal Al-

⁶ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Cet. II; Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), 11.

⁷ *Ibid.*, 73.

⁸ Saefuddin, *Ekonomi dan Masyarakat dalam Perspektif Islam* (Jakarta: Rajawali Press, 1987), 65.

Qur'an dan kaum dhuafa dan juga pembayaran secara Cuma-Cuma atau seikhlasnya. Soto Abas ini sudah memiliki 47 cabang di seluruh Indonesia, salah satunya Soto Abas Telang Kamal yang menjadi urutan ke 41 dari total cabang yang ada di seluruh Indonesia.

Dalam hal ini ada tiga kriteria khusus bagi calon mitra dari bisnis waralaba Soto Abas ini, diantaranya: yang pertama harus berada di lokasi keramaian atau padat penduduk, kedua tidak termasuk jalur cepat, dan yang ketiga luas tempat yang menjadi kriteria harus bisa menampung minimal enam set meja makan.

Segmen penting lainnya dalam pelaksanaan Bisnis atau usaha yakni Etika bisnis, dimana setiap perusahaan tentunya memiliki serta menjunjung tinggi nilai-nilai etika dalam pelaksanaan bisnisnya. Etika perusahaan sangat berperan penting dalam membentuk perusahaan tersebut menjadi perusahaan yang kuat dan memiliki daya saing tinggi dan menentukan tinggi rendahnya nilai suatu perusahaan, dalam dua hal tersebut etika bisnis merupakan landasan yang harus diperkuat dan diperhatikan konsistensinya untuk mencapai tujuan keberhasilan perusahaan.

Adapun etika bisnis perusahaan memiliki peran yang sangat penting, yaitu untuk membentuk suatu perusahaan yang kokoh dan memiliki daya saing yang tinggi serta mempunyai kemampuan menciptakan nilai

(*value-creation*) yang tinggi, dimana diperlukan suatu landasan yang kokoh untuk mencapai itu semua.⁹

Dengan demikian, bisnis Waralaba Soto Abas ini apakah sudah sesuai dengan konsep bisnis *Waralaba*, kemudian *praktek Etika Bisnis* yang dijamin sebagai intisari dari penelitian penulis dalam melaksanakan penelitian terkait bisnis *Waralaba* Soto Abas Telang Kamal. Apakah praktek penerapan Etika Bisnis dilaksanakan dalam kerjasama yang ada di Soto Abas kemudian apakah sudah relevan dengan Akad *Shirkah* atau justru berbeda dengan teori yang peneliti gunakan dalam penelitian ini.

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam tentang bisnis waralaba (Franchise) dengan mengangkat judul: **“TINJAUAN PENERAPAN ETIKA BISNIS TERHADAP AKAD SYIRKAH DALAM BISNIS WARALABA DI SOTO ABAS TELANG KAMAL”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana praktek Akad *shirkah* dalam Bisnis Waralaba Soto Abas Telang Kamal?
2. Bagaimana tinjauan *Etika Bisnis* terhadap Akad *Shirkah* dalam bisnis Waralaba di Soto Abas Telang Kamal?

⁹ Hasoloan Aswand, 2018 “Peran Etika Bisnis Dalam Perusahaan Bisnis”, *Jurnal Warta*, vol. 57 Juli 2018, 06.

C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Berdasarkan uraian permasalahan diatas adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui praktek Akad *Shirkah* dalam bisnis Waralaba di Soto Abas Telang Kamal.
2. Untuk mengetahui Tinjauan *Etika Bisnis* terhadap Akad *Shirkah* dalam bisnis Waralaba di Soto Abas Telang Kamal.

Berdasarkan hasil dari penelitian ini diharapkan berguna dalam berbagai hal, yaitu :

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai salah satu metode dalam pembelajaran dalam penelitian sehingga mampu mempermudah mahasiswa dalam menganalisis praktek akad shirkah dalam bisnis waralaba pada umumnya dan di soto abas telang kamal pada khususnya.
 - b. Memperluas pengetahuan peneliti mengenai *tinjauan etika bisnis* terhadap akad shirkah dalam bisnis waralaba di Soto Abas Telang Kamal.
 - c. Dalam penelitian ini penulis berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat dan menjadi sebuah refrensi ataupun rujukan bagi peneliti selanjutnya mengenai tinjauan fiqh muamalah terhadap akad shirkah dalam bisnis waralaba di soto abas telang kamal.

2. Manfaat praktis

- a. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang baik terhadap pengembangan keilmuan Fakultas Keislaman pada umumnya dan pada khususnya terhadap rumpun keilmuan Profil Lulusan Program Studi Hukum Bisnis Syariah.
- b. Sebagai sumbangsih pengetahuan terhadap Masyarakat dan para penggiat bisnis Waralaba(*Franchise*) yang saat ini sedang menjadi salahsatu bisnis *trend* di kalangan masyarakat Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru kepada Masyarakat dengan latar belakang muncul dan berkembangnya bisnis waralaba hingga proses akad shirkah yang ditinjau dari etika bisnis.

D. Kajian Pustaka

Berdasarkan tinjauan yang telah penulis lakukan terhadap beberapa penelitian terdahulu yang berfungsi untuk mengetahui apakah permasalahan yang dilakukan masih baru atau telah mengalami pengulangan ataupun polemik baru. Maka penulis dapat membandingkan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya seperti:

1. Penelitian Taufiqur Rahman “*Sistem Bisnis Waralaba Restoran Ayam Bakar Wong Solo Dalam Perspektif Ekonomi Islam*” pada penelitian Taufiq hanya berfokus pada bagaimana metode kemitraan menurut hukum Islam pada objek penelitian dan beberapa akad kerjasama dalam Islam pada umumnya. Dengan kesimpulan hasil penelitiannya yaitu, sistem bisnis waralaba Ayam Bakar Wong Solo berupa *Shirkah Muḍarabah*,

dimana ada kerjasama antara pengelola (*mudharib*) dengan pihak pemilik modal sebagai investor (*sahib al mal*). Kedua pihak bekerja sama dalam modal dan pengelolaan usaha, kemudian keuntungan dari kerjasama tersebut dibagi sesuai kesepakatan. Dalam bisnis waralaba Ayam Bakar Wong Solo menawarkan dua bentuk *Shirkah Mudarabah*, yaitu waralaba lepas (*mudarabah mutlaqah*) dan waralaba pengelola (*mudarabah muqayyadah*). selain itu waralaba Ayam Bakar Wong Solo telah sesuai dengan *Shirkah Mudarabah* yang ada dalam ekonomi Islam karena dalam proses kerjasamanya telah sesuai dan memenuhi syarat dan rukun yang ada dalam *Shirkah Mudarabah*.¹⁰

Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Taufiq dengan penelitian ini terletak pada obyek penelitian yang akan diteliti, dalam penelitian Taufiq obyek yang diteliti terletak pada prooses kemitraan dalam bisnis Waralaba dalam persfektif ekonomi Islam sedangkan dalam penelitian ini Tinjauan *Penerapan Etika Bisnis* terhadap Akad Shirkah dalam Bisnis Waralaba Soto Abas Telang Kamal. Dimana peneliti menitik beratkan pada akad kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak, yakni Owner Soto Abas dan juga mitra.

2. Penelitian Laila Istiq Farin “*Analisis Sitem Waralaba (Franchise) pada Sektor Makanan menurut Prinsip Ekonomi Islam*” pada penelitian ini, peneliti banyak mengulas tentang sistem bisnis waralaba pada sektor makanan menurut prinsip ekonomi islam. Memfokuskan pembahasan pada

¹⁰ Taufiqur Rahman, *Sistem bisnis Waralaba Restoran Ayam Bakar Wong Solo dalam Persfektif Ekonomi Islam*, (Institut Keislaman Abdullah Faqih Gresik, 2015)

sektor makanan yang boleh atau sah di waralabakan menurut hukum ekonomi Islam, dengan kesimpulan hasil penelitian sistem *Franchise* yang digunakan merupakan jenis waralaba dengan format bisnis, dimana semua peraturan dalam pendirian usaha mitra diatur penuh oleh pihak pusat. Kemudian semua hal yang ada hubungannya dengan *Franchise* diserahkan kepada pihak *Franchisee* atau terwaralaba. Jenis *Shirkah* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Shirkah Inan* dimana dalam prosesnya kedua belah pihak yang berserikat diharuskan mengeluarkan sejumlah modal dengan proporsi yang berbeda, selain itu kedua belah pihak diperbolehkan untuk turun aktif dalam pengelolaan usaha, namun boleh juga untuk tidak ikut andil.¹¹

Sedangkan obyek penelitian dalam penelitian ini adalah tinjauan Penerapan Etika Bisnis terhadap akad shirkah dalam bisnis waralaba soto abas telang kamal. Sehingga Obyek penelitiannya berbeda dengan penelitian Laila.

3. Penelitian selanjutnya dengan judul “*Tinjauan Yuridis Terhadap Kedudukan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise (Waralaba)*” yang ditulis oleh Nila Trisna. Dalam penelitian ini untuk mengetahui kedudukan Franchise dalam pandangan Hukum sehingga penulis banyak mengulas tentang kedudukan waralaba dalam pandangan Hukum Perdata, dasar hukum mengenai bisnis waralaba di Indonesia. Dengan kesimpulan hasil penelitiannya yaitu, dalam kontrak *Franchise* terdapat subyek dan obyek.

¹¹ Laila Istiq Farin, *Analisis Sitem Waralaba (Franchise) pada Sektor Makanan menurut Prinsip Ekonomi Islam*, (Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019)

Subyek hukum dalam perjanjian *Franchise* yaitu *Franchisee*, *Franchisor* adalah perusahaan yang memberi lisensi, baik berupa paten, merek perdagangan, merk jasa, maupun lainnya kepada *Franchisee*, sedangkan *Franchisee* adalah perusahaan yang menerima lisensi dari *Franchisor*. Sedangkan yang menjadi obyek *Franchise* adalah lisensi, yakni ijin yang diberikan oleh *Franchisor* kepada *Franchisee*. Hubungan hukum yang terjadi antara pihak *Franchisor* dengan *Franchisee* dijabatani oleh suatu kontrak yang disebut *Franchise Agreement*. Tidak ada hubungan lain selain dari itu. Karena itu pula setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggungjawabkan sendiri oleh masing-masing pihak tersebut.¹²

Sedangkan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Tinjauan Penerapan Etika Bisnis Terhadap Akad Shirkah Dalam Bisnis Waralaba Soto Abas. Dapat disimpulkan bahwa penelitian yang dilakukan oleh Nila dan peneliti berbeda baik dalam aspek penelitian dan juga objek nya juga berbeda. Saudari Nila berfokus pada kedudukan *Frienchise* dalam pandangan hukum perdata sedangkan peneliti berfokus pada kerjasama yang dilakukan oleh kedua belah pihak dalam persfektif fiqh muamalah.

¹² Nila Trisna, *Tinjauan Yuridis Terhadap Kedudukan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise(Waralaba)*, Universitas Teuku Umar

E. Sistematika Pembahasan

Untuk lebih memudahkan pembaca dalam pembahasan Skripsi ini maka perlu adanya sistematika yang sesuai dengan panduan penulisan Skripsi yang ada, sistematika yang disusun penulis sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Dalam bab ini terdiri atas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teoritis, dan sistematika pembahasan yang akan mengantarkan pembaca pada substansi secara umum pada penulisan penelitian ini.

BAB II Landasan Teori

Bab kedua ini berisi tentang kerangka teori, membahas segala teori-teori yang berkesinambungan dengan permasalahan yang diteliti. Kerangka teori ini akan menjadi landasan dan pemecahan masalah yang berkaitan dengan Tinjauan Penerapan Etika Bisnis Terhadap Akad Shirkah dalam bisnis Waralaba.

BAB III Metode Penelitian

Dalam bab ini penulis akan menguraikan metode yang digunakan dalam proses penelitian yang meliputi: jenis penelitian, sifat penelitian, lokasi penelitian, serta pendekatan penelitian, sumber data yang didapatkan, metode pengumpulan data dan juga teknis analisis data yang penulis teliti.

BAB IV Hasil Penelitian

Membahas mengenai gambaran umum yang ada di bisnis Waralaba Soto Abas Telang Kamal. Serta pembahasan mengenai Tinjauan Penerapan Etika Bisnis Terhadap Akad Shirkah Dalam Bisnis Waralaba Soto Abas Telang Kamal.

BAB V Penutup

Pada bab ini penulis akan menguraikan kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis.