

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri waralaba di Indonesia menunjukkan potensi yang sangat besar dan menjadi salah satu sektor strategis dalam mendukung perekonomian nasional. Sektor ini diproyeksikan mampu menyerap hingga 4 juta tenaga kerja, sehingga berperan penting dalam penciptaan lapangan kerja dan peningkatan kesejahteraan masyarakat. Namun, dalam perkembangannya masih terdapat kesenjangan yang signifikan antara pertumbuhan waralaba asing dan waralaba lokal, meskipun Indonesia memiliki potensi waralaba domestik yang sangat besar. Menurut Budi Santo, pada tahun 2024 sektor waralaba nasional mampu menyerap sekitar 97.872 tenaga kerja lokal dan menghasilkan pendapatan sebesar Rp143,25 triliun. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa model waralaba memiliki peluang ekonomi yang besar, namun juga menuntut pengelolaan usaha yang profesional dan sistem kemitraan yang jelas.¹

Secara konseptual, waralaba (*franchisee*) merupakan model bisnis di mana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menggunakan nama merek, sistem operasional, serta dukungan manajemen dalam menjalankan usaha tertentu berdasarkan perjanjian yang disepakati. Dalam perspektif hukum Islam, pola kerja sama usaha tersebut memiliki kemiripan dengan konsep akad *shirkah*, yaitu akad kemitraan yang

¹ Naufal Zuhdi, "Mendag: Industri Waralaba Mampu Serap Hampir 100 Ribu Pekerja," *Metro Tv News*, 2025, <https://www.metrotvnews.com/read/b3JCpvmn-mendag-industri-waralaba-mampu-serap-hampir-100-ribu-pekerja>.

melibatkan dua pihak atau lebih dengan kontribusi modal, tenaga, atau keahlian, serta pembagian keuntungan dan kerugian secara adil. Oleh karena itu, akad *shirkah* sering dijadikan landasan dalam pengembangan model bisnis berbasis syariah, termasuk dalam praktik waralaba, sepanjang pelaksanaannya memenuhi prinsip kejelasan akad, keadilan, dan keseimbangan hak serta kewajiban para pihak.² Pihak-pihak menyerahkan barang atau jasa dan melakukan penjualan dengan kata lain pewaralaba diberi wewenang untuk menggunakan nama merek dan model bisnis. Dilihat dari perkembangannya yang cukup pesat pemerintah lebih memperhatikan secara khusus peraturan mengenai *franchisee* atau waralaba yang berkembang di Indonesia, demi terciptanya suatu keadilan di dalam masyarakat.³

Namun dalam praktiknya, tidak semua usaha waralaba dijalankan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan maupun prinsip syariah. Pada beberapa kasus, masih ditemukan praktik kemitraan yang belum memenuhi unsur kejelasan akad, transparansi pembagian keuntungan, serta keseimbangan hak dan kewajiban antara pihak *franchisor* dan *franchisee*. Kondisi tersebut berpotensi menimbulkan ketidakadilan dan sengketa usaha, terutama apabila perjanjian kerja sama tidak disusun secara rinci dan tidak dipahami secara utuh oleh para pihak. Dalam perspektif syariah, ketidakjelasan akad dan pembagian hasil yang tidak adil dapat mengarah pada praktik yang

² Arya Nirwansyah Dwi Putra, “Penerapan Sistem Akad Shirkah Dalam Bisnis Waralaba Hisana Di Kota Parepare (Analisis Hukum Ekonomi Islam)” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare, 2021).

³ Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori Dan Analisis Kasus* (Jakarta: Prenada Media, 2015),

bertentangan dengan prinsip akad *shirkah*, yang menuntut adanya kesepakatan yang jelas, saling ridha, serta pembagian risiko dan keuntungan secara proporsional.

Tingginya minat masyarakat terhadap usaha waralaba juga terlihat di berbagai daerah, salah satunya di Kabupaten Sukoharjo. Di wilayah ini, banyak pelaku usaha yang tertarik bergabung dalam kemitraan waralaba, termasuk pada usaha *franchisee* Ginastel. Namun, dalam praktiknya, sebagian mitra cenderung lebih berfokus pada potensi keuntungan usaha tanpa terlebih dahulu memahami secara mendalam aspek hukum dan kesesuaian akad kemitraan dengan prinsip syariah. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kecenderungan bahwa pertimbangan legalitas dan kejelasan akad belum menjadi perhatian utama bagi sebagian masyarakat dalam memilih dan menjalankan usaha waralaba.

Salah satu usaha waralaba yang menarik perhatian peneliti untuk dikaji dari perspektif akad *shirkah* adalah *franchisee* Ginastel. Ginastel merupakan usaha minuman berbahan dasar teh asli Sukoharjo yang didirikan oleh Kernadi Andrianto pada September 2021. Usaha ini awalnya dirintis melalui gerobak kecil, kemudian berkembang dengan membuka cabang dan sistem kemitraan waralaba di berbagai daerah.⁴ Dalam sistem kemitraannya, Ginastel menawarkan konsep kerja sama yang diklaim tanpa pungutan royalti dan tanpa bagi hasil tetap, namun mitra tetap diwajibkan menyediakan modal awal untuk

⁴ Putri Prima, "Peluang Franchisee Es Teh Ginastel, Harga Dan Cara Daftar," *Kita Lulus*, 2024, <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/franchisee-es-teh-ginastel/>.

keperluan pembukaan usaha, seperti pengadaan perlengkapan, bahan baku, dan branding. Pembagian hasil usaha selanjutnya dilakukan berdasarkan kesepakatan tertentu antara pihak pusat dan mitra. Kondisi tersebut menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana pelaksanaan sistem kemitraan Ginastel telah sesuai dengan prinsip syariah, khususnya terkait kejelasan akad, keadilan pembagian keuntungan, serta mekanisme tanggung jawab antara para pihak.

Dalam perspektif hukum Islam, kemitraan usaha memiliki landasan normatif yang kuat sebagaimana tercantum dalam firman Allah Swt. pada Q.S. An-Nisa ayat 12 yang menegaskan prinsip perserikatan dalam kepemilikan harta:

... فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءُ فِي الثُّلُثِ

Artinya: ... Maka mereka berserikat dalam sepertiga harta... (Q.S An-Nisa ; 12)⁵

Ayat tersebut menjadi dasar bagi para ahli hukum Islam dalam menerima konsep akad *shirkah* sebagai bentuk kerja sama usaha yang diperbolehkan sepanjang dilaksanakan secara adil dan berdasarkan kesepakatan yang jelas. Sejalan dengan prinsip tersebut, praktik kemitraan dalam usaha waralaba perlu ditinjau kesesuaiannya dengan ketentuan syariah dan regulasi yang berlaku, antara lain Fatwa DSN-MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad

⁵ Kementerian Agama RI, *Al- Qur'an dan terjemahannya* (Jakarta: Lajnah Pentashihan Mushaf Al-Qur'an, 2019), *Surah An Nisa'* (4), 12.

Shirkah serta Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba. Selain itu, pengaturan mengenai waralaba juga didukung oleh Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Berdasarkan uraian tersebut, penulis tertarik untuk meneliti implementasi akad *shirkah* dalam usaha *franchisee* Ginastel yang dikaji berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba.⁶ Penelitian ini bertujuan untuk menilai kesesuaian pelaksanaan akad kemitraan dengan prinsip syariah dan ketentuan hukum yang berlaku, khususnya terkait kejelasan akad, keseimbangan hak dan kewajiban, serta mekanisme pembagian keuntungan dan tanggung jawab usaha. Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi pelaku usaha dan masyarakat agar tercipta kerja sama bisnis yang adil, sehat, dan berkelanjutan serta mencegah terjadinya praktik usaha yang merugikan salah satu pihak.

B. Identifikasi Masalah

Sebagaimana yang telah diuraikan pada latar belakang diatas, identifikasi permasalahan yang hendak dijadikan bahan penelitian dalah sebagai berikut:

⁶ Dwi Kustiawan, *Wawancara Dengan Dwi Kustiawan, Topik Kemitraan Ginastel* (Sukoharjo: Wawancara Pribadi, 2025).

1. Belum optimalnya pemahaman sebagian mitra *franchisee* Ginastel di Kabupaten Sukoharjo terhadap konsep akad *shirkah* dalam pelaksanaan kerja sama usaha.
2. Adanya ketidaksesuaian praktik perjanjian dan pembagian hasil dalam *franchisee* Ginastel dengan ketentuan akad *shirkah*.
3. Belum optimalnya penerapan kejelasan akad kerja sama *franchisee* Ginastel berdasarkan Fatwa DSN-MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba.
4. Kurangnya kajian akademik mengenai kesesuaian sistem kemitraan Ginastel terhadap prinsip keadilan, keseimbangan hak dan kewajiban, serta tanggung jawab usaha menurut syariah.
5. Model kemitraan Ginastel yang tidak menerapkan royalti atau bagi hasil tetap berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban yang perlu dikaji dari perspektif syariah.

C. Pembatasan Masalah

Adapun Batasan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Fokus penelitian ini dibatasi pada kejelasan akad kerja sama yang sesuai dengan prinsip keadilan, transparansi dan kejelasan dalam bisnis *Franchisee* Ginastel antara pemberi waralaba (*Franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Dan hanya akan melibatkan pemberi waralaba dan penerima waralaba yang terlibat dalam akad kerja sama dalam bisnis *franchisee* ginastel.

2. Penelitian ini hanya akan menyoroti peraturan yang relevan, yakni Fatwa DSN MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba sebagai dasar hukum dalam implementasi akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee*. Tidak akan membahas regulasi lain di luar ketentuan ini.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan diatas dapat dikemukakan masalah dalam penelitian yang akan dibahas adalah:

1. Bagaimana sistem kerja sama dalam praktik bisnis *franchisee* Ginastel?
2. Bagaimana praktik bisnis *franchisee* Ginastel ditinjau dari persepektif Fatwa DSN MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad *Shirkah* dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 tahun 2024 tentang waralaba?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengkaji dan memahami implementasi transaksi kerja sama dalam bisnis *franchisee* Ginastel, mulai dari kontrak kerja sama hingga pembagian hasil keuntungan.
- b. Untuk menganalisis dan memahami kesesuaian implementasi akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee* ginastel berdasarkan Fatwa DSN MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang waralaba.

2. Kegunaan penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa kegunaan baik secara teoritis maupun praktis, berikut merupakan kegunaan dari penelitian ini:

- a. Dalam aspek teoritis, penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi pengetahuan baru dalam dua aspek, yaitu implementasi akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee*, kesesuaian akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee* berdasarkan peraturan yang berlaku. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi panduan dan referensi bagi peneliti atau praktisi yang berminat untuk melanjutkan penelitian serupa atau meningkatkan pemahaman dalam dua bidang tersebut.
- b. Dalam aspek praktis, penelitian ini memiliki manfaat yang berbeda untuk masyarakat dan pelaku usaha serta Ginastel yang dijabarkan sebagai berikut:

- 1) Bagi masyarakat dan pelaku usaha, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pemahaman masyarakat, khususnya para pelaku usaha, mengenai pentingnya penerapan akad *Shirkah* yang sesuai dengan Fatwa DSN MUI Nomor 114/DSN-MUI/IX/2017 dan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 dalam bisnis *Franchisee*. Hal ini dapat menumbuhkan kepercayaan dan minat masyarakat terhadap bisnis *franchisee* sehingga meningkatkan partisipasi mereka dalam membuka usaha bisnis *Franchisee*.
- 2) Bagi Ginastel, penelitian ini dapat menjadi pedoman untuk meningkatkan efektivitas penerapan akad *Shirkah* yang sesuai dengan peraturan yang relevan. Rekomendasi dari penelitian ini dapat membantu ginastel dalam mengadopsi strategi pemasaran terkait bisnis *franchisee* untuk meluncurkan bisnis dengan struktur yang menarik minat mereka dan tentunya yang sesuai dengan prinsip syariah.

F. Kajian Pustaka

Sangat diperlukan bagi peneliti untuk melakukan kajian literatur terhadap penelitian terdahulu agar dapat menjadi acuan dan pedoman dalam melakukan penelitian. Oleh karena itu, dari pengamatan semua hasil penelitian, maka penelitian yang paling mendekati serta mengarah dengan penelitian ini adalah:

1. Penelitian Muhammad Yusuf Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Sebelas Maret dalam skripsinya berjudul “Tinjauan Konsep Bisnis Walaba (*Franchisee*) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam”. Dalam

penelitian ini membahas konsep bisnis dari sudut pandang hukum Islam serta bagaimana hukum Islam menyikapi dinamika transaksi bisnis kontemporer yang serba cepat. Selama tujuan perjanjian waralaba tidak dilarang oleh hukum Islam, temuan studi ini menunjukkan bahwa perjanjian waralaba sah menurut hukum Islam. Terlihat sangat jelas bahwa hukum islam tidak dapat lepas dari pengaruh modernitas dan hal ini juga terlihat dari kenyataan bahwa modernitas yang saat ini terjadi di masyarakat terkait erat dengan reformasi Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1989 yang diimplementasikan melalui Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2006.⁷ Persamaannya dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas konsep waralaba dalam pandangan syariah. Namun penelitian ini memiliki kelebihan karena disertai dengan observasi langsung terhadap praktik bisnis *franchisee* ginastel serta dilengkapi dengan analisis peraturan terbaru (Peraturan Pemerintah No. 35 tahun 2024 dan Fatwa DSN-MUI No 114/IX/2017) yang menjadikan penelitian ini lebih kontekstual dan aktual.

2. Penelitian Falih Ahmad Hibatullah Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Jember dalam skripsinya berjudul “Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchisee* Martabak Jakarta Di Kabupaten Jember Menurut Fiqih Muamalah Dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba”. Dalam penelitian ini membahas implementasi ketentuan

⁷ Muhammad Yusuf, “Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (*Franchisee*) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam” (Skripsi, Universitas Sebelas Maret Surakarta, 2009).

perlindungan hukum dalam *franchisee* tersebut terutama perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *franchisee* menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.⁸ Hasil dari penelitian ini menunjukkan perlindungan hukum dan prosedur di Martabak Jakarta Jember bagi para penerima waralaba dilakukan secara ringkas dan jelas, tetapi tidak formal. Menurut Fikih muamalah, para pihak dalam perjanjian waralaba martabak Jakarta di kabupaten jember dilindungi secara hukum oleh shirkah karena anggota penerima waralaba memberikan otoritas untuk menggunakan merek dagang, mempertahankan kendali, menyumbangkan dana dan mengoperasikan usaha dengan nama. PP No 42 Tahun 2007 Tentang waralaba memberikan perlindungan hukum, jika penerima waralaba tidak memilikinya, itu karena mereka tidak memiliki dokumentasi perjanjian waralaba yang merupakan salah satu prasyarat untuk mengajukan STPW. Terdapat persamaan dan perbedaan antara kedua penelitian tersebut. Kedua penelitian ini sama-sama meninjau hubungan *franchisor* dan *franchisee* dari dua sudut pandang yaitu hukum islam (Fikih muamalah) dan Regulasi Pemerintah. Namun terdapat perbedaan sangat jelas terlihat dari fokus penelitian, penelitian falih ahmad menitikberatkan pada aspek perlindungan hukum bagi para pihak dan validitas perjanjian *franchisee* sementara penelitian ini lebih fokus pada implementasi akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee*. Selain itu regulasi yang digunakan oleh Falih adalah

⁸ Falih Ahmad Hibatullah, "Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchisee* Martabak Jakarta Di Kabupaten Jember Menurut Fiqih Muamalah Dan peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba," (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Jember, 2019).

Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 sedangkan penelitian ini menggunakan peraturan pemerintah No 35 Tahun 2024 yang lebih relevan terhadap dinamika kemitraan bisnis masa kini.

3. Penelitian Eva Juniarti Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Institut Agama Islam Negeri Purwokerto dalam skripsinya Berjudul “Analisis Akad *Shirkah* Mudarabah Dalam Kemitraan *Franchisee* CV. Extra Pedas Purwokerto”. Dalam penelitian ini membahas bagaimana akad *Shirkah* Mudarabah digunakan dalam hubungan waralaba CV. Purwokerto Extra Spicy hasil penelitian menunjukkan bahwa CV telah mengadopsi kerangka kemitraan bisnis. Extra Spicy Purwokerto memiliki dua model kemitraan *Shirkah* mudharabah dan model waralaba tradisional. Salah satu ide akad *Shirkah* yang mana pihak *franchisee* atau mitra CV adalah Extra Spicy Purwokerto. Jika pewaralaba atau CV menginvestasikan modal dalam kegiatan usahanya, Extra Spicy memberikan hak patennya berupa temuan penelitian dan barang atau produk waralaba. Karena sama-sama membutuhkan tenaga kerja dan modal, *Shirkah* al-inan mampu mendobrak kesulitan tersebut.⁹ Terdapat persamaan dan perbedaan antara penelitian penulis dengan penelitian di atas. Persamaannya dengan penelitian ini terletak pada fokus kajian terhadap praktik kerja sama waralaba dalam perspektif akad *Shirkah*. Namun perbedaannya terletak pada objek penelitian dan pendekatan hukum. Penelitian ini menggunakan

⁹ Eva Juniarti, “Analisis Akad *Shirkah* Mudarabah Dalam Kemitraan *Franchisee* Cv. Extra Pedas Purwokerto” (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Purwokerto, 2019), <http://repository.iaipurwokerto.ac.id>.

objek *franchisee* ginastel serta menambahkan kajian terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba yang belum dikaji oleh Eva Juniarti karena peraturan tersebut merupakan pembaruan terkini.

4. Penelitian Agin Faiza Fitriani Prodi Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dalam skripsinya Berjudul “Akad *Shirkah* Terhadap *Franchisee* Teh Desa (Studi Kasus di Kecamatan Sukaraja)”.¹⁰ Dalam penelitian ini membahas maraknya praktik *franchisee* di Indonesia, termasuk di Kecamatan Sukaraja, Kabupaten Banyumas, yang melibatkan CV Karya Dari Desa sebagai *franchisor* dengan merek dagang "Teh Desa". Hasil dari penelitian yang dilakukan oleh Agina Faiza Fitriani, dapat disimpulkan bahwa praktik kerja sama antara pihak *franchisee* Teh Desa (CV Karya Dari Desa) dengan para mitra usaha di Kecamatan Sokaraja belum sepenuhnya sesuai dengan prinsip akad *Shirkah* dalam perspektif hukum Islam. Dalam pelaksanaannya, ditemukan adanya pelanggaran terhadap perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Beberapa outlet *franchisee* tidak menjalankan kewajiban sesuai akad, terutama terkait sistem pembagian hasil dan ketentuan operasional usaha, yang pada akhirnya menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban antara pihak *franchisor* dan *franchisee*. Dengan demikian, meskipun kedua penelitian sama-sama membahas implementasi akad *Shirkah* dalam bisnis *franchisee*, terdapat

¹⁰ Agin Faiza Fitriani, “Akad *Shirkah* Terhadap *Franchisee* Teh Desa (Studi Kasus Di Kecamatan Sokaraja)” (Skripsi, Universitas Islam Negeri Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto, 2025).

perbedaan yang jelas dalam konteks hukum yang dianalisis, objek penelitian, serta fokus pada permasalahan. Penelitian Agina lebih menitikberatkan pada pelanggaran akad oleh mitra usaha dan ketidaksesuaian perjanjian, sedangkan penelitian saya fokus pada keabsahan struktur akad dan kesesuaian model kemitraan Ginastel dengan prinsip syariah serta peraturan pemerintah. Secara substansi, penelitian saya mengangkat sistem kemitraan unik dari Ginastel yang tidak menerapkan sistem bagi hasil maupun royalti tetap, melainkan menggunakan sistem kontrak bebas dengan kesepakatan awal tanpa adanya pembagian hasil secara berkala. Hal ini menimbulkan pertanyaan sejauh mana model kerja sama tersebut dapat dikategorikan sebagai akad Shirkah yang sah dan sesuai dengan ketentuan hukum waralaba di Indonesia.

G. Sistematika Pembahasan

Penjelasan bagian-bagian yang akan ditulis dalam penelitian, yang disajikan secara metodis, dikenal sebagai sistematika pembahasan. Tesis ini, secara umum, akan dibagi menjadi lima bab dan sejumlah sub bab. Sistematika pembahasan digunakan untuk memberikan Gambaran mengenai pokok bahasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. BAB I: PENDAHULUAN, pada bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian serta sistematika pembahasan. Bab ini bertujuan untuk mengantar pembahasan skripsi secara keseluruhan.

2. BAB II: KAJIAN PUSTAKA, pada bab ini, peneliti membahas tentang teori yang berkaitan dengan penelitian seperti *franchisee*/waralaba, akad *shirkah*, Fatwa Dsn Mui dan juga Peraturan Pemerintah. Selain itu, dijelaskan juga landasan teori dari topik pembahasan mengenai Implementansi Akad *Shirkah* Dalam Bisnis Frenchise Ginastel.
3. BAB III: METODE PENELITIAN, pada bab ini, peneliti membahas terkait jenis pendekatan penelitian, Lokasi penelitian, sumber data, pengumpulan data, pengelolaan data, dan analisis data.
4. BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN, pada bab ini berisi tentang pembahasan secara menyeluruh tentang implementasi akad *shirkah* dalam bisnis *franchisee* ginastel, secara lengkap. Dalam bab ini berisi laporan hasil penelitian yang diperoleh dari pengolahan data melalui metode yang digunakan seperti wawancara, observasi, dokumentasi yang mana hasilnya akan dideskripsikan serta dianalisis.
5. BAB V: PENUTUP, pada bab ini terdiri dari kesimpulan yang dapat ditarik dari keseluruhan pembahasan peneliti yang diakhiri dengan rekomendasi dan catatan dari penelitian.