



Pemenuhan Hak Dan Kewajiban *Franchisor* Dalam Pembinaan Usaha Terhadap Bisnis Waralaba (*Franchise*) Perspektif Wahbah Az-Zuhaili (Studi Kasus Kecamatan Medan Kota Medan)

Nabila Zahra Siregar¹, Mustapa Khamal Rokan², Rahmat Hidayat³

Fakultas Syari'ah Dan Hukum, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

nabilazahrasrg26@gmail.com

ABSTRAK

Franchise merupakan bagian dari jenis syirkah dimana ada perkumpulan kemitraan dan penghimpunan dana serta pemakaian merek dagang. Hal tersebut juga menuntut kewajiban kepada franchisor untuk memberikan hak kepada franchisee berupa hak secara keilmuan, marketing dan juga administrative pengelolaan usaha tersebut. Kewajiban ini ternyata tidak dilakukan oleh franchise Dimsum 1000 dimana semua kewajiban pemberian pengetahuan marketing tidak dilakukan oleh franchise tersebut. Dalam penulisan skripsi ini penulis merumuskan masalah berupa bagaimana pelaksanaan bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan? Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban franchisor dalam pembinaan usaha bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan? Bagaimana pemenuhan hak dan kewajiban bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 perspektif Wahbah Az-Zuhaili di Kecamatan Medan Kota Medan? Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis penelitian hukum empiris. Hasil penelitian menjelaskan bahwa Pelaksanaan bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan melalui prosedur perjanjian kerja sama bisnis terlebih dahulu. Kemudian semua perlengkapan untuk berjualan disediakan oleh pihak Dimsum 1000. Akan tetapi dalam strategi pemasaran Dimsum 1000 dianggap kuno dan ketinggalan zaman. Pemenuhan hak dan kewajiban franchisor dalam pembinaan usaha bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan tidak melakukan pemenuhan hak dari franchisee yang berupa pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Pemenuhan hak dan kewajiban bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 perspektif Wahbah Az-Zuhaili di Kecamatan Medan Kota Medan sama sekali tidak terjadi. Praktrek waralaba Dimsum 1000 ditinjau dari perspektif Wahbah Az-Zuhaili tidak sesuai dengan pemenuhan konsep hak yang diterapkan dalam pandangan Wahbah Az-Zuhaili sendiri. Hal ini dapat dilihat dari tidak memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan telah melanggar hak dari franchisee-nya sendiri.

Kata Kunci : Hak, Franchise , Syirkah

ABSTRACT

Franchising is part of a type of syirkah where there is a partnership association and raising funds as well as the use of trademarks. This also requires the franchisor to provide rights to the franchisee in the form of scientific, marketing and administrative rights to manage the business. This obligation was apparently not carried out by the Dimsum 1000 franchise, where all obligations to provide marketing knowledge were not carried out by the franchise. In writing this essay, the author formulates a problem in the form of how to implement the Dimsum 1000 franchise business in Medan District, Medan City? How do franchisors fulfill their rights and obligations in developing the Dimsum 1000 franchise business in Medan District, Medan City? How do you fulfill the rights and obligations of the Dimsum 1000 franchise business from Wahbah Az-Zuhaili's perspective in Medan District, Medan City? In this research the author uses empirical legal research. The results of the research explain that the implementation of the Dimsum 1000 franchise business in Medan District, Medan City, goes through a business cooperation agreement procedure first. Then all the equipment for selling is provided by Dimsum 1000. However, in the marketing strategy Dimsum 1000 is considered old-fashioned and out of date. Fulfillment of the franchisor's rights and obligations in developing the Dimsum 1000 franchise business in Medan City District. Medan City does not fulfill the franchisee's rights in the form of guidance in the form of training, management operational guidance, marketing, research and development for franchisees on an ongoing basis. Fulfillment the rights and obligations of the Dimsum 1000 franchise business from Wahbah Az-Zuhaili's perspective in Medan City District, Medan City, did not happen at all. Dimsum 1000 franchise practices viewed from Wahbah Az-Zuhaili's perspective are not in accordance with the fulfillment of the concept of rights applied in Wahbah Az-Zuhaili's own view. This can be seen from not providing guidance in the form of training, operational management guidance, marketing, research and development to franchisees on an ongoing basis, which violates the rights of the franchisees themselves.

Keywords: Rights, Franchise, Syirkah

PENDAHULUAN

Waralaba (Franchise) merupakan suatu sistem pemasaran atau pendistribusian barang atau jasa dimana sebuah badan usaha sebagai perusahaan induk (franchisor) memberikan hak-hak istimewa kepada perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah (franchise) untuk menjalankan suatu usaha yang telah ditentukan sesuai dengan aturan yang berlaku pula baik itu waktu maupun tempat. Menurut Pasal 1 Butir 1 Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, dijelaskan mengenai pengertian waralaba, yaitu sebagai berikut : “Waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan telah dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.”

Berdasarkan hal-hal yang sudah diatur terkait bisnis waralaba pada Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, terdapat salah satunya unsur penting yaitu pemenuhan atas hak dan kewajiban. Terkait hal ini Wahbah Az-Zuhaili dalam kitab Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid 4

العین کامثال الحق اوجنس, والودیعة والطسروق لمغصب كما الحق عین یدہ تحت جود المو كان فان لتین الحا اوضررفی فتنة نفسه الحق صاحب قبل من خذہ ا علی ترتب ولكن, کها هلا عند المغصوبة اس تیفاؤه الفقهاء باتفاق الحق حب لصا فلیس, مطلقا الحق جنس خلاف من یدہ تحت الموجود اوکان سطة بوا وانما بنفسه

Artinya : Jika yang ada di dalam kekuasaannya adalah hak itu sendiri (dalam bentuk benda) seperti barang yang dirampas, dicuri atau dititipkan, atau jenis dari hak tersebut seperti barang-barang yang sepadan dengan barang yang dirampas ketika barang asli rusak atau hilang, dimana jika hak tersebut langsung diambil oleh sipemilik hak akan terjadi fitnah kemudharatan atau yang ada di dalam kekuasaannya berbeda sama sekali dengan jenis dari hak tersebut, maka sipemilik hak tidak berhak untuk mengambil hak itu sendiri berdasarkan kesepakatan para fuqaha, melainkan mesti melalui media hukum.

Bisnis waralaba yaitu suatu bisnis yang dijalankan dimana suatu bentuk kerja sama (kemitraan) dengan syarat tertentu yang didalamnya terdapat suatu bentuk perjanjian yang memuat tentang hak dan kewajiban atau kewenangan secara khusus kepada pihak penerima waralaba. Terkait hal ini mengenai pemenuhan atas hak dan kewajiban antar pihak yang terkait telah diatur pula dengan jelas pada Pasal 8 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yaitu :

“Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada pihak Penerima Waralaba secara berkesinambungan.”

Maka dari itu, hal yang dimuat dalam peraturan tersebut haruslah dijalankan dengan sebaik-baiknya sesuai aturan yang berlaku. Dengan adanya fenomena bermuamalah dengan konsep kemitraan atau waralaba (franchise) syariat islam sudah mengatur terkait hal ini bahwasannya semua hukum atas pemenuhan hak dan kewajiban sangat diperhatikan.

Syariat telah menegaskan agar menjaga hak seseorang dari berbagai tindak kezaliman dalam segala hal dari berbagai bentuk seperti tanggung jawab di hadapan Allah, tanggung jawab sosial, dan pengakuan terhadap hak untuk mengajukan suatu perkara melalui media hukum. Sipemilik hak sangat berhak untuk menuntut hak-haknya dengan segala cara yang telah disyariatkan.

Sedangkan fakta yang terjadi di lapangan, Dimsum 1000 yang merupakan bisnis waralaba (franchise) dari PT. Fajar Berkah Insani. Bisnis waralaba dengan konsep kemiraan ini berjalan sebagaimana mestinya akan tetapi banyak para pihak terkait waralaba (franchise) tidak mengetahui sepenuhnya hukum serta aturan yang berlaku mengenai bisnis jenis ini. Sehingga tidak terpenuhinya hak dan kewajiban antara kedua belah pihak yaitu dalam bentuk pembinaan usaha.

Pihak penerima waralaba (franchise) mengaku bahwasannya dengan tidak adanya pembinaan usaha dalam bisnis ini membuat usaha mereka tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan, seperti

kurangnya minat pelanggan, kurangnya dukungan dalam mengembangkan bisnis Franchise serta pengawasan dari pihak pemberi waralaba terkait hal hal yang mencakup dalam pembinaan usaha. Hal ini terjadi pada franchise Dimsum 1000 yang sudah memiliki banyak kemitraan di Kota Medan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan tersebut, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti serta menganalisis permasalahan ini untuk lebih lanjut mengenai “ **PEMENUHAN HAK DAN KEWAJIBAN FRANCHISOR DALAM PEMBINAAN USAHA TERHADAP BISNIS WARALABA (FRANCHISE) PERSPEKTIF WAHBAH AZ-ZUHAILI (Studi Kasus Kecamatan Medan Kota Medan).**”

METODE PENELITIAN

Kajian dalam penelitian hukum ini yaitu termasuk pada tipe penelitian empiris. Karena tipe dari penelitian ini adalah tipe empiris, maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode *field research* (penelitian lapangan). Selanjutnya sifat dari penelitian ini adalah deskriptif analitis. Penelitian yang bersifat seperti ini adalah bertujuan untuk memberi data yang sedetail mungkin mengenai manusia, keadaan ataupun gejala lainnya. Metode deskriptif ini bertujuan untuk memperoleh gambaran dengan hasil yang baik, jelas serta dapat memberikan data sedetail mungkin terkait objek yang akan diteliti. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan dengan metode *living case study*. pendekatan *living case study* adalah pendekatan pada suatu peristiwa hukum yang dimana prosesnya sedang atau masih berlangsung ataupun belum berakhir.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Hak Dalam Islam

Hak merupakan kata serapan dari bahasa Arab yaitu haq. Kata haq merupakan *maṣḍar* dari kata kerja *haqqa*. Bentuk jamak dari haq adalah *huquq*. Secara bahasa, *haq* berarti lawan dari bathil. Oleh karena itu, sesuatu menjadi *haq* jika dia tetap dan wajib. *Haq* juga diartikan dengan benar, tetap, dan kebenaran.

Konsep Kewajiban dalam Islam

Pengertian Kewajiban umum adalah segala sesuatu yang dianggap sebagai suatu keharusan untuk dilaksanakan oleh individu sebagai anggota warga negara guna mendapatkan hak yang pantas untuk didapat. Berdasarkan pengertian secara umum, maka kewajiban merupakan segala sesuatu yang harus dilakukan dan dipenuhi oleh setiap individu sehingga pantas untuk memperoleh suatu hak. Sehingga dapat dikaitkan dengan kewajiban dan hak warga negara dalam menyatakan pendapatnya di muka umum. Jadi tidak semata-mata hanya menyampaikan pendapat di muka umum, namun juga memperhatikan kewajiban yang ada. Berdasarkan tinjauan tersebut maka sangat relevan untuk mengetahui dan memahami kewajiban dan hak warga negara Indonesia yang termasuk batasan dalam menyatakan pendapat di muka umum.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Beberapa hak yang tidak dipenuhi oleh waralaba Dimsum 1000 dalam hal pemenuhan hak sebagai franchisor merupakan hak yang memang sebenarnya dipenuhi terhadap franchisee hal ini di tandai dengan bersebrangannya akad dengan penerapan tersebut di lapangan sebagai berikut:

1. Tidak adanya pelatihan khusus dalam pemasaran produk

Dalam *franchise*, salah satu hak dari franchisee adalah diberikannya pelatihan pemasaran dimana franchisor juga memberikan bagaimana teknik menjualkan produk tersebut dengan baik dan

layak. Dalam akadnya sebenarnya perbuatan ini tertera hanya saja tidak terlaksana dengan baik akibat banyaknya outlet yang harus diperhatikan.

Hal ini dapat dilihat di pasal III dari perjanjian akad tersebut. Penjelasan pasal III bahwa selama kontrak ini berlangsung franchisor berkewajiban untuk memberikan panduan operasional beserta manajemen pengelolaan dimsum 1000 kepada franchise serta pengawasan secara berkesinambungan, menyediakan barang-barang untuk penjualan seperti booth portable ukuran 120 x 60 x 80 cm lengkap dengan desain beserta spanduk dan papan menu dimsum 1000, menyediakan bahan baku seluruhnya untuk franchise, membantu proses marketing dan publikasi pembukaan cabang melalui media sosial.

2. Kurangnya bantuan dalam memasarkan produk

Setelah melakukan wawancara terhadap responden yang menjadi mitra waralaba Dimsum 1000 ini penulis mengambil kesimpulan bahwa tidak adanya bantuan dalam memasarkan produk Dimsum 1000 tersebut. Hal ini hanya sebatas eksposeteng saja di sosial media seperti Instagram dan Facebook. Tidak adanya bantuan pemasaran sama sekali yang dirasakan oleh para pihak yang menjadi mitra pada waralaba Dimsum 1000. Ini juga termasuk poin kesepakatan dalam akad yang dilanggar dimana pemilik waralaba Dimsum 1000 memang memberikan janji bahwa akan membantu dalam pemasaran, akan tetapi pada kenyataannya tidak terjadi hal yang demikian tersebut.

Hal ini dapat dilihat di pasal III dari perjanjian akad tersebut. Penjelasan pasal III bahwa selama kontrak ini berlangsung franchisor berkewajiban untuk memberikan panduan operasional beserta manajemen pengelolaan dimsum 1000 kepada franchise serta pengawasan secara berkesinambungan, menyediakan barang-barang untuk penjualan seperti booth portable ukuran 120 x 60 x 80 cm lengkap dengan desain beserta spanduk dan papan menu dimsum 1000, menyediakan bahan baku seluruhnya untuk franchise, membantu proses marketing dan publikasi pembukaan cabang melalui media sosial.

3. Tidak memperhatikan sebaran outlet

Pengawasan tentunya adalah bagian dari hak yang juga harus didapat franchisee dari franchisor. Tidak adanya pengawasan terhadap outlet sehingga jarak antara outlet satu dengan lainnya tidak memiliki jarak sehingga tingkat penjualan menjadi tidak seimbang antara satu dengan lainnya. Hak ini tertera sebenarnya dalam perjanjian akad kerja sama ini, hanya saja memang sama sekali tidak dilaksanakan. Wahbah Az Zuhaili memandang bahwa pemenuhan hak dalam perhatian tersebut adalah bentuk pemenuhan hak dalam kerja sama waralaba ini. Perjanjian waralaba tersebut harus disampaikan kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 minggu sebelum penandatanganan perjanjian. Perjanjian waralaba harus ditulis dalam Bahasa Indonesia, atau jika perjanjian waralaba ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.

Dalam pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba terkadang menimbulkan perselisihan atau salah satu pihak merasa kurang mendapatkan haknya, meskipun kedua belah pihak memiliki itikad baik untuk menjalankan setiap kewajibannya baik itu pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Dalam hasil wawancaranya sang franchisor Rifandi Wibowo mengatakan bahwa bisnis Dimsum 1000 ini dilaksanakan sebagaimana franchise pada umumnya. Akan tetapi karena masih dalam tahap merintis mungkin banyak prosedur franchise yang belum terpenuhi.

Menurut Fitriani Hasibuan dalam hasil wawancaranya beliau salah satu pemilik outlet yang ada di Kelurahan Sidorejo Hilir mengatakan bahwa franchise Dimsum 1000 ini hanya cukup membayar sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam perjanjian diawal dimana menyerahkan nominal yang telah ditetapkan. Kemudian dalam bisnis tersebut pada peserta franchise diberikan seperangkat alat masak seperti panci, paket kemasan dan juga alat masak lainnya. Stand juga termasuk dalam bisnis franchise ini. Persoalan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran,

penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Dimsum 1000 tidak pernah melakukannya.

Kemudian menurut Dina pemilik outlet yang ada di jalan Halat dalam hasil wawancaranya mengatakan bahwa dalam bisnis franchise Dimsum 1000 ini juga terdapat perjanjian dimana perjanjian tersebut selama masih berjualan dimsum dari Dimsum 1000 maka wajib membeli bahan utama atau dimsum yang berasal dari outlet induk atau kantor pusat pemasaran Dimsum 1000 itu sendiri. Persoalan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Dimsum 1000 tidak pernah melakukannya.

Tidak hanya itu, dalam pelaksanaannya menurut Ali Syahbana selaku pemilik outlet di Kelurahan Kota Matsum mengatakan bahwa dalam pelaksanaan franchise ini lebih kepada terpusat pada kantor utama saja. Mulai dari mengambil bahan dasar hingga semua perabotan tidak boleh kita membeli sendiri.

Semuanya sudah disediakan oleh Kantor Pusat pemasaran franchise Dimsum 1000 sendiri. Selain itu dalam teknik marketing pemilik franchise ini hanya mengajak pemasaran lewat Instagram semata. Jadi tidak jarang kadang franchise ini kalah saing dengan franchise lainnya. Persoalan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Dimsum 1000 tidak pernah melakukannya.

Dari wawancara diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa franchise Dimsum 1000 hanya terfokus pada pemasaran melalui media sosial Instagram semata. Selain itu tidak ada bimbingan teknik marketing terhadap pemasaran yang baik dalam franchise ini.

Semua peralatan memang dari pihak Dimsum 1000, akan tetapi dalam bahan dasar yang akan dijual harus membeli kepada Dimsum 1000 selagi mitra tersebut masih menjalin hubungan bisnis dengan Dimsum 1000. Dalam pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan Dimsum 1000 tidak pernah melakukannya.

Tanggungjawab franchisor Dimsum 1000 terhadap franchisee juga diperhitungkan dalam hukum Islam. Waralaba sendiri dalam Islam mengatur tentang hak franchisee sebagaimana yang dikatakan oleh Imam Wahbah Az Zuhaili sebagai berikut:

العَيْن كَأَمْتَالِ الْحَقِّ أَوْ جِنْسٍ، عَقْوُ الْوَدِيِّ وَالطُّسْرُوقِ لِمَغْصَبِ كَمَا الْحَقِّ عَيْنٌ يَدُهُ تَحْتَ جُودِ الْمَوْكَانِ فَإِنَّ لَتَيْنِ الْحَا أَوْضُرْرَفِي فَتَنْتَهُ نَفْسَهُ الْحَقِّ صَاحِبِ قَبِيلٍ مِنْ خِذِهِ أَعْلَى تَرْتَبٍ وَلَكِنْ، كَمَا هَلَا عِنْدَ الْمَغْصُوبَةِ اسْتِيفَاؤُهُ الْفَقْهَاءُ بِاتِّفَاقِ الْحَقِّ حَبْ لَصَا فَايَسِسَ، مَطَالِقَا الْحَقِّ جِنْسٍ خِلَافَ مِنْ يَدِهِ تَحْتَ الْمَوْجُودِ أَوْ كَانَ الْقَضَاءُ سَطَةً بَوَا وَإِنَّمَا بِنَفْسِهِ

Artinya : Jika yang ada di dalam kekuasaannya adalah hak itu sendiri (dalam bentuk benda) seperti barang yang dirampas, dicuri atau dititipkan, atau jenis dari hak tersebut seperti barang-barang yang sepadan dengan barang yang dirampas ketika barang asli rusak atau hilang, dimana jika hak tersebut langsung diambil oleh sipemilik hak akan terjadi fitnah kemudharatan atau yang ada di dalam kekuasaannya berbeda sama sekali dengan jenis dari hak tersebut, maka sipemilik hak tidak berhak untuk mengambil hak itu sendiri berdasarkan kesepakatan para fuqaha, melainkan mesti melalui media hukum.

Waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (privilage) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (franchisor) kepada penerima waralaba (franchisee) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh franchisor kepada pihak independen atau franchisee untuk menjual prosuk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.

Dalam Ekonomi Islam, Suatu waralaba adalah bentuk perjanjian kerja sama (syirkah) yang isinya memberikan hak dan wewenang khusus kepada pihak penerima. Waralaba merupakan suatu perjanjian timbal balik, karena pemberi waralaba (franchisor) maupun penerima waralaba (franchisee) keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu.

Waralaba adalah kerjasama yang saling menguntungkan, berarti bisnis waralaba memang dapat dikatakan kategori dari syirkah dalam hukum Islam. Terdapat prestasi bagi penerima waralaba, hal ini sama dengan syirkah. Terdapat barang, jasa dan tenaga memenuhi salah satu syarat syirkah. Terdapat dua orang atau lebih yang bertransaksi, sepakat, hal tertentu, ditulis (dicatat) dan oleh sebab tertentu sesuai dengan syarat syirkah.

Unsur yang terpenting dalam sistem bisnis waralaba adalah masalah hak cipta. Hak cipta dalam bisnis waralaba meliputi logo, merk, buku petunjuk pengoperasian bisnis, brosur atau pamflet serta arsitektur tertentu yang berciri khas dari usahanya. Adapun imbalan dari penggunaan hak cipta ini adalah pembayaran fee awal dari pihak terwaralaba kepada pihak pewaralaba.

Aspek bahwa hak cipta berupa merk dagang dan nama perusahaan merupakan jasa/manfaat yang dihasilkan oleh karya intelektual, dan mempunyai nilai finansial yang telah dinyatakan jelas dalam syari'ah. Akad terhadap jasa/manfaat yang dihasilkan juga merupakan akad yang sah, sebagai salah satu objek akad selain benda. Hanya saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal hak cipta bisnis waralaba berbasis syari'ah yaitu franchisor harus menyediakan apa saja informasi dan keahlian yang diperlukan oleh franchisee agar barang-barang baru yang dia produksi kualifikasinya sama dengan barang aslinya (yang diproduksi oleh franchisor). Sebab, jika diantara keduanya berbeda, maka ini merupakan bentuk penipuan dan tipu muslihat .

Dalam mekanisme kerja bisnis waralaba berbasis syari'ah harus didasarkan pada prinsip keadilan dan saling menguntungkan kedua belah pihak untuk menciptakan sinergi dalam mencapai tingkat laba optimal yang dibagi proporsional. Begitu juga dengan penentuan franchise fee dan royalty fee, dalam penentuan franchise fee pewaralaba harus adil dalam menentukan berapa besar biaya yang dibebankan kepada terwaralaba untuk semua jasa yang disediakan, termasuk biaya rekrutmen sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh pewaralaba untuk kepentingan terwaralaba dalam menjalankan bisnisnya tersebut. Tidak boleh ada biaya-biaya tersebut di luar hal tersebut.

Dalam bisnis waralaba syari'ah antara pewaralaba dan terwaralaba harus menanam nilai kejujuran dalam melaksanakan kerja sama bisnisnya. Karena sangat mungkin dalam sebuah bentuk bisnis kerja sama seperti waralaba terjadi penzaliman satu sama lain, kecuali orang-orang yang berpegang teguh pada perintah Allah Swt dan selalu ingin berbuat baik akan mempunyai rasa takut untuk berbuat dzalim.

Bisnis waralaba syari'ah mengutamakan attitudebisnis yang baik sebagai kunci keberhasilan bisnis waralaba tersebut. pembayaran Franchise fee bisnis waralaba berbasis syari'ah, sesuai dengan kaidah syirkah abdan dan syirkah inan yang dalam akadnya pengambilan keuntungan dua mitra yang bekerjasama (dalam hal ini franchisor dan franchisee) diperbolehkan setelah usaha berjalan, tidak boleh mengambil keuntungan jika usaha belum berjalan.

Dalam pembagian keuntungan bisnis waralaba berbasis syari'ah harus berdasarkan prinsip bagi hasil gross profit yaitu keuntungan kotor yang belum dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan sebelum usaha. Dan Net profit yaitu keuntungan bersih yang sudah dikurangi oleh biaya-biaya selama usaha.

Dalam bisnis waralaba berbasis syari'ah, aspek bahwa hak cipta berupa merk dagang dan nama perusahaan merupakan jasa/manfaat yang dihasilkan oleh karya intelektual, dan mempunyai nilai finansial yang telah dinyatakan jelas dalam syari'ah. Akad terhadap jasa/manfaat yang dihasilkan juga merupakan akad yang sah, sebagai salah satu objek akad, selain benda.

Hanya saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan dalam hal hak cipta bisnis waralaba berbasis syari'ah yaitu franchisor harus menyediakan apa saja informasi dan keahlian yang diperlukan oleh franchise agar barang-barang baru yang dia produksi kualifikasinya sama dengan barang aslinya.

Semua hukum atas pemenuhan hak dan kewajiban sangat diperhatikan. Syariat telah menegaskan agar menjaga hak seseorang dari berbagai tindak kezaliman dalam segala hal dari berbagai bentuk seperti tanggung jawab di hadapan Allah, tanggung jawab sosial, dan pengakuan terhadap hak untuk mengajukan suatu perkara melalui media hukum. Yang dimaksud dengan hukum-hukum hak adalah dampak-dampak atau akibat yang ditimbulkannya setelah hak itu berlaku untuk seseorang. Sipemilik hak sangat berhak untuk menuntut hak-haknya dengan segala cara yang telah disyariatkan.

Dari perkataan tersebut dapat disimpulkan bahwa wajib bagi franchisor memenuhi hak dari franchisee yang dimana hak tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 dimana dalam franchise yaitu pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.

Dalam prakteknya ternyata franchise Dimsum 1000 yang ada di Kota Medan tidak melaksanakan pemenuhan hak tersebut kepada franchisee-nya sendiri baik itu berupa pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. Sehingga dalam pandangan Imam Wahbah Az-Zuhaili menilai bahwa Dimsum 1000 di Kota Medan ini tidak bertanggung jawab dalam pemenuhan hak dari franchisee-nya sendiri.

Hemat berfikirnya, Imam Wahbah Az-Zuhaili menilai tindakan yang dilakukan oleh Dimsum 1000 dengan tidak memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan telah melanggar hak dari franchisee-nya sendiri.

Praktek waralaba Dimsum 1000 sendiri dinilai memiliki kesalahan jika ditinjau dari perspektif Wahbah Az-Zuhaili. Dalam tinjauan Wahbah Az-Zuhaili sendiri dapat dilihat dari beberapa sektor permasalahan mulai dari tidak adanya pelatihan terhadap para pemilik outlet cabang hingga permasalahan sebaran outlet sebagai berikut:

1. Tidak adanya pelatihan khusus dalam pemasaran produk

Alasan tidak adanya pelatihan khusus dalam teknik marketing pada pemasaran Dimsum 1000 ini dikemukakan oleh pemilik waralaba Dimsum 1000 sendiri dalam wawancaranya. Dari sini, kaitannya dengan pandangan Wahbah Az Zuhaili dengan kaitannya dengan hak sebagai berikut:

العین کامثال الحق اوجنس, والودیعة والطسروق لمغصب کا الحق عین یدہ تحت جود المو کان فان لتین الحا اوضررفی فتنة نفسه الحق صاحب قبل من خذہ ا علی ترتیب ولكن, کها هلا عند المغصوبة استیفاؤه الفقهاء باتفاق الحق حب لصا فلیس, مطالقا الحق جنس خلاف من یدہ تحت الموجود اوکان القضاء سطة بوا وانما بنفسه

Artinya : Jika yang ada di dalam kekuasaannya adalah hak itu sendiri (dalam bentuk benda) seperti barang yang dirampas, dicuri atau dititipkan, atau jenis dari hak tersebut seperti barang-barang yang sepadan dengan barang yang dirampas ketika barang asli rusak atau hilang, dimana jika hak tersebut langsung diambil oleh sipemilik hak akan terjadi fitnah kemudharatan atau yang ada di dalam kekuasaannya berbeda sama sekali dengan jenis dari hak tersebut, maka sipemilik hak tidak berhak untuk mengambil hak itu sendiri berdasarkan kesepakatan para fuqaha, melainkan mesti melalui media hukum.

Dari pendapat Wahbah Zuhaili tersebut pemilik waralaba tersebut tidak bertanggung jawab karena telah melakukan tindakan yang bersebrangan dengan akad yang dibuatnya sendiri dalam perihal pemenuhan hak. Selain itu, pemilik waralaba tidak memberikan hak dari franchisee sendiri dimana hal tersebut memang seharusnya diberikan.

2. Kurangnya bantuan dalam memasarkan produk

Kaitannya hal tersebut dengan pendapat Wahbah Az Zuhaili dengan pendapat yang sama sebagai berikut:

العين كأمثال الحق اوجنس ,والوديعة والطرروق لمغصب كا الحق عين يده تحت جود المو كان فان
لتين الحا اوضررفي فتنة نفسه الحق صاحب قبل من خذه ا علي ترتب ولكن ,كها هلا عند المغصوبة
فاؤه اسني الفقهاء باتفاق الحق حب لصا فليس ,مطالقا الحق جنس خلاف من يده تحت الموجود او كان
القضاء سطة بوا وانما بنفسه

Artinya : Jika yang ada di dalam kekuasaannya adalah hak itu sendiri (dalam bentuk benda) seperti barang yang dirampas, dicuri atau dititipkan, atau jenis dari hak tersebut seperti barang-barang yang sepadan dengan barang yang dirampas ketika barang asli rusak atau hilang, dimana jika hak tersebut langsung diambil oleh sipemilik hak akan terjadi fitnah kemudharatan atau yang ada di dalam kekuasaannya berbeda sama sekali dengan jenis dari hak tersebut, maka sipemilik hak tidak berhak untuk mengambil hak itu sendiri berdasarkan kesepakatan para fuqaha, melainkan mesti melalui media hukum.

Dari penjelasan Wahbah Zuhaili tersebut bahwa hal yang merupakan bentuk hak yang juga harus dipenuhi franchisor terhadap franchisee dimana hak franchisee dalam melaksanakan pemasaran haruslah dibantu karena franchisee juga merupakan bagian dari mitra syirkah dalam waralaba tersebut. Dan franchisor Dimsum 1000 tidak melaksanakan pemenuhan hak tersebut.

3. Tidak memperhatikan sebaran outlet

Dengan tidak memperhatikan tingkat peluang penjualan antar outlet, franchisor Dimsum 1000 dinilai tidak memberikan hak para franchisee -nya secara ideal hingga outlenya yang berdekatan banyak yang tidak laku merupakan suatu kemudharatan sebagaimana pendapatnya sebagai berikut:

العين كأمثال الحق اوجنس ,والوديعة والطرروق لمغصب كا الحق عين يده تحت جود المو كان فان
لتين الحا اوضررفي فتنة نفسه الحق صاحب قبل من خذه ا علي ترتب ولكن ,كها هلا عند المغصوبة
اس تيفاؤه الفقهاء باتفاق لحق حب لصا فليس ,مطالقا الحق جنس خلاف من يده تحت الموجود او كان
القضاء سطة بوا وانما بنفسه

Artinya : Jika yang ada di dalam kekuasaannya adalah hak itu sendiri (dalam bentuk benda) seperti barang yang dirampas, dicuri atau dititipkan, atau jenis dari hak tersebut seperti barang-barang yang sepadan dengan barang yang dirampas ketika barang asli rusak atau hilang, dimana jika hak tersebut langsung diambil oleh sipemilik hak akan terjadi fitnah kemudharatan atau yang ada di dalam kekuasaannya berbeda sama sekali dengan jenis dari hak tersebut, maka sipemilik hak tidak berhak untuk mengambil hak itu sendiri berdasarkan kesepakatan para fuqaha, melainkan mesti melalui media hukum.

Adapun kewajiban pihak kemitraan yang dijelaskan dalam pasal IV bahwa (franchise) Setuju akan pengadaan bahan baku wajib Dimsum 1000 sepakat untuk membeli dari pihak franchisor atas biaya franchise . Franchise atau pekerja yang dipekerjakan oleh pihak kemitraan franchise pada Dimsum 1000 yang dimaksud mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh pihak franchisor, kemudian memberikan dokumentasi berupa foto/video yang diambil dari outlet milik franchise kepada pusat agar pusat dapat membantu publikasi franchise pada media sosial Dimsum 1000. Kemudian membuat dan memberikan laporan penjualan harian franchise yang direkap dalam 1 bulan sekali oleh franchisor. Laporan paling lama dikumpulkan pada tanggal 10 dibulan berikutnya serta memperhatikan sebaran outlet.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Pelaksanaan bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan melalui prosedur perjanjian kerja sama bisnis terlebih dahulu. Kemudian semua perlengkapan

untuk berjualan disediakan oleh pihak Dimsum 1000. Akan tetapi dalam strategi pemasaran Dimsum 1000 dianggap kuno dan ketinggalan zaman.

2. Pemenuhan hak dan kewajiban franchisor dalam pembinaan usaha bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 di Kecamatan Medan Kota Medan tidak melakukan pemenuhan hak dari franchisee yang berupa pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan
3. Pemenuhan hak dan kewajiban bisnis waralaba (franchise) Dimsum 1000 perspektif Wahbah Az-Zuhaili di Kecamatan Medan Kota Medan sama sekali tidak terjadi. Imam Wahbah Az-Zuhaili menilai tindakan yang dilakukan oleh Dimsum 1000 dengan tidak memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan telah melanggar hak dari franchiseenya sendiri.

Saran

1. Bagi pelaku usaha hendaknya membuat pelatihan marketing agar para franchisee yang sudah bekerja sama dengan pihak badan usaha franchise bisa mendapatkan haknya. Selain itu hal tersebut dapat berguna bagi pemasaran lebih luar produk-produk tersebut. Hendaknya pemilik franchise mengetahui bahwa hak dari franchisee sangat perlu dipenuhi untuk menjaga keberlangsungan syirkah atau kerja sama yang terjadi antara kedua belah pihak;
2. Bagi pemerintah khususnya pemerintah daerah hendaknya membuat pelatihan resmi serta memperhatikan kembali aturan dan regulasi terhadap pelaksanaan franchise terutama pada badan usaha yang dinilai masih muda dan minim pengetahuan agar pada franchisor tidak mengalami kebangkrutan usaha akibat minimnya pengetahuan dan juga pelanggaran terhadap regulasi-regulasi tertentu;
3. Bagi peneliti selanjutnya hendaknya memperluas kajian tentang franchise serta mengklasifikasikan kajian franchise lebih mendetail kembali karena objek kajian franchise sendiri tidak hanya berputar pada produk pangan melainkan juga pada produk sandang hingga produksi film.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan, dan Mila Sartika, Perbankan Syariah: Fenomena Terkini dan Praktiknya di Indonesia, Pekalongan: PT Nasya Expanding Management, 2020.
- Al-Anshory, Syeikh Zakaria, Fathul Wahab, Kairo: Daru al-Fikr, t.t.
- Al-Fauzan, Saleh, Al-Mulakhkhasul Fiqhi, Alih Bahasa Abdul Hayyie al-Kattani, Ahmad Ikhwani dan Budiman Mushtofa, Cetakan I, Jakarta: Gema Insani Pers, 2005.
- Al-Nawawy, Muhyiddin bin Zakarya bin Yahya bin Syaraf, Adabul Fatwa wal Mufti wal Mustafti, Kairo: Dar al-Fikr, t.t.
- Amarudin, Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, Jakarta: Rajawali Pers, 2021.
- An-Nabhani, Taqiyuddin, Sistem Ekonomi Islam, Terj. Hafidz Abd. Rahman, Jakarta: HTI Press. 2004.
- Arinanto, Satya, Dimensi-Dimensi HAM Mengurai Hak Ekonomi Sosial Budaya, Depok: Rajawali Pers, 2019.
- Az-Zuhaili, Wahbah, Fiqih Islam Wa Adillatuhu Terjemahan Jilid 4, Jakarta: Gema Insani, 2011.
- , Fiqih Islam Wa Adillatuhu Jilid 4, Damaskus: Darul Fikri, 1405 H.

- Departemen Agama Republik Indonesia, Al-Qur'an dan Terjemahannya, (Bandung: CV. Diponegoro, 2005.
- Dewi, Gemala dkk, Hukum Perikatan Di Indonesia, Jakarta: Prenadamedia Group, 2018.
- Djamil, Fathurahman, Penerapan Hukum Perjanjian Dalam Transaksi di Lembaga Keuangan Syariah, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.
- Haroen, Nasrun, Fiqih Muamalah, Jakarta: Gaya media Pratama, 2007.
- Hasan, Akhmad Farroh, Fiqh Muamalah dari Klasik hingga Kontemporer, Malang: UIN Maliki Press, 2018.
- Heri Sudarsono, Bank dan Lembaga Keuangan Syariah, Yogyakarta: Ekonisia, 2003.
- Hidayat, Rahmat, Fiqih Muamalah (Teori dan Prinsip Hukum Ekonomi Syari'ah, Medan: CV. Tungga Esti, 2022.
- Jazil, Saiful, Fiqih Muamalah, Surabaya: UINSA Press, 2014.
- Kogin, Kevin, Aspek Hukum Kontrak Waralaba, Jakarta: PT. Tatanusa, 2014.
- Mardani, Fiqih Ekonomi Syariah, Jakarta: Kencana, 2012.
- Marzuki, Peter Mahmud, Penelitian Hukum, Jakarta: Kencana, 2006.
- Mas'adi, Ghufron, Fiqh Muamalah Kontekstual, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002.
- Muhammad, Dasar-dasar Keuangan Islam, Yogyakarta: Ekonisia Kampus Fakultas Ekonomi UII, 2004.
- Nawawi, Ismail, Fikih Muamalah Klasik dan Kontemporer, Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2012.
- Ningrat, Koentjara, Metode-Metode Penelitian Masyarakat, Jakarta: Gramedia, 1997.
- Pan, dan Lindawaty Suherman Sewu, Aspek Hukum Dalam Membangun Pola Bisnis Waralaba., Bandung: CV. Mandar Maju, 2020.
- Pasaribu, Chairuman, dan Suhrawardi K. Lubis, Hukum Perjanjian dalam Islam, Cet. Ke-3, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.
- Rasjid, Sulaiman, Fiqih Islam, Cet. Ke 26, Bandung, Sinar Baru Algensindo, 1996.
, Fiqh Islam, Bandung: Sinar Baru Algesindo, 2005.
- Rifai, Mohammad, Ilmu Fiqih Islam Lengkap, Semarang: PT Karya toha Putra, 1999.
- Rusdy, Ibnu, Bidayatu'I Mujtahid, Terj. M.A. Abdulrahman, Cet. Ke-3, Semarang : Asy-Syifa; 1990.
- Sabiq, Sayid, Fiqih Sunnah, Jilid XIII, Bandung: Al Ma'arif, Bandung, 1997.
- Sahrani, Sohari, dan Ru'fah Abdulllah, Fikih Muamalah, Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Simatupang, Richard Burton, Aspek Hukum Dalam Bisnis, Jakarta: Rineka Cipta, 2007.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji, Penelitian Hukum Normatif, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1995.
- Sutedi, Adrian, Hukum Waralaba, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Syafe'I, Rachmad, Fiqih Muamalah, Bandung: Pustaka Setia, 2000.