

## Mempercepat Petumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah

Andi Fariana<sup>1\*)</sup>, Naufal Fadillah<sup>2)</sup>, Novita Fildzah<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Perbanas Institute

\*Email korespondensi: [andi.fariana@perbanas.id](mailto:andi.fariana@perbanas.id)

### Abstrak

*Franchising is a popular business model in various industry sectors because it allows entrepreneurs to expand their business quickly through partnerships using established trademarks, products and operational systems. In the perspective of Islamic economic law, franchising with its various advantages has the potential to become an economic instrument that contributes to the development of an economy based on Islamic principles. Several principles in Islamic economics such as profit sharing, prohibition of usury, and avoidance of gharar (uncertainty) are principles that can be applied to franchising activities because they do not contradict general economic principles. This study is a legal study of Islamic economics with a statute approach and interprets existing data and legal documents so as to obtain information that UMKM as businesses with the scope of micro, small and medium which are currently the mainstay of the Government because they are considered able to survive amid the economic crisis can develop quickly because they make franchising a model in doing business.*

**Keywords:** Franchising, UMKM, sharia economic law

**Saran sitasi:** Fariana, A., Fadillah, N., & Fildzah, N. (2023). Mempercepat Petumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal ilmiah ekonomi islam*, 9(03), 3891-3897. doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10503>

**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v9i3.10503>

### 1. PENDAHULUAN

Waralaba merupakan sebuah konsep bisnis di mana pemilik merek dagang, produk, atau sistem operasional memberikan izin kepada individu atau kelompok untuk menggunakan merek dagang, produk, atau sistem operasional tersebut dengan imbalan pembayaran royalti atau bagi hasil. Konsep waralaba ini memungkinkan pengusaha untuk memperluas bisnis mereka tanpa harus merancang dari awal, karena mereka dapat menggunakan merek dagang yang sudah dikenal dan sistem operasional yang sudah mapan dari pemilik merek dagang tersebut. Di dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa 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. Jadi, berdasarkan pengertian waralaba pada PP ini jelas disebutkan bahwa waralaba

adalah sistem pemasaran yang didasarkan atas perjanjian yang dibuat terlebih dahulu maka jika berbicara perjanjian hal itu tidak terlepas dari asas hukum perjanjian dan syarat-syarat sah berlakunya suatu perjanjian (Andi Fariana, 2021)

Waralaba sebagai istilah lain dari *franchise* sebenarnya sudah cukup populer dan biasa dilakukan oleh pelaku bisnis. Persoalannya adalah apakah UMKM (usaha mikro, kecil dan menengah) yang saat ini menjadi andalan Pemerintah dalam rangka mendukung pertumbuhan ekonomi bersinggungan dengan konsep bisnis waralaba sehingga dapat mendorong pertumbuhannya dengan cepat. Hal-hal inilah yang menjadi dasar pentingnya dilakukan kajian dalam perspektif hukum ekonomi syariah sehingga dapat diketahui bagaimana pandangan hukum ekonomi syariah tentang waralaba dan sejauhmana UMKM memanfaatkan konsep bisnis waralaba dalam mengembangkan usahanya.

## 2. METODOLOGI

Kajian ini merupakan kajian hukum normatif dalam lingkup hukum ekonomi syariah sehingga kajian diawali dengan melakukan penelusuran atas bahan-bahan hukum dengan pendekatan perundang undangan (*statute approach*) dan prinsip-prinsip Hukum Islam, kemudian menelusuri data dan informasi tentang UMKM dan perkembangannya dan akhirnya data tersebut di edit dan disusun untuk kemudian dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif sehingga akhirnya dilakukan interpretasi dan kemudian diambil kesimpulan.

## 3. PEMBAHASAN

Menurut Abdul Kadir Muhammad, waralaba didefinisikan sebagai suatu perusahaan supplier yang memberikan kepada perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah hak istimewa (*privilege*) untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan dan pada suatu tempat tertentu (Muhammad, 2010). Demikian pula, menurut Ensiklopedia Nasional Indonesia, waralaba diartikan sebagai suatu bentuk kerjasama manufaktur atau penjualan antara pemilik franchise dengan pembeli franchise atas dasar kontrak dan pembayaran royalti. Kerjasama ini meliputi pemberian lisensi atau hak pakai oleh pemegang franchise yang memiliki nama atau merek, gagasan, proses, formula atau alat khusus cipataannya kepada pihak pembeli franchise disertai dukungan teknis dalam bentuk manajemen, pelatihan, promosi dan sebagainya. Untuk itu, pembeli franchise membayar hak pakai tersebut disertai royalti yang pada umumnya merupakan persentase dari jumlah penjualan (AK Syahmin, 2006). Dengan demikian waralaba atau sering dikenal dengan sebutan franchise merupakan bisnis yang mudah dan murah karena merek, bahan dan sistem sudah disiapkan (disediakan).

Waralaba memiliki beberapa karakteristik yang sejalan dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu pertama, waralaba menerapkan prinsip bagi hasil (*profit sharing*). Hal ini berarti bahwa keuntungan yang diperoleh dari usaha waralaba dibagi antara pemilik merek dagang dan mitra bisnis. Prinsip bagi hasil ini sejalan dengan prinsip keadilan dalam ekonomi syariah, di mana keuntungan harus dibagi secara adil antara pihak-pihak yang terlibat. Kedua, waralaba menghindari praktik riba yang dilarang dalam Islam. Riba merupakan praktik pemberian atau penerimaan bunga atau keuntungan yang tidak adil dari pinjaman

uang. Dalam waralaba, mitra bisnis tidak perlu membayar bunga atau keuntungan tetap kepada pemilik merek dagang. Sebaliknya, pembayaran yang dilakukan oleh mitra bisnis kepada pemilik merek dagang berdasarkan pada persentase dari penjualan atau keuntungan yang diperoleh. Hal ini sesuai dengan prinsip ekonomi syariah yang melarang riba. Ketiga, waralaba juga menerapkan prinsip penghindaran *gharar* (ketidakpastian). *Gharar* mengacu pada ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam sebuah transaksi bisnis. Dalam waralaba, pemilik merek dagang menyediakan panduan dan sistem operasional yang sudah teruji, sehingga mitra bisnis dapat memiliki kejelasan mengenai bisnis yang akan mereka jalankan. Hal ini mengurangi ketidakpastian dan memastikan bahwa mitra bisnis dapat menjalankan bisnis dengan lebih baik. Dalam konteks ekonomi syariah, waralaba juga memiliki potensi untuk mendorong pengembangan usaha yang berkelanjutan. Dengan memanfaatkan merek dagang yang sudah dikenal dan sistem operasional yang mapan, mitra bisnis dalam waralaba dapat memiliki peluang yang lebih baik untuk bertahan dan tumbuh di pasar yang kompetitif. Selain itu, waralaba juga dapat memberikan pelatihan dan pendampingan kepada mitra bisnis, sehingga mereka dapat mengembangkan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis dengan baik.

Dalam era globalisasi seperti saat ini, bagi pelaku bisnis yang bergerak dalam koridor bisnis syariah, waralaba dapat menjadi alternatif bisnis yang menarik dengan jalan mengadopsi prinsip-prinsip ekonomi syariah dalam perjanjian waralaba yang dibuat karena hal fundamental dari bisnis dengan konsep waralaba adalah perjanjian atau dikenal dengan akad dalam hukum Islam dan di dalam perjanjian yang dibuat semua hal yang berkaitan dengan kerjasama bisnis yang akan dilakukan dapat dituangkan kedalam perjanjian sepanjang disepakati kedua belah pihak dan tidak masuk kedalam larangan-larangan di dalam muamalah seperti adanya unsur riba, *gharar* atau *maisyr*.

Fatwa MUI (Majelis Ulama Indonesia) No. 5 Tahun 2006 tentang Franchise (Waralaba) disebutkan bahwa waralaba adalah bentuk kerjasama usaha yang diperbolehkan dalam Islam, asalkan memenuhi prinsip-prinsip syariah, adil, dan tidak merugikan salah satu pihak. Fatwa MUI ini sejalan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, juga Peraturan Menteri (Permen) Nomor 71

tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang menegaskan bahwa penyelenggaraan waralaba harus atas dasar perjanjian, kemudian Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang karangan praktek monopoli dan persaingan usaha secara tidak sehat yang hal ini harus dihindari oleh pelaku bisnis, juga perlu memperhatikan Undang Undang Nomor 40 tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas (PT) karena pelaku bisnis seringkali bentuk badan usahanya adalah PT. Terdapat juga Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan yang merupakan undang-undang mengatur bidang perdagangan di Indonesia. Meskipun tidak secara khusus mengatur waralaba, undang-undang ini memberikan dasar hukum untuk transaksi bisnis termasuk perjanjian waralaba. Selain itu, terdapat peraturan-peraturan dan ketentuan-ketentuan lain yang terkait dengan waralaba di Indonesia, yaitu Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Pelaksanaan UU No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, yang mengatur lebih lanjut mengenai perjanjian waralaba dan kewajiban pemberi waralaba. Ada juga Peraturan Pemerintah No. 50 Tahun 2011 tentang Pengendalian Rokok bagi Kesehatan, yang mengatur tentang larangan pemberian hak waralaba dalam usaha produk tembakau.

Selain ketentuan yang terdapat di dalam berbagai peraturan sebagaimana disebut di atas yang merupakan hukum positif dan harus ditaati oleh setiap pelaku bisnis di Indonesia karena merupakan bagian dari sistem hukum Nasional maka perlu dicermati lebih lanjut perihal ketentuan-ketentuan di dalam Hukum Islam (yang merupakan the living law dan menjadi bahan baku bagi hukum positif). Dalam hukum Islam, istilah waralaba tidak secara khusus disebutkan dalam hadis atau kitab-kitab klasik namun prinsip-prinsip umum yang ada di dalam waralaba dapat diterapkan dalam konteks ini karena secara umum kegiatan ekonomi dan kegiatan lainnya untuk kepentingan dunia dan akherat semuanya adalah suatu bentuk ibadah kepada Allah (Islami, 2018) Berikut adalah beberapa hadis yang terkait dan relevan:

a. Prinsip bagi hasil

Prinsip bagi hasil atau profit sharing merupakan prinsip yang penting dalam ekonomi Islam. Dalam konteks waralaba, prinsip ini dapat diterapkan dengan adil dalam pembagian keuntungan antara pemilik merek dagang dan mitra bisnis. Sebagai contoh, dalam hadis riwayat Bukhari dan Muslim, Rasulullah Muhammad

shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Bagi hasil itu diperoleh dari jual beli dan bukan dari pinjaman." (HR. Abu Dawud). Prinsip ini menekankan adanya keadilan dalam pembagian keuntungan dan menghindari praktik riba.

b. Kerjasama dan kemitraan

Dalam Islam, kerjasama dan kemitraan dianggap penting dalam menjalankan bisnis. Dalam konteks waralaba, mitra bisnis dan pemilik merek dagang bekerja sama dalam pengelolaan bisnis. Dalam hadis, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam juga mendorong umatnya untuk saling bekerja sama dan membantu satu sama lain. Sebagai contoh, dalam hadis riwayat Ahmad dan Tirmidzi, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda: "Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia lainnya."

c. Transparansi dan kejujuran

Dalam Islam, transparansi dan kejujuran dalam berbisnis sangat ditekankan. Dalam konteks waralaba, transparansi mengenai hak dan kewajiban, persentase pembagian keuntungan, dan proses operasional harus dijunjung tinggi. Dalam hadis, Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam juga menyebutkan pentingnya kejujuran dan melarang praktik penipuan dan manipulasi dalam berbisnis.

d. Perlindungan hak dan kepentingan

Islam menekankan pentingnya perlindungan hak dan kepentingan semua pihak yang terlibat dalam sebuah transaksi. Dalam konteks waralaba, hal ini berarti pemilik merek dagang harus memastikan bahwa mitra bisnisnya mendapatkan perlakuan yang adil dan tidak dirugikan. Rasulullah shallallahu 'alaihi wa sallam bersabda dalam sebuah hadis riwayat Muslim: "Barangsiapa yang merugikan orang lain, maka Allah akan merugikan dia."

e. Larangan riba dan gharar

Dalam hukum Islam, riba (bunga) dan gharar (ketidakpastian) merupakan praktik yang diharamkan. Dalam konteks waralaba, pemilik merek dagang tidak diperbolehkan membebankan bunga atau keuntungan tetap kepada mitra bisnisnya. Sebaliknya, pembayaran yang dilakukan harus didasarkan pada prinsip bagi hasil yang adil.

Prinsip-prinsip di atas merupakan prinsip yang harus ditaati bagi setiap pelaku bisnis syariah. Namun

selain itu, ada beberapa faktor yang membuat waralaba sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah. Pertama, prinsip bagi hasil (profit sharing) menjadi salah satu faktor utama yang membuat waralaba sesuai dengan ekonomi syariah. Prinsip ini mengutamakan keadilan dan kesetaraan dalam pembagian keuntungan antara pemilik merek dagang dan mitra bisnis. Dalam waralaba, mitra bisnis tidak hanya membayar biaya royalti kepada pemilik merek dagang, tetapi juga berbagi dalam keuntungan yang diperoleh dari operasional bisnis (A.N Afifah & M. Kara, 2021). Hal ini memastikan bahwa pembagian keuntungan dilakukan secara adil dan saling menguntungkan, sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah yang menekankan keadilan.

Selain itu, faktor kedua yang membuat waralaba sesuai dengan prinsip ekonomi syariah adalah penghindaran praktik riba. Dalam ekonomi syariah, riba merupakan praktik yang dilarang karena dianggap tidak adil. Riba mengacu pada pemberian atau penerimaan bunga atau keuntungan yang tidak adil dari pinjaman uang. Dalam waralaba, mitra bisnis tidak perlu membayar bunga atau keuntungan tetap kepada pemilik merek dagang. Sebaliknya, pembayaran yang dilakukan oleh mitra bisnis kepada pemilik merek dagang berdasarkan pada persentase dari penjualan atau keuntungan yang diperoleh. Dengan demikian, waralaba menghindari praktik riba yang bertentangan dengan prinsip ekonomi syariah.

Faktor selanjutnya yang membuat waralaba sesuai dengan ekonomi syariah adalah penghindaran gharar (ketidakpastian). Dalam ekonomi syariah, gharar mengacu pada ketidakpastian atau ketidakjelasan dalam sebuah transaksi bisnis. Dalam waralaba, pemilik merek dagang menyediakan panduan dan sistem operasional yang sudah teruji kepada mitra bisnis. Hal ini memastikan bahwa mitra bisnis memiliki kejelasan mengenai bisnis yang akan mereka jalankan, termasuk prosedur operasional, manajemen stok, pemasaran, dan sebagainya (Rohim, 2022). Dengan adanya kejelasan ini, mitra bisnis dapat menghindari ketidakpastian yang dapat mengakibatkan kerugian atau konflik dalam bisnis.

Selain itu, faktor berikutnya adalah adanya peluang pengembangan usaha yang berkelanjutan. Dalam waralaba, mitra bisnis mendapatkan dukungan dan pendampingan dari pemilik merek dagang, termasuk pelatihan, bimbingan, dan pengetahuan tentang industri dan pasar yang relevan. Hal ini membantu mitra bisnis dalam mengembangkan

keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk mengelola bisnis dengan baik. Selain itu, menggunakan merek dagang yang sudah dikenal dan sistem operasional yang mapan juga dapat meningkatkan peluang keberhasilan bisnis dan bertahan di pasar yang kompetitif. Dengan demikian, waralaba dapat mendorong pengembangan usaha yang berkelanjutan dalam jangka panjang.

Terakhir, faktor yang membuat waralaba sesuai dengan prinsip ekonomi syariah adalah potensi penyebaran manfaat ekonomi kepada masyarakat yang lebih luas. Dalam waralaba, selain pemilik merek dagang dan mitra bisnis, juga terdapat pihak-pihak lain yang terlibat, seperti pemasok, tenaga kerja, dan masyarakat sekitar. Dengan adanya waralaba, tercipta peluang kerja bagi masyarakat, peningkatan ekonomi lokal, dan pertumbuhan usaha mikro dan kecil. Hal ini sejalan dengan prinsip ekonomi syariah yang menekankan pentingnya pemerataan dan kesejahteraan bersama.

Waralaba memberikan kesempatan partisipasi aktif bagi mitra bisnis dalam pengelolaan bisnis dan pengambilan keputusan. Mitra bisnis memiliki keterlibatan langsung dalam operasional bisnis sehari-hari dan dapat memberikan kontribusi berdasarkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Pemilik merek dagang juga sering kali melibatkan mitra bisnis dalam pengembangan strategi bisnis, perencanaan pemasaran, dan pengambilan keputusan penting lainnya. Dengan adanya partisipasi aktif ini, mitra bisnis merasa memiliki tanggung jawab dan memiliki motivasi yang lebih besar untuk menjaga keberhasilan dan pertumbuhan usaha waralaba. Hal ini mendukung pengembangan usaha yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Selain itu, waralaba juga dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan peningkatan kesejahteraan masyarakat secara luas. Dengan adanya waralaba, tercipta peluang kerja bagi masyarakat setempat. Waralaba juga dapat mendorong perkembangan usaha mikro dan kecil di lingkungan sekitar, karena seringkali mitra bisnis adalah individu atau kelompok yang memiliki kapasitas dan sumber daya terbatas. Dengan adanya waralaba, masyarakat dapat memanfaatkan peluang untuk membuka usaha sendiri dengan dukungan merek dagang yang sudah dikenal dan sistem operasional yang teruji. Hal ini dapat meningkatkan taraf hidup masyarakat, mengurangi tingkat pengangguran, dan meningkatkan pertumbuhan ekonomi lokal.

Dalam konteks ekonomi syariah, pengembangan usaha yang berkelanjutan tidak hanya berkaitan dengan aspek finansial semata, tetapi juga dengan aspek sosial dan lingkungan. Waralaba dalam perspektif ekonomi syariah menekankan pentingnya keselarasan antara keuntungan finansial dan keadilan sosial. Oleh karena itu, waralaba yang dikembangkan dengan memperhatikan nilai-nilai Islam dapat memastikan distribusi keuntungan yang adil, menciptakan peluang kerja, dan menjaga keseimbangan dengan lingkungan. Hal ini memberikan landasan yang kuat bagi pengembangan usaha yang berkelanjutan dalam jangka panjang. Secara keseluruhan, waralaba dalam perspektif ekonomi syariah memiliki potensi yang besar untuk mendorong pengembangan usaha yang berkelanjutan. Partisipasi aktif mitra bisnis, serta kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal dan kesejahteraan masyarakat, semua faktor ini mendukung keberlanjutan usaha waralaba dalam konteks ekonomi syariah. Dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam waralaba, pelaku bisnis Muslim dapat mengembangkan usaha mereka yang berlandaskan pada keadilan, keberlanjutan, dan keseimbangan antara kepentingan ekonomi dan sosial.

Dengan demikian konsep waralaba sebenarnya bukan konsep yang asing di dalam Hukum Islam dan dengan pedoman dan dasar perjanjian yang kuat maka konsep waralaba yang sesuai nilai-nilai Islam sangat mungkin dilakukan bahkan oleh para pelaku bisnis yang masuk kedalam kategori UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah). Berdasarkan konsideran Undang undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang UMKM butir b jelas disebutkan bahwa politik ekonomi dalam rangka demokrasi ekonomi, usaha mikro, kecil dan menengah perlu diberdayakan sebagai bagian integral ekonomi rakyat yang memiliki kedudukan, peran dan potensi strategis untuk mewujudkan struktur perekonomian nasional yang makin seimbang, berkembang dan berkeadilan. Konsideran ini secara tidak langsung telah menggambarkan bahwa UMKM merupakan aktivitas usaha yang diandalkan bagi perekonomian nasional. Saat ini UMKM memang telah menjadi andalan bagi Pemerintah karena dirasa cukup tangguh bertahan disaat krisis ekonomi khususnya saat pandemi terjadi pada kisaran tahun 2019 sampai dengan tahun 2022. Terbukti dari tetap tumbuhnya UMKM pada berbagai sektor, tercatat pada tahun 2022 jumlah UMKM berjumlah 8.71 juta unit dengan UMKM terbanyak

terdapat di Propinsi Jawa Barat yaitu berjumlah 1.494.723 unit dan pertumbuhan ini dianggap mampu membantu kestabilan ekonomi nasional dari ancaman resesi dan menurut data di Kementrian Keuangan UMKM menyumbang 90% dari kegiatan bisnis dan dari kemungkinan terjadinya resesi dan inilah bukti kenapa Pemerintah mengandalkan UMKM (Putri, 2023).

Pertumbuhan ini tentu menjadi fenomena yang cukup penting dalam rangka menjaga stabilitas ekonomi nasional dan diharapkan kedepan UMKM akan terus tumbuh untuk menjadi bagian dari pertumbuhan ekonomi Nasional karena tujuan UMKM sebagaimana disebut pada Pasal 3 UU tersebut adalah bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Untuk mencapai tujuan tersebut maka dilakukan pemberdayaan UMKM dengan salah satu tujuannya adalah agar UMKM dapat tumbuh dan berkembang sehingga menjadi usaha yang tangguh dan mandiri selain tentu saja untuk pembangunan daerah, menciptakan lapangan kerja, pemerataan pendapatan, pertumbuhan ekonomi dan pengentasan kemiskinan, ini semua diisyaratkan di dalam Pasal 5 yang menunjukkan bahwa peraturan ini mengandung tujuan yang jelas dan mulia. Agar tujuan pemberdayaan UMKM dapat dicapai maka Pemerintah bersama Pemerintah Daerah membuat berbagai macam kebijakan serta sarana pendukung seperti mengeluarkan berbagai kebijakan, membentuk iklim usaha yang baik, menyediakan aspek pendanaan, aspek sarana dan prasarana, aspek informasi, aspek kemitraan termasuk aspek perizinan dan promosi.

Berkaitan dengan tema kajian ini yaitu soal waralaba yang dikaitkan dengan pengembangan UMKM maka aspek perjanjian menjadi hal yang sangat penting. Sebagaimana yang disebutkan di dalam Pasal 34 tersirat bahwa UMKM dalam melakukan aktivitas usahanya dan dalam rangka mengembangkan usahanya perlu dilakukan kemitraan sebagaimana diisyaratkan dalam Peraturan Pemerintah No. 44 Tahun 1997, dan hal ini telah diantisipasi dalam bentuk penjabaran yang sangat jelas dengan menyebutkan bahwa perjanjian kemitraan dituangkan dalam perjanjian tertulis yang sekurang-kurangnya mengatur kegiatan usaha, hak dan kewajiban masing-masing pihak termasuk bentuk pengembangan, jangka waktu dan jika terjadi

perselisihan. Bahkan di dalam UU ini pada Pasal 34 menyebutkan adanya larangan untuk membuat perjanjian kemitraan dengan menghilangkan prinsip kemandirian sehingga terjadi penguasaan oleh perusahaan besar kepada UMKM, hal ini menjadi sesuatu yang sangat dilarang. Aspek ini harus menjadi pedoman saat membuat perjanjian kemitraan termasuk kemitraan dalam bentuk pola kemitraan secara waralaba karena di dalam UU ini tidak disebutkan pola atau model kemitraan sehingga dengan demikian bentuk kemitraan apapun dibenarkan sepanjang tidak melanggar prinsip-prinsip UMKM.

Mencermati pertumbuhan UMKM, tidak bisa dipungkiri bahwa pola waralaba menjadi andil penting karena waralaba adalah model pengembangan bisnis yang paling mudah dengan alasan bahwa pelaku bisnis yang pemula tidak perlu repot membangun image, menyiapkan bahan atau ide karena dengan waralaba biasanya produk sudah merupakan produk yang telah dikenal oleh pasar. Selain itu waralaba juga meminimalkan biaya iklan serta penyiapan hal-hal lain yang biasa dilakukan dan dipikirkan oleh pelaku bisnis pemula. Diperlukan beberapa syarat agar UMKM dapat mengembangkan usahanya melalui pola waralaba antara lain perlunya konsep dan rencana bisnis, perlu pengelolaan manajemen yang baik, perlu dilakukan pengembangan merek (branding), perlu dilakukan uji usaha dan sistem dukungan berkelanjutan serta perizinan (Gapura Office, 2023). Lalu bagaimana pandangan Islam terhadap aktivitas waralaba khususnya waralaba bagi UMKM? Islam tidak melarang usaha dengan model waralaba karena tidak bertentangan dengan syariat Islam selama obyek perjanjian waralaba bukan merupakan hal yang dilarang dalam syariat misalnya usaha dalam bidang yang haram seperti makanan atau minuman yang haram (Syahrani, 2012). Waralaba dasarnya adalah perjanjian maka perjanjian yang dibuat harus sesuai syariat Islam yaitu sesuai dengan syarat dan rukun akad seperti tidak ada unsur riba, maisir, gharar (ketidakjelasan), harus mengandung asas *ash shidiq* atau kejujuran/kebenaran dan asas *al kitabah* yaitu tertulis. Semua unsur tersebut disebutkan di dalam peraturan perundang undangan yang mengatur mengenai waralaba dan bisnis dengan pola waralaba pada dasarnya merupakan turunan atau perkembangan bentuk akad *syirkah* atau perjanjian kerjasama (Fauzi Erlan, 2022) yang di dalam perjanjian harus disebutkan secara jelas hak dan kewajiban masing-

masing pihak serta ketentuan bagi hasil sehingga hal ini menunjukkan adanya hubungan kerjasama antara *franchisor* (pemberi waralaba) dengan *franchise* (pemegang waralaba) dan kerjasama ini tentu bertujuan untuk memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Bisnis *franchise* ini secara khusus dapat dikategorikan sebagai bentuk *syirkah inan* yaitu dua orang atau lebih yang bekerjasama dalam hal permodalan untuk menjalankan bisnis bersama sambil mengalokasikan keuntungan atau kerugian sesuai dengan jumlah modal masing-masing melalui *mudharabah* atau bagi hasil. Dengan demikian jelas bahwa pola waralaba ini tidak bertentangan dengan hukum Islam dan pelaku bisnis yang masuk kedalam kategori UMKM bisa mengembangkan usahanya dengan cara waralaba yaitu sebagai *franchisor* atau bahkan pelaku bisnis yang baru memulai bisa masuk kedalam dunia bisnis dengan cara waralaba yaitu sebagai *franchisee*. Tentu saja kemudahan dan fleksibilitas dalam transaksi secara waralaba ini akan menjadi salah satu cara UMKM dapat berkembang semakin pesat selain tentu saja karena adanya dukungan pemerintah yang menyiapkan iklim usaha yang kondusif serta perlindungan hukum baik secara preventif dengan cara mencegah terjadinya perselisihan maupun jika telah terjadi perselisihan yaitu dengan cara menyelesaikannya melalui musyawarah, Pengadilan ataupun arbitrase (Wulandari Deby, 2023), selain tentu saja adanya keyakinan yang diberikan oleh Majelis Ulama Indonesia melalui diterbitkannya beberapa fatwa yang berkaitan dengan persoalan waralaba seperti fatwa DSN-MUI No. 1/Munas VII/MUI/2005 tentang hak kekayaan intelektual dan Fatwa Noor 114/DSN-MUI/ix/2017 tentang akad *syirkah*.

#### 4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Waralaba dalam perspektif ekonomi syariah menawarkan berbagai manfaat dan peluang bagi masyarakat Muslim dan ekonomi secara luas. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ekonomi syariah seperti bagi hasil, kerjasama, keadilan, transparansi, dan kejujuran, waralaba dapat menjadi model bisnis yang berkelanjutan, adil, dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat khususnya bagi pelaku bisnis yang masuk kedalam kategori UMKM. Waralaba memberikan kesempatan bagi mitra bisnis untuk berpartisipasi aktif dalam pengelolaan bisnis, mengembangkan keterampilan, dan memperoleh keuntungan yang adil karena waralaba basicnya

adalah perjanjian atau di dalam Hukum Islam dikenal dengan akad yang memungkinkan segala hak dan kewajiban serta syarat-syarat lainnya diatur sedemikian rupa agar kedua belah pihak dapat saling menguntungkan dalam kerjasama bisnis yang dibuat (hukum Islam mengenalnya dengan istilah *syirkah inan*). Hal ini memberikan motivasi yang lebih besar bagi mitra bisnis untuk menjaga keberhasilan dan pertumbuhan usaha waralaba. Di samping itu, waralaba juga dapat memberikan kontribusi pada pertumbuhan ekonomi lokal melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha mikro dan kecil, serta peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat.

Dalam mengembangkan UMKM dengan model bisnis waralaba diperlukan kerjasama antara para pemangku kepentingan, termasuk pemilik merek dagang, mitra bisnis, dan otoritas yang berwenang. Pemilik merek dagang perlu memastikan adanya kesepahaman dan transparansi mengenai hak dan kewajiban, pembagian keuntungan yang adil, dan perlindungan hak-hak mitra bisnis. Di sisi lain, mitra bisnis juga perlu memiliki komitmen untuk menjalankan bisnis sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dan menjaga kualitas serta reputasi merek dagang. Rekomendasi untuk pengembangan UMKM melalui waralaba adalah perlunya ditingkatkan kesadaran dan pemahaman tentang prinsip-prinsip ekonomi syariah di kalangan para pelaku bisnis. Pelatihan dan pendampingan yang terkait dengan penerapan prinsip-prinsip ekonomi syariah dapat membantu mereka dalam mengembangkan dan menjalankan usaha waralaba yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Selain itu, para pemangku kepentingan, termasuk pemilik merek dagang dan mitra bisnis, dapat membentuk asosiasi atau forum diskusi untuk berbagi pengalaman, meningkatkan kerjasama, dan memperkuat jaringan dalam industri waralaba ini.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kadir Muhammad. (2010). Hukum Perusahaan Indonesia, PT Citra Aditya Bhakti, Bandung
- Afifah, A. N., & Kara, M. (2021). Royalty Fee Bisnis Waralaba Ritel di Kota Makassar dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *NUKHBATUL'ULUM: Jurnal Bidang Kajian Islam*, 7(1), 139-158.
- Andi Fariana. (2021). Comparative studi of law: waralaba dalam perspektif perjanjian, perbanas journal of Islamic Economics and Business 1(1), 11-16, 2021
- Anak Agung Deby Wulandari dkk (2023), Perlindungan hukum bagi franchisee usaha mikro, kecil dan menengah dalam bisnis franchise, Fakultas Hukum Universitas Udayana Bali
- Aulia Mutiara Hatia Putri, (2023). Jumlah UMKM capai 8.71 juta, bisa jadi tameng resesi, [cnbcindonesia.com](http://cnbcindonesia.com)
- Azim Izzul Islami. (2018). Prinsip Hukum Islam dan Etika Bisnis Islam Dalam Waralaba Berbasis Syariah, Pengadilan Agama Sampit, Kalimantan Tengah
- Fauzi, M. E., Priyatna, M. R., Arizzki, A. N., Yetty, F., & Manggabarani, A. S. (2022). Bisnis Franchise Dalam Pandangan Hukum Islam. *Al-Muamalat: Jurnal Hukum dan Ekonomi Syariah*, 7(2), 162-174
- Fatwa Majelis Ulama Indonesia No. 1/Munas VII/MUI/2005 tentang hak kekayaan intelektual
- Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No. 114/DSN-MUI/IX/2017 tentang akad syirkah
- Gapura Office. (2023), Tips agar UMKM menjadi usaha waralaba yang sukses
- H. Syahrani (2012), bisnis Waralaba di Indonesia dalam Perspektif Hukum Bisnis Syariah, *jurnal At Tharadhi, jurnal Studi Ekonomi*, 3 (2), 131-146
- Muhammad Erlan Fauzi, dkk. (2022). Bisnis Franchise dalam pandangan Hukum Islam, *Jurnal Al Muamalat, Jurnal Ilmu Hukum & Ekonomi Syariah*, 8 (2), edisi 2, 162-174
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 17 Tahun 2013 tentang Pelaksanaan Undang Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan
- Rohim, R. S. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Upaya Meningkatkan Penjualan Dalam Perspektif Ekonomi Syariah (Studi Kasus Cilik Dara Franchise di Desa Pelemgede Pucakwangi Pati) (Doctoral dissertation, IAIN KUDUS).
- Syahmin AK. (2006). Hukum Kontrak Internasional. PT RadjaGrafindo Persada, Jakarta
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah
- Undang-Undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan
- Undang Undang Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan konsumen