

STUDI KOMPARATIF PERJANJIAN WARALABA: TINJAUAN HUKUM POSITIF DAN HUKUM ISLAM

Astutik Hartina

Universitas Bondowoso

astutikhartina29@gmail.com

Moh. Muafi bin Thohir

muafilumajang@gmail.com

Abstrak

Waralaba merupakan salah satu bentuk perjanjian bisnis yang melibatkan pemberian hak oleh pihak franchisor kepada franchisee untuk memanfaatkan merek, logo, dan sistem operasi yang telah dikembangkan. Permasalahan utama dalam penelitian ini adalah bagaimana perjanjian waralaba ditinjau dari perspektif hukum positif dan hukum Islam. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan yuridis normatif, yaitu menganalisis peraturan perundang-undangan yang mengatur perjanjian waralaba serta pandangan ulama tentang konsep perjanjian dalam Islam. Hasil penelitian menunjukkan bahwa waralaba secara hukum positif diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 dan memenuhi syarat sahnya perjanjian berdasarkan Pasal 1320 KUHPerdara. Dalam perspektif Islam, waralaba dapat dikategorikan sebagai akad syirkah 'inan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah, seperti larangan riba, gharar, dan objek yang diharamkan. Dengan demikian, perjanjian waralaba tidak bertentangan dengan hukum Islam, asalkan berpedoman pada prinsip kemaslahatan dan menjauhi unsur-unsur yang dilarang dalam syariat.

Kata Kunci: *Waralaba, Perjanjian, Hukum Positif, Syariah, Komparatif*

A. Pendahuluan

Perjanjian waralaba merupakan perkembangan dari bentuk kerjasama (syirkah), dimana antara franchisor dan franchisee terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian) untuk memperoleh keuntungan bersama. Bisnis waralaba membuka banyak peluang usaha bagi masyarakat dan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat karena memberikan fasilitas kenyamanan, kebersihan, dan harga yang bersaing serta produk yang berkualitas. Dalam bisnis waralaba diterapkan keterbukaan, kejujuran, dan kehati-hatian.

Berkembangnya perdagangan internasional secara bebas sangat berpengaruh terhadap penggunaan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Penggunaan hak kekayaan intelektual telah mampu memperbesar berkembangnya peluang-peluang usaha dengan menggunakan mekanisme perlindungan terhadap pemilik HKI tersebut. Salah satu peluang usaha yang memiliki mekanisme dan memperoleh perlindungan HKI yang sangat pesat perkembangannya di Indonesia saat ini adalah usaha franchise (waralaba).

Usaha waralaba sebenarnya sudah lama dikenal di Eropa dengan nama Franchise. Kata Franchise sebenarnya berasal dari bahasa Perancis yang berarti bebas, atau lebih lengkap lagi bebas dari hambatan (free from servitude). Dalam bidang bisnis franchise berarti kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu¹

Dari segi bisnis franchise dipahami sebagai suatu bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi. Di dalamnya sebuah perusahaan besar memberikan hak atau *frivelege* untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu dan perusahaan yang

¹ Recard Burthon Simatupang, Aspek Hukum dalam Bisnis, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm 56

relative kecil.² Franchise merupakan salah satu bentuk metode produksi dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen.³ Dengan standard dan eksploitasi tertentu. Standard dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan nama perusahaan, merek, serta system produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya.

Sedangkan menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan pemerintah RI No 42 tahun 2007 tanggal 23 Juli 2007 tentang waralaba dikatakan bahwa : Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system 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.⁴

Dalam sistem waralaba terdapat tiga komponen yaitu :

1. Franchisor, yaitu pihak yang memiliki sistem atau cara-cara dalam berbisnis.
2. Franchisee, yaitu pihak yang membeli franchise atau sistem dari franchisor sehingga memiliki hak untuk menjalankan bisnis dengan cara-cara yang dikembangkan oleh franchisor.
3. Franchise, yaitu sistem dan cara-cara bisnis itu sendiri, ini merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari franchisor yang dijual kepada franchise.

Pemerintah telah mengakomodir perkembangan dunia bisnis yang berkembang pada masyarakat Indonesia saat ini dengan mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang

² Charles L Vaughn, Franchising : It's nature Scope, Advantage and Development, DC Hea & CO, Lexington, 1974, hlm 2

³ Ridwan Khairandi, Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi dalam Kapita Selekta Hak Kekayaan Intelektual I, Yayasan Klinik HAKI Jakarta kerjasama dengan Pusat Studi Hukum Jakarta, 2000, hlm 134

⁴ Peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, Pasal 1 ayat 1

transaksi ekonomi era modern sebagai upaya penertiban transaksi ekonomi. Hal lain yang perlu dipertimbangkan bahwa mayoritas penduduk Indonesia memeluk agama Islam.. Oleh karena itu, hukum positif (*ius contitutum*) yang mengatur bisnis waralaba ini perlu dikaji kejelasannya menurut hukum Islam.

Oleh karena itu, dalam artikel ini penulis akan mengkaji bisnis waralaba menurut ketentuan normative hukum islam.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian normatif dengan pendekatan perbandingan (*comparative approach*) dan pendekatan perundang-undangan (*statute approach*). Data dikumpulkan melalui studi kepustakaan yang mencakup analisis literatur terkait perjanjian waralaba, hukum positif, dan prinsip-prinsip syariah. Sumber data yang digunakan terdiri dari bahan hukum primer seperti undang-undang dan peraturan pemerintah, serta bahan hukum sekunder berupa buku, jurnal, dan artikel ilmiah. Setelah data dikumpulkan, dilakukan analisis secara deskriptif kualitatif untuk membandingkan ketentuan hukum positif tentang waralaba dengan prinsip-prinsip syariah yang relevan, sehingga dapat diidentifikasi persamaan dan perbedaannya.

B. Pembahasan

1. Teori Dan Pendapat Para Ulama' Tentang Waralaba

Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain.

Abdulkadir Muhammad mengatakan suatu perjanjian adalah sematamata suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Secara lebih spesifik, pandangan Abdulkadir Muhammad ini dengan sangat jelas menunjukkan bahwa dalam perjanjian terdapat peranan hukum. Artinya, meskipun dalam system hukum perdata menentukan bahwa suatu perjanjian berlaku mengikat sebagai undangundang bagi para pihak yang

membuatnya, namun dalam prakteknya tidak semua perjanjian dapat diakui oleh hukum, dan suatu perjanjian hanya dapat diakui apabila telah memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang ditentukan oleh hukum, atau bila menurut hukum perjanjian itu tidak mengandung cacat hukum.

Dapat dipahami bahwa perjanjian yang dibuat secara sah artinya perjanjian itu telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam undang-undang. Artinya perjanjian itu tidak bertentangan dengan Agama dan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan undang-undang itu sendiri.

Menurut pasal 3 ayat 1 PP No. 16 Tahun 1997, bahwa pemberi waralaba sebelum mengadakan perjanjian dengan penerima waralaba wajib menyampaikan keterangan-keterangan antara lain mengenai, nama pihak pemberi waralaba, hak atas kekayaan intelektual, persyaratan-persyaratan, bantuan dan fasilitas, hak dan kewajiban, pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian.

Dalam perkembangannya, PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba.

2. Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Hukum Islam

Waralaba adalah suatu sistem pendistribusian, dimana pihak pertama yaitu pemberi waralaba (franchisor) memberikan hak kepada pihak kedua yaitu franchisee untuk mendistribusikakan barang/jasa pada waktu dan area tertentu dengan menggunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor.⁵

Berdasarkan pengertian tersebut dapat dipahami bahwa pihak franchisor memberikan hak miliknya berupa hak paten (meskipun bukan harta/modal) atas pengelolaan perusahaannya kepada franchisee, sehingga dengan demikian franchisee dalam bisnisnya diperbolehkan menggunakan

⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, (Jakarta: Amzah, 2017), 622

nama perusahaan franchisor, logo, sistem operasi, dan prosedur serta cara-cara yang telah ditetapkan oleh franchisor, dengan perjanjian yang disepakati bersama.

Perjanjian bisnis waralaba di Indonesia setidaknya dibagi menjadi tiga model, yaitu:

1. Perjanjian model distributorships (product franchise) yaitu perjanjian bisnis waralaba dengan franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk menjual barang-barang hasil produksinya.
2. Perjanjian model chain-style business adalah perjanjian bisnis waralaba dengan franchisee mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama franchisor. Sebagai imbalan dari penggunaan nama franchisor, maka franchisee harus mengikuti metode-metode standar pengoperasian dan berada di bawah pengawasan franchisor dalam hal bahan-bahan yang digunakan pilihan tempat usaha, desain tempat usaha, jam penjualan, persyaratan para karyawan, dan lain-lain.
3. Perjanjian model manufacturing atau processing plants yaitu perjanjian bisnis waralaba dimana franchisor memberitahukan bahan-bahan serta tata cara pembuatan suatu produk, termasuk di dalamnya formula-formula rahasianya.⁶

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa terdapat tiga model perjanjian bisnis waralaba, yakni model distributorships (product franchise), model chain-style business, dan model manufacturing atau processing plants.

Pada konteks perjanjian waralaba, pihak-pihak yang bekerja sama adalah pemberi pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee), sedangkan modal dari pemberi waralaba adalah hak intelektual dalam bentuk nama perusahaan, logo, sistem, dan cara-cara

⁶ Ibid.,14-15

yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Hak-hak tersebut meskipun bukan berbentuk harga (mal), namun bisa dinilai dengan harta. Modal yang dikeluarkan oleh penerima waralaba adalah harta untuk modal usaha. Melihat hal tersebut, maka perjanjian bisnis waralaba termasuk syirkah 'inan.⁷ 119 Syirkah 'inan adalah persekutuan antara dua orang dalam harta milik untuk berdagang secara bersama-sama, dan membagi laba atau kerugian bersama-sama.⁸

Perjanjian waralaba merupakan suatu akad, maka untuk melakukan akad atau perjanjian dalam Islam harus dipenuhi 4 (empat) rukun, yaitu: a) subjek akad (*al-aqidayn*); b) pernyataan kehendak (*shighat al-aqd*); c) objek akad (*mahallul 'aqd*); dan tujuan akad (*maudhu'ul 'aqd*).⁹

Suatu bentuk perjanjian waralaba, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima Waralaba. Waralaba merupakan suatu perjanjian yang bertimbang balik karena baik Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu. Dalam waralaba diperlukan adanya prinsip keterbukaan dan kehati-hatian. Hal ini sangat sesuai dengan rukun dan syarat akad menurut hukum Islam yaitu adanya Subyek Perikatan (Al-'Aqidain), (Mahallul 'Aqd), (Maudhu'ul 'Aqd) (Sighat al-'Aqd), serta larangan transaksi (ketidakjelasan).

Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal. Hal tersebut dikarenakan Perjanjian Waralaba disyaratkan untuk dibuat secara tertulis. Hal ini diperlukan sebagai bentuk perlindungan bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam Perjanjian Waralaba.¹⁰ Hal ini sesuai dengan Asas Tertulis yang terdapat dalam QS.Al-Baqarah (2): 282.

⁷ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat.*, 623

⁸ Rachmat Syafe'i, *Fiqh Muamalah*, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 189

⁹ Norman Syahdar Idrus, "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam", dalam *Jurnal Yuridis*, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta), Vol. 4 No. 1, Juni 2017, 41

¹⁰ *Ibid.*,

Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha ataupun waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Hal ini sesuai dengan asas penghargaan terhadap kerja sama dalam Asas Hukum Perdata Islam.

Dengan demikian, dapat dikemukakan bahwa sistem Waralaba (Franchise) ini tidak bertentangan dengan syariat Islam, selama obyek perjanjian Waralaba tersebut tidak merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam (misalnya: bisnis penjualan makanan atau minuman yang haram), maka perjanjian tersebut otomatis batal menurut hukum Islam dikarenakan bertentangan dengan syariat Islam.

Untuk menciptakan sistem bisnis waralaba yang islami, diperlukan sistem nilai syariah sebagai filter moral bisnis yang bertujuan untuk menghindari berbagai penyimpangan moral bisnis. Filter tersebut adalah dengan komitmen menjauhi 7 (tujuh) pantangan *maghrib*(barat), yakni :¹¹

1. Maysir, yaitu segala bentuk spekulasi judi yang mematikan sektor riil dan tidak produktif.
2. Asusila, yaitu praktik usaha yang melanggar kesusilaan dan norma sosial.
3. Gharar, yaitu segala transaksi yang tidak transparan dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan salah satu pihak.
4. Haram, yaitu obyek transaksi dan proyek usaha yang diharamkan syariah.
5. Riba, yaitu segala bentuk distorsi mata uang menjadi komoditas dengan mengenakan tambahan (bunga) pada transaksi kredit atau pinjaman.

¹¹ Gemala Dewi, dkk, Hukum Perikatan., 178-179

6. Ihtikar, yaitu penimbunan dan monopoli barang dan jasa untuk tujuan permainan harga.
7. Berbahaya, yaitu segala bentuk transaksi dan usaha yang membahayakan individu maupun masyarakat serta bertentangan dengan kemaslahatan.

Dalam masyarakat Indonesia yang mayoritas beragama Islam, sudah sepantasnya hukum dan norma syariah Islam, serta rambu-rambu untuk menjauhi pantangan MAGRIB mewarnai interaksi dan transaksi dalam kegiatan bisnis waralaba, sehingga terbentuklah suatu sistem bisnis waralaba(franchise) yang islami.¹²

Berdasarkan uraian di atas, dapat dipahami bahwa perjanjian waralaba tidak bertentangan dengan hukum Islam, namun demikian para pihak yang akan membuat perjanjian bisnis waralaba harus selalu berpedoman pada tujuan ekonomi Islam yaitu masalah, dengan cara mengusahakan segala aktivitas demi tercapainya hal-hal yang berakibat pada adanya kemaslahatan bagi manusia.

3. Perjanjian Waralaba Dalam Hukum Positif

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPerdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak (freedom of contract). Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Suatu perjanjian yang dibuat menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata. Oleh karena itu, hukum kontrak di Indonesia menganut

¹² ibid

suatu "sistem terbuka" (open system), yang berarti bahwa setiap orang adalah bebas untuk membuat segala macam kontrak.¹³

Agar perjanjian yang dibuat oleh para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba menjadi sah harus dipenuhinya empat syarat yang ditentukan dalam pasal 1320 KUHPerdara, yaitu sebagai berikut:

1. Adanya kesepakatan dari para pihak yang membuat perjanjian. Artinya, untuk membuat perjanjian tidak boleh ada paksaan, tidak boleh ada penipuan, dan tidak boleh ada kekhilafan. Jika perjanjian yang dibuat tidak disepakati oleh kedua belah pihak, maka perjanjian itu dapat dibatalkan.
2. Para pihak harus cakap (mampu) bertindak dalam hukum. Artinya, pihakpihak yang membuat perjanjian tersebut harus mampu membuat perjanjian. Yang dimaksud orang yang cakap adalah orang yang sudah dewasa serta orang yang tidak berada di bawah pengampuan (curatele), seperti orang yang sakit jiwa, pemabuk, penjudi, dan sebagainya.
3. Suatu hal tertentu. Artinya, di dalam perjanjian dicantumkan apa yang menjadi objek perjanjian, misalnya perjanjian waralaba jenis makanan. Jika hal ini tidak dicantumkan, maka perjanjian tersebut batal demi hukum atau tidak sah.
4. Sebab yang halal. Artinya perjanjian yang dibuat tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Perjanjian yang dibuat menjadi tidak sah jika bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan.¹⁴

Keempat syarat inilah yang harus dipenuhi. Apabila sudah dipenuhi, barulah suatu perjanjian disebut perjanjian yang sah. Sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdara, apabila suatu perjanjian dibuat secara sah, maka berlakulah ia sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya. Oleh

¹³ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 96

¹⁴ *Ibid.*, 96

karena itu, sebuah perjanjian waralaba yang sah akan mengikat baik franchisor dan franchisee sehingga amat penting bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian mengatur isi perjanjian secara rinci.¹⁵

Sebelum berlakunya Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang sekarang diganti dengan Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007, masalah waralaba menjadi persoalan besar, karena pewaralaba (franchisor) harus menggantungkan pada kesepakatan yang tertulis di dalam kontrak kerja sama. Artinya kedua belah pihak harus sangat teliti dan hati-hati atas apa yang disepakati. Perlindungan dari ketetapan lain yang mengatur suatu kerja sama waralaba dapat diasumsikan sulit diperoleh, walaupun ada. Etika pewaralabaan (franchising ethics) merupakan sumber yang sementara itu dapat dijadikan pedoman apakah perjanjian yang disusun mempunyai landasan yang adil dan benar.¹⁶

C. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perjanjian bisnis waralaba menurut hukum positif pada pasal 4 PP No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, dijelaskan bahwa setiap perjanjian bisnis waralaba apapun bentuknya harus dibuat secara tertulis oleh para pihak.

Dilihat dari sudut pandang hukum ekonomi syariah, perjanjian waralaba termasuk kepada kelompok syirkah (persekutuan), dan hukumnya dibolehkan. Pada konteks perjanjian waralaba, pihak-pihak yang bekerja sama adalah pemberi pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee), sedangkan modal dari pemberi waralaba adalah hak intelektual dalam bentuk nama perusahaan, logo, sistem, dan cara-cara yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor.

¹⁵ Ibid., 96-97

¹⁶ Ibid.,79

D. DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Sutedi, Hukum Waralaba, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 96
- Ahmad Wardi Muslich, Fiqh Muamalat, (Jakarta: Amzah, 2017), 622
- Cahrles L Vaughn, Franchising : It's nature Scope, Advantage and Development, DC Hea & CO, Lexington, 1974, hlm 2
- Gemala Dewi, dkk, Hukum Perikatan., 178-179
- Norman Syahdar Idrus, "Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam", dalam Jurnal Yuridis, (Jakarta: Fakultas Hukum Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta), Vol. 4 No. 1, Juni 2017, 41
- Peraturan pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, Pasal 1
- Rachmat Syafe'i, Fiqih Muamalah, (Bandung: Pustaka Setia, 2001), 189
- Recard Burthon Simatupang, Aspek Hukum dalam Bisnis, Edisi Revisi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2003), hlm 56
- Ridwan Khairandi, Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi dalam Kapita Selektta Hak Kekayaan Intelektual I, Yayasan Klinik HAKI Jakarta kerjasama dengan Pusat Studi Hukum Jakarta, 2000, hlm 134