

**PRAKTIK KERJASAMA WARALABA DALAM PERSPEKTIF  
HUKUM EKONOMI SYARIAH  
(Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat  
Memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H.)



Oleh :

**FIRDA MAULA AINI**  
**NIM. 1217103**

**JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARI'AH  
FAKULTAS SYARI'AH  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN  
2022**

## SURAT PERNYATAAN

### KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Firda Maula Aini

NIM : 1217103

Fakultas : Syariah

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi

Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan. Apabila skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 29 Januari 2022

Yang Menyatakan,



**FIRDA MAULA AINI**

NIM. 1217103

## NOTA PEMBIMBING

**Dr. Ali Muhtarom, M.H.I**

Jl. Tentara Pelajar Singokerten Residence C.2 Kauman Batang

Lamp : 3 (tiga) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi a.n Firda Maula Aini

Yth. Dekan Fakultas Syariah IAIN

Pekalongan *c.q* Ketua Jurusan Hukum

Ekonomi Syariah di-

Pekalongan

*Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : Firda Maula Aini

Nim : 1217103

Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah

Judul : **Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum  
Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro  
Kabupaten Pekalongan)**

Dengan permohonan agar skripsi saudara tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamualaikum Warohmatullahi Wabarokatuh*

Pekalongan, Januari 2021

Pembimbing,



Dr. Ali Muhtarom, M.H.I

NIP. 198504052019031007



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN  
FAKULTAS SYARIAH**

Alamat: Kampus 2 : Jl. Pahlawan Km 5 Kajen Kab. Pekalongan. Telp. 082329346517  
E-mail: fasya.iainpekalongan.ac.id / e-mail: fasya@iain-pekalongan.ac.id

**PENGESAHAN**

Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan  
mengesahkan Skripsi atas nama :

Nama : **FIRDA MAULA AINI**

NIM : **1217103**

Judul Skripsi : **PRAKTIK KERJASAMA WARALABA DALAM  
PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (STUDI  
KASUS DI GOPAL KEBAB DORO KABUPATEN  
PEKALONGAN)**

Telah diujikan pada hari Rabu, tanggal 13 Mei 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta  
diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Hukum (S.H).

Pembimbing

**Dr. Ali Muhtarom, M.H.I**  
**NIP. 1985 0405 201903 1 007**

Dewan Penguji

Penguji I

**Prof. Dr. Makrum Kholil, M.Ag**  
**NIP. 1965 0621 199203 1 002**

Penguji II

**Yunas Derta Luluardi, M.A**  
**NIP. 1988 0615 201903 1 007**

Pekalongan, 20 Mei 2022

Disahkan oleh

Dekan Fakultas Syariah



**Dr. H. Akmal Abdalaludin, M.A**  
**NIP. 1973 0622 200003 1 001**

## PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 158 Tahun 1997 dan Nomor 0543 b/U/1987 Tertanggal 12 Januari 1988. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis katakata Arab yang dipandang belum di serap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah di serap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi ini adalah sebagai berikut:

### A. KONSONAN TUNGGAL

Fonen-fonen Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf lain:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā	B	Be
ت	Tā	T	Te
ث	Sā	Ts	Te dan Es
ج	Jim	J	Je
ح	Hā	<u>H</u>	H dengan garis bawah
خ	Kā	Kh	Ka dan Ha

د	Dāl	D	De
ذ	Zāl	Dz	De dan Zet
ر	Rā	R	Er
ز	Zāl	Z	Zet
س	Sā	S	Es
ش	Syīn	Sy	Es dan Ye
ص	Sād	<u>S</u>	Es dengan garis dibawah
ض	Dād	<u>D</u>	De dengan garis dibawah
ط	Tā	<u>T</u>	Te dengan garis dibawah
ظ	Zā	<u>Z</u>	Zet dengan garis dibawah
ع	‘Ain	‘	Koma terbalik diatas hadap kanan
غ	Gāin	Gh	Ge dan Ha
ف	Fā	F	Ef
ق	Qāf	Q	Ki
ك	Kāf	K	Ka
ل	Lām	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wawu	W	We
ه	Hā	H	Ha
ء	Hamzah	‘	<i>Apostrof</i>

ي	Ya'	Y	Ye
---	-----	---	----

## B. Vokal

Vokal Tunggal	Vokal Rangkap	Vokal Panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	يا = ai	يَا = ī
أ = u	وا = au	وَا = ū

## C. Ta' Marbutah di Akhir Kata

1. Bila dimatikan ditulis h, kecuali untuk kata-kata Arab yang sudah terserap menjadi bahasa Indonesia.

جماعة : ditulis jama'ah

2. Bila dihidupkan karena berangkai dengan kata lain, ditulis t.

نعمة الله : ditulis *ni'matullah*

زكاة الفطر : ditulis *Zakat al-fitri*

## D. Vokal Pendek

Fathah ditulis a, kasrah ditulis i dan dammah ditulis u.

## E. Vokal Panjang

1. A panjang ditulis ā, i panjang ditulis ī dan u panjang ditulis ū, masing-masing dengan tanda ( ^ ) di atasnya.
2. Fathah + Ya tanpa dua titik yang dimatikan ditulis ai dan fathah + wawu mati ditulis au.

## F. Vokal-vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

النتم : ditulis *a'antum*

مؤنث : ditulis *mu'annas*

### G. Kata Sandang Alif + Lam

Kata sandang berupa “al” (ال) ditulis dengan huruf kecil, kecuali terletak di awal kalimat, sedangkan “al” dalam lafadh jalâlah yang berada di tengah-tengah kalimat yang disandarkan (*idhafah*) maka dihilangkan. Perhatikan contoh berikut:

1. Al-Imâm al-Bukhâriy mengatakan...
2. Al-Bukhâriy dalam muqaddimah kitabnya menjelaskan...
3. *Masyâ' Allâh kâna wa mâ lam yasyâ lam yakun.*
4. *Billâh 'azza wa jalla.*
5. Jika diikuti huruf Qomariyah ditulis al-

القران : ditulis *al-Qur'an*

6. Bila diikuti huruf syamsiyah, huruf i diganti dengan huruf syamsiyah yang mengikutinya

الشيعة : ditulis *asy-syayi'ah*

### H. Huruf Besar

Penulisan huruf besar disesuaikan dengan Pedoman Umum Ejaan Bahasa Indonesia (PUEBI).

### I. Kata dalam Rangkaian Frase dan Kalimat

1. Ditulis kata per kata, atau
2. Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya dalam rangkaian tersebut

شيوخ الإسلام : ditulis *syaikh al-Islam* atau *syaikhul Islam*.



## **PERSEMBAHAN**

Besarnya rasa syukur yang mendalam, serta rasa terimakasih yang sebesar-besarnya, skripsi ini penulis persembahkan kepada:

1. Kedua orang tua saya, bapak Rif'an dan ibu Waliyah yang senantiasa selalu mendoakan, menyayangi, memberikan semangat dan dukungan baik moril maupun materiil untuk mengejar impian saya.
2. Adikku tersayang Laila Mutiara, yang selalu memberikan semangat dan dukungannya kepada saya.
3. Teman-temanku tercinta yang senantiasa menemani, menyemangati dan membantu saya dalam keadaan apapun.

## MOTO

وَأَحْسِنَ كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ<sup>ص</sup>

Dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik  
kepadamu (QS. Al-Qashash : 77)

## ABSTRAK

Aini, Firda Maula. (1217103). 2022. “Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)”. Skripsi Fakultas Syariah. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah. Pembimbing Dr. Ali Muhtarom, M.H.I.

Kerjasama waralaba merupakan perjanjian antara pewaralaba dengan terwaralaba dimana pihak pewaralaba memberikan lisensi atas merek dagang untuk pihak terwaralaba, kemudian terwaralaba memberikan modalnya berupa uang sebagai imbalan atas lisensi yang diperoleh. Kerjasama waralaba merupakan ekspansi dari syirkah. Waralaba semakin berkembang dikalangan masyarakat menengah, terlebih dengan banyaknya penawaran pembebasan royalti akan semakin menarik minat masyarakat. Royalti merupakan biaya yang harus dikeluarkan oleh terwaralaba dalam waktu tertentu sebagai imbalan atas bantuan operasional yang diberikan oleh pewaralaba, dalam syirkah biaya royalti biasanya disebut dengan pembagian keuntungan (*profit sharing*). Sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama muslim, dengan adanya perkembangan dalam sistem waralaba tersebut maka perlu mengkaji mengenai adanya pembebasan royalti dalam sistem waralaba.

Dalam memperoleh data, penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (field research), peneliti terlibat langsung dalam pengumpulan data yang diperoleh dari wawancara dengan informan. Setelah memperoleh data dari lapangan, kemudian peneliti mengolah dan menganalisis data tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif.

Dari hasil penelitian, Dalam pelaksanaan kerjasama waralaba gopal kebab ini menggunakan jenis waralaba format bisnis, hal ini dapat dilihat dari penggunaan merek, logo, produk, serta standar operasional prosedur yang sesuai dengan bisnis gopal kebab. dalam kerjasama tersebut, penulis menemukan sebab atas peniadaan *royalty fee* ataupun *profit sharing* dalam kerjasama waralaba ini, hal tersebut sesuai dengan teori syirkah yang tidak bertentangan dengan syariat.

**Kata kunci:** Kerjasama, Bisnis Waralaba, Syirkah.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, serta hidayah-Nya sehingga penulis akhirnya skripsi dengan judul **“Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan”**dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penulisan skripsi ini diajukan guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan. Skripsi ini dapat terselesaikan atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, maka dari itu dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
2. Dr. H. Akhmad Jalaludin, M.A selaku Dekan Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
3. Tarmidzi, M.S.I selaku Ketua Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.
4. Dr. Ali Muhtarom, M.H.I selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Prof. Dr. H. Makrum Kholil, M.Ag selaku dosen wali penulis yang senantiasa memberikan nasihat dan motivasinya.

6. Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademik IAIN Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
7. Kedua orang tua, bapak Ahmad Rif'an dan ibu Waliyah yang senantiasa mendo'akan dan memberikan semangat kepada penulis.
8. Para narasumber yang telah berkenan memberikan informasi serta meluangkan waktu kepada penulis.
9. Teman-teman penulis yang selalu menemani dan membantu penulis dengan senang hati.
10. Semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Penulis sudah berusaha maksimal dalam menyelesaikan skripsi ini, apabila terdapat kekurangan dalam skripsi, penulis dengan senang hati untuk menerima kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk penulis dan juga para pembacanya. Akhir kata, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Pekalongan, 29 Januari 2022  
Penulis,

**FIRDA MAULA AINI**  
**NIM. 1217103**

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....</b>	<b>ii</b>
<b>NOTA PEMBIMBING .....</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>v</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>ix</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>x</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xvii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Tujuan Penulisan.....	6
D. Manfaat Penelitian .....	6
E. Kerangka Teori.....	7
F. Kajian Pustaka.....	13
G. Metode Penelitian.....	18
H. Sistematika Penulisan .....	22
<b>BAB II KERJASAMA WARALABA DAN AKAD SYIRKAH .....</b>	<b>24</b>
A. Waralaba .....	24
B. Akad Syirkah.....	32
<b>BAB III PRAKTIK KERJASAMA WARALABA DI GOPAL KEBAB</b>	
<b>DORO KABUPATEN PEKALONGAN.....</b>	<b>42</b>
A. Gambaran Umum Gopal Kebab.....	42
B. Bisnis Waralaba Gopal Kebab .....	46

**BAB IV ANALISIS KERJASAMA WARALABA DI GOPAL KEBAB****DORO KABUPATEN PEKALONGAN.....52**

A. Analisis Sistem Kerjasama Bisnis Waralaba Gopal Kebab .....52

B. Analisis Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Kerjasama Bisnis  
Waralaba Gopal Kebab .....56**BAB V PENUTUP.....62**

A. Kesimpulan .....62

B. Saran.....63

C. Limitasi .....63

D. Rekomendasi .....64

**DAFTAR PUSTAKA****LAMPIRAN**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pola pembayaran franchise fee.....	31
---	----



## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Daftar menu gopal kebab .....	45
Tabel 4.1 Perbedaan kerjasama waralaba umum dan syirkah.....	57

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh individu atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas suatu usaha dalam urusan pemasaran suatu barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain.<sup>1</sup> Pemanfaatan keahlian berbisnis oleh pihak lain dalam perjanjian waralaba tersebut banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Hal ini sebagai mana kita ketahui bersama bahwa banyak didirikan rumah makan seperti KFC, Mc Donald, maupun swalayan seperti Indomaret, Alfamart, dan sebagainya.

Indonesia merupakan negara berkembang yang mengharuskan melakukan inovasi-inovasi, salah satunya inovasi di bidang ekonomi. perkembangan ekonomi juga dapat menjadi tolak ukur perkembangan suatu negara. Dalam perkembangan ekonomi saat ini, salah satunya adalah bisnis waralaba. Bisnis waralaba akhir-akhir ini menjadi bisnis yang banyak dipilih masyarakat dengan harapan bisnis tersebut dapat dengan mudah dan cepat mendatangkan keuntungan.

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12 tahun 2006, Waralaba merupakan perjanjian antara pewaralaba dengan terwaralaba. Pewaralaba mendapatkan hak untuk menjalankan suatu usaha

---

<sup>1</sup> Mustofa Amirul Hadi, *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise) Kajian Penilaian Properti Takberwujud dalam Suatu Konsep Teori Penilaian Bisnis*. (Yogyakarta: CV Budi Utama, 2022), hlm. 26.

waralaba serta memanfaatkan hak kekayaan intelektual dalam usaha yang dimiliki pewaralaba. Terwaralaba dikenakan biaya berdasarkan kondisi yang ditentukan oleh pewaralaba dan pewaralaba berkewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkelanjutan kepada terwaralaba.<sup>2</sup>

Jenis bisnis waralaba ini lahir di Amerika Serikat sekitar satu abad yang lalu, ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep waralaba sebagai salah satu cara untuk mengembangkan distribusi produknya. Hal yang sama juga dilakukan perusahaan bir yang memberi wewenang kepada perusahaan kecil untuk mendistribusikan produk mereka.<sup>3</sup>

Bisnis yang dilakukan dengan sistem waralaba membuat pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang dengan menggunakan resep, teknologi, pengemasan, manajemen layanan, merek dagang/jasa pihak lain dengan membayar royalti berdasarkan ketentuan dalam bisnis waralaba. Selain itu, pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas juga menjadi bagian dari hal yang penting, jadi melalui pelatihan keterampilan yang mendalam untuk menjalankan bisnis waralaba yang dijalankan oleh pewaralaba, pengusaha kecil tidak perlu repot membuat sistem bisnis sendiri, hanya perlu menyediakan modal usaha untuk bermitra menggunakan sistem waralaba melalui izin usaha untuk menggunakan merek dagang yang sama sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

---

<sup>2</sup> Kementerian Perdagangan RI, *Himpunan Peraturan Waralaba* (Jakarta: Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, 2015)

<sup>3</sup> Sri Redjeki Slamet, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*, Lex Jurnalica Volume 8 Nomor 2 (April 2011), Hal. 128

Perjanjian waralaba adalah tindakan hukum untuk menciptakan hak dan kewajiban para pihak. Melalui perjanjian waralaba, pewaralaba memberikan hak kepada terwaralaba untuk beroperasi sebagai mitra bisnis di bidang yang sama dimana merek dagang atau nama dagang digunakan dan hak kekayaan intelektual lainnya dengan tetap menjaga standar kualitas dan reputasi pewaralaba terkait penggunaan merek baranga dan/atau jasa diterima.<sup>4</sup>

Pewaralaba harus memberikan izin kepada terwaralaba dalam jangka waktu tertentu untuk terlibat dalam usaha distribusi barang dan jasa atas nama pewaralaba di wilayah tertentu. Bisnis harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan metode yang ditentukan oleh pewaralaba, kemudian pewaralaba memberikan bantuan kepada mitra. Sebagai imbalannya, terwaralaba membayar sejumlah biaya dalam bentuk royalti.

Waralaba juga terkenal dalam konsep hukum Syariah dimana kerjasama tersebut menggunakan akad syirkah, yaitu pembelian kekayaan intelektual dalam bentuk merek dagang, penemuan, serta ciri khas produk sebagai hak pewaralaba. Dari perspektif bentuk kesepakatan yang dapat dilakukan pihak pewaralaba dengan terwaralaba dapat dinyatakan bahwa sebenarnya kesepakatan itu bentuk kerjasama syirkah. ini adalah salah satu bentuk perkembangan dari kerjasama karena perjanjian waralaba sudah otomatis terbentuk hubungan kerjasama antara pewaralaba dan terwaralaba selama jangka waktu tertentu sesuai kesepakatan. Kerjasama tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan untuk kedua belah pihak.

---

<sup>4</sup> Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), Hal. 165.

Maraknya perdagangan barang dan jasa dengan sistem waralaba tersebut, karena sistem tersebut lebih menguntungkan baik bagi pewaralaba maupun terwaralaba. Bagi pewaralaba merupakan cara yang cepat guna memperluas sistem distribusi dengan modal minimum, kemampuan untuk berkembang tanpa biaya pengembangan manajer kunci secara internal, dan menerima penghasilan dari terwaralaba. Sedangkan bagi terwaralaba sendiri merupakan cara untuk berbisnis langsung dengan cukup modal tanpa kemampuan (*skills*) yang memadai.<sup>5</sup>

Semakin maju kehidupan masyarakat dalam suatu negara, semakin banyak masalah yang muncul dalam kehidupan manusia. Masalah tersebut muncul di semua aspek kehidupan, mulai dari masalah ibadah hingga masalah dalam bermuamalah. Ekonomi syariah adalah usaha atau kegiatan yang dilakukan oleh orang perorangan, kelompok orang, badan usaha yang berbadan hukum dalam rangka memenuhi kebutuhan yang bersifat komersial menurut prinsip syariah.

Menurut hukum islam perjanjian waralaba tidak bertentangan dengan syariat islam. Selama objek dalam perjanjian tersebut bukan merupakan sesuatu yang dilarang dalam syariah islam, serta tidak merugikan salah satu atau kedua belah pihak yang bekerja sama.<sup>6</sup>

Salah satu bisnis waralaba yang sedang berkembang saat ini adalah bisnis waralaba dalam bidang makanan dan minuman. Bisnis ini dapat

---

<sup>5</sup> Iman Syahputra Tunggal, *Franchising : Konsep & Kasus*, (Jakarta : Harvarindo, 2004), hal. 18.

<sup>6</sup> Suhrawardi K Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2004), Hal. 169.

menjanjikan keuntungan yang menggiurkan. Hal ini dikarenakan semua orang membutuhkan maka tidak akan kesusahan dalam mencari pelanggan. Salah satu kerjasama waralaba yang dianalisis oleh peneliti adalah bisnis Gopal Kebab yang beralamat di Geblok, Kutosari, Doro Kabupaten Pekalongan. Pertama kali usaha waralaba gopal kebab ini resmi dibuka pada bulan November tahun 2019. Bisnis gopal kebab merupakan salah satu bisnis dengan menggunakan sistem waralaba lokal yang ada di Kabupaten Pekalongan. Penerapan sistem waralaba bertujuan untuk mengembangkan bisnisnya agar dapat memberikan kesempatan bagi masyarakat yang ingin mendirikan suatu usaha dengan mudah. Tampilan usaha yang menarik serta modal yang terjangkau menjadikan usaha ini berkembang di Kabupaten Pekalongan. Kerjasama waralaba gopal kebab tidak membebankan *royalty fee* (pembagian keuntungan), sehingga keuntungan tersebut menjadi hak mitra sepenuhnya. Produk yang mereka tawarkan adalah kebab dengan isian daging serta sayuran tentunya dengan cita rasa yang khas dari gopal kebab. Bisnis waralaba ini sangat menjanjikan karena dengan modal awal yang terjangkau langsung bisa berjualan serta tanpa adanya pembagian keuntungan, tentu hal ini sangat menarik bagi calon mitra untuk berinvestasi dalam usaha tersebut. Namun apakah waralaba tersebut sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah? Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik mengkaji tentang bisnis waralaba dengan judul **“Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Pekalongan) ”**.

**B. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana praktik kerjasama waralaba yang diterapkan di gopal kebab Doro Kabupaten Pekalongan?
2. Bagaimana praktik kerjasama waralaba di gopal kebab Doro Kabupaten Pekalongan dalam perspektif hukum ekonomi syariah?

**C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mendeskripsikan praktik kerjasama waralaba yang diterapkan di gopal kebab Doro Kabupaten Pekalongan.
2. Untuk mengeksplanasi praktik kerjasama waralaba di gopal kebab Doro Kabupaten Pekalongan dalam perspektif hukum ekonomi syariah.

**D. Manfaat Penelitian**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat berguna, baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, terutama pengetahuan dalam bidang waralaba.

2. Secara praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan penulis dalam hal kerja sama waralaba yang sesuai dengan hukum ekonomi syariah.

- b. Bagi pengusaha, diharapkan dapat menjadi salah satu sumber ilmu pengetahuan agar dapat menciptakan usaha waralaba yang sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

- c. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan terutama dalam hal kerjasama waralaba yang sesuai dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

## **E. Kerangka Teori**

### **1. Kerjasama**

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kerjasama adalah kegiatan atau usaha yang dilakukan oleh beberapa orang (lembaga, pemerintahan, dan sebagainya) untuk mencapai tujuan bersama.<sup>7</sup> Menurut Pamudji, terdapat tiga unsur dalam kerjasama yaitu:

- a. Orang yang melakukan kerjasama.
- b. Adanya interaksi.
- c. Adanya tujuan yang sama.

Dari unsur-unsur tersebut, Pamudji mendeskripsikan kerjasama merupakan pekerjaan yang dilakukan oleh dua orang atau lebih dengan melakukan interaksi antar individu yang melakukan kerja sama sehingga tercapai tujuan yang dinamis.<sup>8</sup>

Kerjasama merupakan bagian dari kegiatan ekonomi, dalam penelitian ini kerjasama yang dilakukan oleh waralaba gopal kebab merupakan bentuk kerjasama syirkah. Dalam kompilasi hukum ekonomi syariah (KHES), syirkah merupakan kerjasama dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan, atau kepercayaan dalam usaha

---

<sup>7</sup> <https://kbbi.kemdikbud.go.id> diakses 22 Juni 2021

<sup>8</sup> Yusup, *Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi*, (Sumatera: CV. LD Media), hlm.



tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.<sup>9</sup>

Para ulama mendefinisikan syirkah sebagai berikut :

- a. Menurut ulama Hanafiyah, syirkah adalah akad antara dua orang yang bersekutu pada pokok harta (modal) dan keuntungan.<sup>10</sup>
- b. Menurut ulama Malikiyah, syirkah adalah izin untuk bertindak secara hukum bagi dua orang yang bekerjasama terhadap harta mereka.
- c. Menurut ulama Hanabillah, syirkah adalah perhimpunan hak (kewenangan) atau pengolahan harta (*tasharuf*).
- d. Menurut ulama Syafiiyah, syirkah merupakan ketetapan hak pada sesuatu yang dimiliki satu orang atau lebih dengan cara yang diketahui.<sup>11</sup>

Dari definisi-definisi tersebut, dapat dipahami bahwa syirkah adalah kerjasama dua orang atau lebih dalam suatu usaha, yang mana keuntungan dan kerugian ditanggung bersama sesuai kesepakatan.

Macam-macam syirkah sebagai berikut :

- a. Syirkah al-Amlak, menurut ulama fiqh syirkah dalam bentuk ini adalah dua orang atau lebih memiliki harta bersama tanpa melalui atau didahului oleh akad asy-syirkah. Syirkah dalam bentuk ini dibagi menjadi dua, yaitu syirkah ikhtiyar dan syirkah jabar.

---

<sup>9</sup> Pusat Pengkajian Hukum Ekonomi Syariah (PPHIM), *Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah Edisi Revisi*, (Jakarta: Kencana, 2017), hlm. 15

<sup>10</sup> Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2011), hlm 127

<sup>11</sup> Rozalinda, *Fiqh Ekonomi Syariah*, (Jakarta: Rajawali, Cet. 1, 2016), hlm. 200

b. Syirkah al-‘Uqud, maksudnya adalah akad yang disepakati dua orang atau lebih untuk mengikatkan diri dalam perserikatan modal dan keuntungannya. Terdapat perbedaan pendapat mengenai bentuk-bentuk yang termasuk syirkah al-‘uqud yaitu:

- Ulama Hanabilah membagi dalam lima bentuk, yaitu syirkah al-‘inan, syirkah al-mufawadhah, syirkah al-abdan, syirkah al-wujuh, dan syirkah al-mudharabah.
- Ulama Malikiyah dan Syafiiyah membagi dalam empat bentuk, yaitu syirkah al-‘inan, syirkah al-mufawadhah, syirkah al-abdan, dan syirkah al-wujuh.
- Ulama Hanafiyah membagi dalam tiga bentuk, yaitu syirkah al-amwal, syirkah al’a’mal, dan syirkah al-wujuh.<sup>12</sup>

Dalam hal ini kerjasama waralaba termasuk dalam fikih muamalah, yang mana prinsip dari muamalah adalah diperbolehkan kecuali ada dalil yang melarangnya namun tetap sesuai dengan syariat islam. Kerjasama yang dilakukan dalam bisnis waralaba sebenarnya termasuk dalam bentuk pengembangan akad syirkah.

## 2. Konsep Waralaba

Menurut peraturan pemerintah nomor 42 tahun 2007, waralaba adalah Hak khusus yang dimiliki oleh perorangan atau badan usaha ke sistem bisnis dengan karakteristik bisnis untuk memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan

---

<sup>12</sup> Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*, (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2007), hlm. 168

dan/atau digunakan sesuai dengan perjanjian waralaba oleh pihak lain.<sup>13</sup> Waralaba juga dapat di definisikan sebagai sistem pemasaran atau pendistribusian barang dan/atau jasa secara vertikal yang mana pewaralaba memberikan semua sistem usahanya kepada pihak terwaralaba. Pewaralaba merupakan pemilik usaha waralaba atau pihak yang menjual hak merk dagangnya beserta dengan sistem bisnis didalamnya. Terwaralaba merupakan pihak yang membeli hak merk dagang beserta sistem bisnis yang dimiliki oleh pewaralaba. Mengacu pada definisi-definisi diatas, dapat disimpulkan bahwa pihak terwaralaba menjalankan usahanya sendiri dengan menggunakan merk dari pewaralaba serta mematuhi ketentuan-ketentuan yang telah ditetapkan oleh terwaralaba.

Menurut Ketchen, Combs dan Upson, bahwa tujuan utama perusahaan menawarkan usaha waralabanya adalah untuk memperoleh modal intelektual dan modal finansial untuk ekspansi bisnis. terwaralaba diyakini memiliki komitmen dan tanggung jawab yang kuat untuk menjalankan usaha.

Brayce Webster mengemukakan ada tiga bentuk dari waralaba yaitu:

1. **Produk *Franchising***, merupakan suatu waralaba yang mana pewaralaba memberikan lisensi kepada terwaralaba untuk menjual barang hasil produksinya. Pihak terwaralaba berfungsi sebagai

---

<sup>13</sup> Pasal 1 (1) Peraturan Pemerintah nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

distributor dari pihak pewaralaba. Misalnya dealer mobil dan pom bensin.

2. ***Manufacturing Franchises***, pewaralaba memberikan *know-how*<sup>14</sup> dari suatu proses produksi. Terwaralaba memasarkan barang-barang itu dengan standar produksi dan merek yang sama dengan yang dimiliki pewaralaba. Bentuk waralaba seperti ini banyak digunakan dalam produksi dan distribusi minuman *soft drink*, seperti coca cola, pepsi, dan sebagainya.
3. ***Business format franchising***, adalah suatu bentuk waralaba yang terwaralabanya mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama pewaralaba. Sebagai imbalan dari penggunaan nama pewaralaba, maka terwaralaba harus mengikuti metode serta standar pengoperasian dan berada dibawah pengawasan pewaralaba dalam hal bahan-bahan yang digunakan, pilihan tempat usaha, desain tempat usaha, jam operasional, persyaratan karyawan, dan lain-lain. Sehingga pewaralaba memberikan seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman dan standar pengoperasian usaha dan bantuan dalam mengoperasikan bisnis waralaba. Sehingga terwaralaba memiliki identitas yang tidak terpisahkan dari pewaralaba.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> *Know-how* merupakan keahlian atau kecakapan teknis dan/atau keterampilan pewaralaba termasuk rahasia tata kelola perusahaan dan Hak Kekayaan Intelektual (*right of intellectual property*).

<sup>15</sup> Sri Redjeki Slamet, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*, Lex Jurnalica Vol.8 No.2, (Jakarta: Kantor Advokat Sri Redjeki Slamet, 2011), hlm. 127

Selain yang telah disebutkan diatas, di Indonesia sistem waralaba dapat dibagi menjadi empat jenis, yaitu :

1. Waralaba dengan sistem format bisnis
2. Waralaba bagi keuntungan
3. Waralaba kerjasama investasi
4. Waralaba produk dan merek dagang<sup>16</sup>

Dari keempat jenis tersebut, waralaba yang banyak dikembangkan di Indonesia saat ini adalah waralaba format bisnis. Jenis waralaba ini juga yang saat ini digunakan oleh usaha waralaba gopial kebab. Waralaba format bisnis merupakan bentuk waralaba yang paling sederhana, dimana pewaralaba memberikan lisensi kepada terwaralaba yang mana lisensi tersebut berupa hak penggunaan atas merek dagang serta nama pewaralaba, terwaralaba harus mengikuti standar pengoperasian dibawah pengawasan pihak pewaralaba. Sehingga pewaralaba memberikan seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman, standar pengoperasian dan bantuan dalam operasional bisnis waralaba.

Adapun jenis-jenis kemitraan yang berkembang saat ini yaitu sebagai berikut :

1. Kemitraan Umum (*general partnership*)

Kemitraan umum adalah suatu jenis kerjasama yang dilakukan secara lebih merata. Dalam kemitraan ini, setiap mitra mewakili

---

<sup>16</sup> S. Fox, *Seri Bisnis : Membeli dan Menjual Bisnis dan Franchise*, (Jakarta : Media Komputindo, 1993), hlm. 18

perusahaan dengan hak yang sama. Semua mitra dapat berpartisipasi dalam kegiatan manajemen, pengambilan keputusan, dan memiliki hak untuk mengendalikan bisnis. Demikian pula, keuntungan, hutang, dan kewajiban dibagi sama rata dan dibagi rata.

## 2. Kemitraan Terbatas (*limited partnership*)

Kemitraan terbatas adalah kombinasi dari dua pihak atau lebih yang melakukan kegiatan operasional bisnis sehari-hari. Namun, di dalam kemitraan terbatas akan terdapat satu partner atau lebih yang tidak melakukan kegiatan operasional yang dilakukan sehari-hari, dan merekalah yang kita sebut dengan *silent partner*.

## F. Kajian Pustaka

Berdasarkan penelusuran, ada beberapa kajian-kajian terhadap praktik kerjasama waralaba yang dapat menjadi rujukan untuk penulis dalam pembuatan penelitian ini. Baik mengenai pelaksanaannya, hukum yang mengaturnya serta akad-akad yang digunakan dalam suatu kerjasama waralaba.

Penelitian yang dilakukan oleh Jinta Pramudio Sitepu, Universitas Sumatera Utara dengan judul Analisis Yuridis Perjanjian Waralaba Chicken Holic Di Medan. Fokus kajian dalam penelitian ini mengenai hukum-hukum yang mengatur tentang bisnis waralaba serta penyelesaian apabila terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba chicken holic Medan. Peraturan bisnis waralaba mengacu pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang

Waralaba dan Peraturan Menteri No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Apabila terdapat perselisihan atau sengketa antara kedua belah pihak akibat dari suatu perjanjian kerjasama maka penyelesaian dilakukan secara musyawarah dan mufakat. Apabila dalam musyawarah untuk mufakat tersebut tidak berhasil mencapai kesepakatan maka kedua belah pihak akan menyelesaikan secara hukum yaitu dengan jalur pengadilan.<sup>17</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Rokib, Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon dengan judul Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Waralaba (Studi Kasus Di Toserba Mitra Indah Beber Kab.Cirebon). Penelitian ini membahas tentang strategi marketing yang dilakukan oleh toserba mitra indah beber Kab. Cirebon dalam meningkatkan persaingan bisnis. Strategi yang digunakan yaitu dengan menerapkan strategi harga dan strategi produk, serta memberikan pelayanan yang ramah, jujur, dan berpedoman pada karakteristik marketing syariah. Strategi harga yaitu dengan memberikan harga yang pas dan relative murah merupakan strategi unggulan Toserba Mitra Indah, dalam strategi mempertahankan para pelanggan setianya. Akan tetapi Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM) dan teknologi serta hanya berpedoman pada strategi

---

<sup>17</sup> Jinta Pramudio Sitepu, *Analisis Yuridis Perjanjian Waralaba Chicken Holic Medan*, skripsi, (Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara, 2018).

lama menjadikan Toserba Mitra Indah hanya mampu bertahan sulit untuk bersaing.<sup>18</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Yesi Dwi Lestari, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya dengan judul Implementasi Akad Syirkah Pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Surabaya. Penelitian ini membahas implementasi akad syirkah dalam kerjasama waralaba. Serta penerapan syirkah dalam kerjasama waralaba yang sesuai dengan konsep ekonomi islam atau bertentangan dengan ekonomi islam. Hasil dalam penelitian ini akad kerjasama yang diterapkan menggunakan akad syirkah yang mana pihak *mudarib* yang mengelola keseluruhan dari tempat usaha rumah makan Ayam Goreng Nelongso dan *shahibul al-mal* sebagai mitra pasif yang mana mereka tidak ikut campur baik dalam kepengurusan maupun yang mengelola usaha. *Franchise* yang dilakukan rumah makan tersebut juga tidak bertentangan dengan ekonomi islam dikarenakan dalam pembagian keuntungan dilakukan dengan *profit sharing* yang mana keuntungan dibagi setelah omzet dikurangi dengan biaya lainnya sehingga menghasilkan laba bersih.<sup>19</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ferisa Laelah, UIN Raden Fatah Palembang dengan judul Sistem Waralaba Dalam Perspektif Transaksi Bisnis Syariah (Studi Pada Restoran Es Teller 77 Palembang Square Mall).

---

<sup>18</sup> Rokib, *Analisis Strategi Marketing Syariah Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Waralaba (Studi Kasus di Toserba Mitra Indah Beber Kabupaten Cirebon)*, Skripsi, (Cirebon: Institut Agama Islam Bunga Bangsa, 2019).

<sup>19</sup> Yesi Dwi Lestari, *Implementasi Akad Syirkah Pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya*, Skripsi, (Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, 2020).



Penelitian ini berfokus pada akad yang digunakan dalam kerjasama waralaba restoran tersebut. Akad yang diterapkan dalam waralaba restoran ini merupakan aplikasi gabungan dari akad syirkah inan dan akad syirkah abdan. Akad ini diperbolehkan karena sesuai dengan kaidah fiqh muamalah.<sup>20</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Amy Retno Wulandari, IAIN Ponorogo dengan judul *Bisnis Waralaba Indomaret Perspektif Hukum Ekonomi Islam*. Penelitian ini membahas mengenai bisnis waralaba yang mana menggunakan hukum yang berlaku untuk mengatur pelaksanaan bisnis waralaba. Dalam bisnis tersebut menerapkan akad syirkah, dalam penelitian ini akad yang digunakan yaitu akad syirkah karena dalam bisnis waralaba indomaret ini akan terdapat bagi hasil didalamnya antara pihak terwaralaba dan pewaralaba. Hal ini tidak bertentangan dan sudah sesuai dengan syariat islam.<sup>21</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Puji Sulistyaningsih, Heniyatun, dan Heni Hendrawati, Universitas Muhammadiyah Magelang dengan judul *Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Perspektif Hukum Islam*. Penelitian ini fokus pada pembagian hasil antara terwaralaba dengan pewaralaba dengan menggunakan perspektif hukum islam. Hasil dalam penelitian ini adalah kendala yang sering terjadi pada pembagian keuntungan dalam kerjasama waralaba yaitu jika terjadi kerugian dan terjadi

---

<sup>20</sup> Ferisa Laelah, *Sistem Waralaba Dalam Perspektif Transaksi Bisnis Syariah (Studi Pada Restoran Es Teller 77 Palembang Square Mall)*, Skripsi, (Palembang: UIN Raden Fatah. 2018).

<sup>21</sup> Amy Retno Wulandari, *Bisnis Waralaba Indomaret Perspektif Ekonomi Islam*, Jurnal Studi Keislaman Vol.2 No.1, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021).

ketidakseimbangan antara prestasi dengan pembagian keuntungan yang tidak transparan. Jika terjadi hal seperti ini maka penyelesaian yang dilakukan dengan menempuh musyawarah mufakat, selain itu dapat diikuti dengan pembayaran ganti rugi. Pembagian keuntungan dalam perjanjian waralaba menggunakan presentase yang bervariasi yaitu 50:50 atau 60:40 hal ini tergantung oleh kesepakatan para pihak yang melakukan kerjasama.<sup>22</sup>

Penelitian yang dilakukan oleh Ery Agus Priyono, Universitas Diponegoro dengan judul *Aspek Keadilan Dalam Kontrak Bisnis Di Indonesia (Kajian Pada Perjanjian Waralaba)*. Penelitian ini fokus pada aspek keadilan dalam kontrak bisnis dengan melihat asas kebebasan berkontrak yang menjadi dasar perjanjian waralabat di Indonesia dengan diikuti seperangkat aturan hukum yang mengikat para pihak guna memberikan perlindungan hukum secara lebih proporsional bagi para pihak.<sup>23</sup>

Dari uraian diatas terdapat persamaan dan perberbedaan dengan skripsi yang akan dibahas oleh penulis sebagai berikut :

Persamaan	Perbedaan
<p>Penelitian yang telah diuraikan diatas menggunakan pendekatan kualitatif, pendekatan kualitatif juga digunakan</p>	<p>Lokasi dalam penelitian penulis berbeda dengan penelitian sebelumnya. Penelitian penulis dilakukan di gopal</p>

<sup>22</sup> Puji Sulistyanyingsih., dkk, *Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Perspektif Hukum Islam*. Jurnal Hukum Novelty Vol.8 No.1, (Magelang: Universitas Muhammadiyah Magelang, 2017).

<sup>23</sup> Ery Agus Priyono, *Aspek Keadilan Dalam Kontrak Bisnis Di Indonesia (Kajian Pada Perjanjian Waralaba)*, Jurnal Law Reform Vol. 14 No.1, (Semarang: Universitas Diponegoro, 2018).

dalam penelitian penulis.	kebab Doro Kabupaten Pekalongan.
Akad yang digunakan dalam penelitian diatas sebagian besar menggunakan akad syirkah, akad yang digunakan dalam penelitian penulis juga menggunakan akad syirkah.	Objek yang digunakan dalam penelitian penulis adalah sistem kerjasama waralaba yang tidak terdapat pembagian keuntungan antara kedua belah pihak seperti dalam kerjasama waralaba gopal kebab. Penelitian penulis berfokus terhadap perspektif hukum ekonomi syariah mengenai tidak adanya pembagian keuntungan dalam kerjasama waralaba gopal kebab. hal ini berbeda dengan penelitian yang telah penulis uraikan diatas.

## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis dan pendekatan penelitian

Dalam memperoleh data, penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian dengan memaparkan atau menggambarkan suatu keadaan yang pengumpulan datanya didapatkan dari lapangan. Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat langsung dalam pengumpulan data yang diperoleh dari wawancara dengan informan yang memberikan keterangan mengenai bagaimana praktik kerjasama waralaba

yang dilakukan dalam bisnis waralaba gopal kebab. Peneliti juga memperoleh data dari buku-buku atau referensi yang berkaitan dengan pembahasan dalam penelitian ini yang digunakan sebagai data pendukung.

Setelah memperoleh data dari lapangan, kemudian peneliti mengolah dan menganalisis data tersebut menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Mantra dalam buku Moleong (2007) mengemukakan bahwa metode kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa tulisan atau lisan dari seseorang dan perilaku yang dapat diamati.<sup>24</sup> Metode kualitatif berusaha mengungkap beragam keunikan yang ada dalam individu, kelompok, masyarakat, dan/atau organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara menyeluruh, terperinci, serta dapat di pertanggungjawabkan secara ilmiah.<sup>25</sup>

## 2. Sumber data

### a. Data primer

Data primer merupakan dalam penelitian ini yakni data yang diambil dari observasi lapangan dan wawancara dengan pemilik usaha gopal kebab tentang pelaksanaan kerjasama waralaba di gopal kebab.

---

<sup>24</sup> Sandu Siyoto, Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015). Hlm. 28

<sup>25</sup> Ibid.,

b. Data sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang diperoleh secara tidak langsung berkaitan dengan penelitian ini. Data sekunder yang digunakan penulis meliputi buku, jurnal, skripsi, serta karya ilmiah yang relevan.

3. Subyek dan Obyek Penelitian

Subyek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha dan mitra gopal kebab. Obyek dalam penelitian ini yaitu pelaksanaan kerjasama waralaba yang dilakukan gopal kebab di Doro Kabupaten Pekalongan serta tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik kerjasama waralaba tersebut.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini sebagai berikut :

1) Observasi

Menurut Sudaryono, observasi yaitu melakukan pengamatan secara langsung ke obyek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan.<sup>26</sup> Dalam hal ini penulis melakukan pengamatan mengenai pelaksanaan kerjasama waralaba yang terjadi di gopal kebab.

2) Wawancara

Definisi wawancara menurut Sudjana adalah proses pengumpulan data atau informasi melalui tatap muka antara pihak

---

<sup>26</sup> Feny Rita Fiantika, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Padang: PT Global Eksekutif Teknologi, 2022), hlm. 105

penanya (*interviewer*) dengan pihak penjawab (*interview*).<sup>27</sup>

Wawancara dilakukan penulis merupakan wawancara terstruktur antara penulis dengan pemilik waralaba dan mitra gopal kebab.

### 3) Dokumentasi

Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), dokumen adalah surat yang tertulis atau tercetak yang dapat dipakai sebagai bukti keterangan.<sup>28</sup> Dokumentasi digunakan sebagai data-data pelengkap dalam penelitian. Data tersebut dapat berupa dokumen-dokumen yang berkaitan dengan subyek penelitian.

## 5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menurut Sugiono terdapat tiga jalur yaitu :

### a. Reduksi data

Upaya menyimpulkan data, kemudian memilah-milah data dalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu, dan tema tertentu

### b. Penyajian data

Sekumpulan data yang disusun secara sistematis dan mudah dipahami, sehingga memberikan kemungkinan menghasilkan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif bisa berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan ataupun bagan. Melalui penyajian data tersebut, maka nantinya data akan

---

<sup>27</sup> Iskandar, *Metode Penelitian Dakwah*, (Pasuruan: CV. Penerbit Qiara Media, 2022), hlm. 138

<sup>28</sup> <https://kbbi.web.id/> diakses pada 16 Mei 2022

terorganisasikan dan tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah dipahami.

c. Penarikan kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap ketiga dalam menganalisis data, penarikan kesimpulan dilakukan dengan cara meninjau kembali catatan lapangan yang telah didapatkan selama penelitian dilakukan.<sup>29</sup>

## H. Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam skripsi ini terarah dan sistematis, maka penulis memaparkan sistematika pembahasan sebagai berikut :

BAB I pendahuluan yang menggambarkan latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kerangka teori, tinjauan Pustaka, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II kerangka teori yang berisi tentang kerjasama waralaba dan akad syirkah, sub judul yang berisi tentang pengertian waralaba secara umum, jenis-jenis waralaba, perjanjian kerjasama waralaba. *Royalty fee* dan *franchise fee*, pengertian syirkah, dasar hukum syirkah, rukun dan syarat syirkah, macam-macam syirkah, dan sebab-sebab yang membatalkan syirkah.

BAB III hasil penelitian yang berisi tentang gambaran umum yang berkaitan dengan bisnis waralaba gopal kebab seperti profil usaha, proses kerjasama yang dilakukan dengan mitra, produk yang diperjualbelikan dalam

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta 2016), hlm. 137

bisnis tersebut serta hasil wawancara yang berkaitan dengan bisnis waralaba gopal kebab.

BAB IV berisi mengenai analisis hasil penelitian, yang berisi pemaparan analisis tentang tinjauan hukum ekonomi syariah terhadap praktik kerjasama waralaba gopal kebab.

BAB V penutup yang terdiri dari kesimpulan, saran dan limitasi penelitian. Bab terakhir ini akan ditarik kesimpulan dari semua materi yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan penelitian yang telah penulis lakukan serta pembahasan-pembahasan pada bab sebelumnya mengenai praktik kerjasama waralaba dalam perspektif hukum ekonomi syariah di gopal kebab, maka dapat penulis simpulkan bahwa:

1. Praktik kerjasama waralaba gopal kebab ini menggunakan jenis waralaba format bisnis, hal ini dapat dilihat dari penggunaan merek, logo, produk, serta standar operasional prosedur yang sesuai dengan bisnis gopal kebab. Dalam hukum islam, kerjasama waralaba gopal kebab termasuk ke dalam syirkah inan, karena dalam kerjasama ini kedua belah pihak mengeluarkan modal yang berbeda. dalam kerjasama waralaba ini, mitra tidak dibebankan *royalty fee* atau *profit sharing* karena pendapatan mitra yang tidak menentu pembebanan *royalty fee* akan merugikan salah satu pihak, sesuai dengan prinsip keadilan dalam syariah maka pembagian hasil tersebut ditiadakan atas persetujuan kedua belah pihak. Penyelesaian masalah dilakukan dengan musyawarah dan pengenaan denda sesuai dengan perjanjian kerjasama, hal ini berarti bahwa kerjasama waralaba di gopal kebab bersifat transparan karena sudah diketahui dan disepakati oleh kedua belah pihak dan tidak merugikan salah satu pihak.

2. Praktik kerjasama waralaba yang dilakukan oleh gopal kebab tidak bertentangan dengan hukum ekonomi syariah, hal ini karena kerjasama yang dilakukan gopal kebab sudah memenuhi rukun dan syarat syirkah yaitu akad kerjasama (ijab qabul), pihak yang bekerjasama (pewaralaba dan mitra), dan objek kerjasama yang tidak bertentangan dengan syariat.

## **B. Saran**

Apabila berkeinginan untuk memulai berbisnis, maka sebelumnya hendaklah mengetahui serta memahami terlebih dahulu ilmu yang berkaitan dengan bisnis tersebut. Terutama untuk yang beragama islam maka harus memahami ilmu-ilmu muamalah agar terhindar dari kegiatan muamalah yang dilarang.

## **C. Limitasi**

Keterbatasan yang dialami penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu sulitnya menemukan akad kerjasama waralaba yang menggunakan akad syirkah, hal ini dapat dilihat tidak adanya penjelasan akad syirkah dalam perjanjian tertulis kerjasama waralaba. Seharusnya perjanjian waralaba dapat dibuat dalam akad syirkah, sehingga memudahkan mitra usaha untuk mengetahui jenis akad apa yang digunakan, dan dapat menjadi trend untuk pengusaha agar dapat membuat sistem waralaba syariah yang sesuai dengan ketentuan hukum islam

#### **D. Rekomendasi**

Penulis merekomendasikan untuk peneliti selanjutnya karena terdapat kemungkinan bahwa usaha gopal kebab akan meluas ke wilayah-wilayah lainnya di masa yang akan datang, maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis lebih luas mengenai kerjasama waralaba dalam akad syirkah.

## DAFTAR PUSTAKA

### UNDANG-UNDANG

Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia Nomor: 114/DSN-MUI/IX/2017.

Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah pasal 136.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, Pasal 1, Ayat 1.

### BUKU

Al-Asqolani, Al-Hafidh Ibnu Hajar. (1996). *Terjemahan Buluqul Maram Min Adila Ahkam*. Jakarta: Putra Amani.

Al-Kahlani, Muhammad Bin Ismail. (1960). *Subul As-salam, juz 3*. Mesir: Maktabah Mathba'ah Mushthafa Al-babiy Al-halabi.

Al-Khalafi, Abdul 'Azhim bin Badawi. (2007). *Al-Wajaiz Panduan Fiqh Lengkap*. Bogor: Pustaka Ibnu Katsir.

Djuwaini, Dimyauddin. (2008). *Pengantar Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Fiantika, Feni Rita. (2022). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Padang: PT Global Eksekutif Teknologi.

Fox, S. (1993). *Seri Bisnis: Membeli dan Menjual Bisnis dan Franchise*. Jakarta: Media Komputindo.

Hadi, Mustofa Amirul. (2022). *Penilaian Bisnis Waralaba (Valuation of Franchise) Kajian Penilaian Properti Takberwujud dalam Suatu Konsep Teori Penilaian Bisnis*. Yogyakarta: CV Budi Utama.

Hamid, Arifin. (2008). *Membumikan Ekonomi Syariah di Indonedia*. Jakarta: Pramuda Jakarta.

Haroen, Nasrun. (2007). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama.

\_\_\_\_\_. (2000).

- Hidayat, Enang. (2016). *Transaksi Ekonomi Syariah*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- H,S, Salim. (2003). *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Ibrahim, Johanes dan Lindawati Sewu. (2004). *Hukum Bisnis: dalam Perspektif Manusia Modern*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Iskandar. (2022). *Metode Penelitian Dakwah*. Pasuruan: CV Penerbit Qiara Media.
- Kemendagri. (2015). *Himpunan Peraturan Waralaba*. Jakarta: Direktorat Bina Usaha Perdagangan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.
- Lubis, Suhrawardi K. (2004). *Hukum Ekonomi Syariah*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Naja, Daeng. (2011). *Akad Bank Syariah*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Nathaniel, Raba. (2020). *Pengantar Bisnis*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Rifa'i, Muhammad. (1978). *Fiqh Islam Lengkap*. Semarang: Karya Putra Toha.
- Rozalinda. (2016). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Rajawali.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sugiono. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendi, Hendi. (2011). *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- \_\_\_\_\_. (2005).
- \_\_\_\_\_. (2011).
- Suryana. (2007). *Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses*. Jakarta: Salemba Empat.
- Suseno, Dramawan Budi. (2008). *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Sutedi, Adrian. (2008). *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Thian, Alexander. (2020). *Kewirausahaan: Untuk Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Toffler, Betsy-ann dan Jane Imber. (2002). *Kamus Istilah Pemasaran*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Tunggal, Iman Syahputra. (2004). *Franchising: Konsep & Kasus*. Jakarta: Harvindo.
- W, J, S, Poerwadaminta. (1993). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Indonesia: Balai Pustaka.
- Wahyudi, Arief. (2019). *Bisnis Kewirausahaan*. Pekalongan: PT Nasya Expanding Management.
- Widjaja, Gunawan. (2003). *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Widjaja, Gunawan. (2004). *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yusup. (2021). *Sumber Daya Manusia Berbasis Kompetensi*. Sumatera: CV LD Media.

## **JURNAL**

- Firdawati, Linda. (2011). "Perjanjian Waralaba Menurut Hukum Islam". *Asas 3* (1). 42.
- Machrus, Balgis Bin Faruk. (2015). "Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah". *Jurnal Ilmiah Universitas Brawijaya*. 8.
- Priyono, Ery Agus. (2018). "Aspek Keadilan dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba)". *Jurnal Law Reform*. 4 (1). 25.
- Slamet, Sri R. (2011). "Waralaba (*Franchise*) di Indonesia". *Lex journalica*. 8 (2). 128.
- Sulistyaningsih, Puji dkk. (2017). "Sistem Bagi Hasil dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Perspektif Hukum Islam". *Jurnal Hukum Novelty*. 8 (1). 154.
- Wulandari, Amy Retno. (2021). "Bisnis Waralaba Indomaret Perspektif Ekonomi Islam". *Jurnal Studi Keislaman*. 2 (1). 13.

## **SKRIPSI**

- Laelah, Ferisa. (2018). "Sistem Waralaba dalam Perspektif Transaksi Bisnis Syariah (Studi pada Restoran Es Teller 77 Palembang Square Mall)". Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah.
- Lestari, Yesi Dwi. (2020). "Implementasi Akad Syirkah pada Waralaba Syariah Ayam Goreng Nelongso Wilayah Surabaya". Surabaya: Universitas Islam Negeri Sunan Ampel.
- Rokib. (2019). "Analisis Strategi Marketing Syariah dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Waralaba (Studi Kasus di Toserba Mitra Indah Beber Kabupaten Cirebon)". Cirebon: institut Agama Islam Bunga Bangsa.
- Sitepu, Jinta Pramudio. (2018). "Analisis Yuridis Perjanjian Waralaba Chicken Holic Medan". Skripsi Departemen Hukum Ekonomi. Sumatera: Universitas Sumatera Utara.

## **INTERNET**

- <https://kbbi.kemdikbud.go.id> diakses 22 Juni 2021
- <https://kbbi.web.id/> diakses pada 16 Mei 2022 dan 25 November 2021
- <https://www.instagram.com/gopalkebab.id/> Diakses pada 25 Oktober 2021

## **WAWANCARA**

- Desti. (2022). "Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)". Wawancara Pribadi. 30 Oktober 2021.
- Lulu. (2022). "Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)". Wawancara Pribadi. 31 Oktober 2021.
- Noval. (2022). "Praktik Kerjasama Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah (Studi Kasus di Gopal Kebab Doro Kabupaten Pekalongan)". Wawancara Pribadi. 24 Oktober 2021.

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### *Lampiran 1*

#### **PEDOMAN WAWANCARA PEWARALABA**

1. Kapan bisnis gopal kebab didirikan?
2. Apa tujuan didirikannya bisnis gopal kebab?
3. Berapa harga *franchise* gopal kebab?
4. Berapa jumlah mitra yang bergabung dengan gopal kebab?
5. Bagaimana cara bergabung menjadi mitra gopal kebab?
6. Apakah terdapat *royalty fee* atau pembagian keuntungan dari mitra untuk pewaralaba di dalam bisnis waralaba gopal kebab?
7. Apakah ada kewajiban yang harus dilakukan oleh mitra?
8. Bagaimana penyelesaian jika terjadi perselisihan antara mitra dengan pewaralaba?
9. Bagaimana jika mitra ingin menutup usahanya (memutus perjanjian)?

#### **PEDOMAN WAWANCARA MITRA**

1. Mengapa memilih untuk menjadi mitra gopal kebab?
2. Bagaimana cara bergabung menjadi mitra gopal kebab?
3. Apakah dalam bisnis waralaba gopal kebab terdapat *royalty fee* atau pembagian keuntungan dengan pewaralaba?
4. Kewajiban apa saja yang harus dilakukan ketika menjadi mitra gopal kebab?
5. Apa saja kendala yang dihadapi oleh mitra?
6. Berapa kisaran omzet yang didapatkan mitra?
7. Bagaimana penyelesaian masalah yang dilakukan jika terjadi perselisihan antara mitra dengan pewaralaba?



Lampiran 2

**TRANSKRIP WAWANCARA**

Hari/tanggal : Minggu, 24 Oktober 2021  
Waktu : 15.00 – selesai  
Nama Informan : Noval  
Jabatan : Pemilik bisnis waralaba gopal kebab  
Hasil Wawancara :

Peneliti	Narasumber
1. Apa tujuan dari didirikannya bisnis gopal kebab?	Tujuan dari berdirinya gopal kebab agar brand gopal kebab bisa lebih cepat berkembang, karena bisnis ini dikembangkan dengan sistem <i>franchise</i> maka akan lebih cepat membuka outlet gopal kebab di tempat-tempat yang belum bisa dijangkau oleh saya.
2. Berapa jumlah mitra yang bergabung hingga saat ini?	Sampai saat ini mitra gopal kebab sudah ada 10 mitra yang tersebar di Kabupaten Pekalongan.
3. Bagaimana cara untuk bergabung menjadi mitra gopal kebab?	Cara untuk bergabung dengan gopal kebab itu mudah, calon mitra harus bertemu langsung sama saya selaku pemilik untuk membicarakan ketentuan-ketentuan kerjasama <i>franchisenya</i> . Kemudian jika calon mitra tersebut menyetujui maka kedua belah pihak akan menandatangani surat perjanjian kerjasama. bersamaan dengan itu mitra membayar <i>franchise fee</i> sebesar Rp 15.000.000,-.

	<p>Pembayaran <i>franchise fee</i> tersebut bisa membayar uang muka terlebih dahulu, kemudian pelunasan dilakukan ketika peralatan outlet tiba dilokasi penjualan dan siap digunakan.</p>
<p>4. Dalam bisnis waralaba gopal kebab, apakah terdapat pembagian keuntungan atau <i>royalty fee</i> ?</p>	<p>Tidak ada pembagian keuntungan ataupun <i>royalty fee</i>, namun mitra harus membeli bahan bakunya kepada saya. Jadi keuntungan yang saya dapatkan dari pembelian bahan baku dari mitra.</p>
<p>5. Bagaimana penyelesaian masalah dalam kerjasama waralaba gopal kebab?</p>	<p>Penyelesaian masalah pada umumnya dilakukan dengan musyawarah. Namun jika pelanggaran yang dilakukan sudah melanggar kontrak, misalnya mitra tidak membeli bahan bakunya kepada saya, dengan begitu mitra dikenakan denda sebesar Rp 1.000.000,- atau pemutusan kontrak. Tetapi apabila mitra ingin berhenti menjadi mitra gopal kebab maka bisa langsung tanpa pemutusan kontrak secara tertulis, dengan syarat mitra harus mencopot atribut yang berhubungan dengan gopal kebab.</p>

Hari/tanggal : 30 Oktober 2021  
 Waktu : 16.00 – selesai  
 Nama Informan : Desty  
 Jabatan : Mitra Gopal Kebab Cabang Tangkil Kedungwuni  
 Hasil Wawancara :

Peneliti	Informan
<p>1. Mengapa anda memilih untuk menjadi mitra gopal kebab sebagai usaha anda?</p>	<p>Karena menurut saya gopal kebab sudah terkenal di dunia kuliner, awalnya saya melihat dari postingan instagram @pekalonganinfo, karena gopal kebab ini sering ada di postingan @pekalonganinfo tersebut saya jadi tertarik sepertinya sudah banyak pelanggannya dan sudah banyak yang tau bisnis gopal kebab ini, jadi apabila saya menjadi mitra gopal kebab maka saya tidak kesulitan mendapatkan pelanggan. Selain itu apabila menjadi mitra gopal kebab maka saya tidak membuka usaha dari 0 (nol) karena banyak masyarakat yang sudah mengetahui tentang gopal kebab.</p>
<p>2. Bagaimana cara untuk menjadi mitra gopal kebab?</p>	<p>Caranya itu saya hanya bertemu dengan pemilik untuk mengetahui ketentuannya secara jelas, kemudian saya menandatangani surat perjanjian. setelah itu saya mengeluarkan modal sebesar Rp 15.000.000,- dengan modal tersebut saya sudah bisa langsung berjualan.</p>

3. Apakah dalam waralaba gopal kebab terdapat pembagian keuntungan atau <i>royalty fee</i>	Tidak ada
--	-----------

Hari/tanggal : 31 Oktober 2021

Waktu : 16.00 – selesai

Nama Informan : lulu

Jabatan : Mitra Gopal Kebab Cabang Kajen

Hasil Wawancara :

Peneliti	Informan
1. Mengapa anda memilih untuk menjadi mitra gopal kebab?	Saya memilih untuk bergabung menjadi mitra gopal kebab karena yang pertama nama gopal kebab ini sudah terkenal jadi mudah untuk mendapatkan pasarnya. Kedua saya tidak perlu repot untuk membuka usaha dari awal, saya hanya mengeluarkan modal kemudian bisa langsung jualan dengan merek gopal kebab yang sudah banyak diketahui masyarakat.
2. Apakah dalam kerjasama waralaba gopal kebab terdapat pembagian keuntungan atau <i>royalty fee</i> ?	Tidak ada
3. Apakah ada kendala yang dihadapi ketika menjadi mitra gopal kebab?	Kendalanya mungkin konsumennya pasang surut kadang ramai kadang sepi seperti penjual pada umumnya, pendapatan yang didapatkan jadi tidak menentu seperti pedagang pada umumnya.



**Mitra gopal kebab  
cabang Kajen**



**Gopal kebab Doru (outlet  
pemilik waralaba)**



**Mitra gopal kebab cabang  
Tangkil Kedungwuni**

**SURAT PERJANJIAN**  
**MITRA USAHA GOPAL KEBAB**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : -----  
NIK : -----  
Alamat : -----

Selanjutnya dalam perjanjian ini disebut **PIHAK I (Pihak Pertama)**, sebagai Franchisor atau pewaralaba Gopal Kebab.

Nama : -----  
NIK : -----  
Alamat : -----

Selanjutnya dalam perjanjian ini disebut **PIHAK II (Pihak Kedua)**, sebagai Mitra usaha Gopal Kebab.

Pada hari ini ..... tanggal ..... bulan ..... tahun ..... bertempat di ....., antara **Pihak I** selaku **Franchisor** dan **Pihak II** selaku **Mitra** sepakat serta setuju untuk saling mengikatkan diri dalam suatu perjanjian kerjasama sebagai berikut:

1. Bahwa **pihak I** selaku **Franchisor** adalah satu-satunya pemegang hak merek dagang **Gopal Kebab**, dalam hal ini **Franchisor** bertindak sebagai pemberi lisensi kepada **Mitra** untuk menggunakan dan menjual produk dari **Gopal Kebab**.
2. Bahwa **Pihak II** selaku **Mitra** merupakan pihak yang menerima lisensi atas penggunaan merek dagang **Gopal Kebab** yang telah mengetahui, memahami, dan menyetujui hal-hal yang berkaitan dengan usaha berdasarkan penjelasan **pihak I**.
3. Bahwa **pihak II** selaku **Mitra** berhak untuk menjalankan dan mengelola usaha dengan merek dagang **Gopal Kebab**.
4. Bahwa **Mitra** membayar biaya kemitraan sejumlah Rp 15.000.000,- (Lima Belas Juta Rupiah) kepada **Franchisor** untuk menjadi mitra **Gopal Kebab**.



5. Bahwa **Mitra** berkewajiban untuk membeli bahan baku dari **Franchisor**, apabila **Mitra** melanggar hal tersebut maka **Franchisor** berhak untuk memberikan sanksi.
6. Bahwa **pihak I** berhak mengubah dan menyesuaikan sistem manajemen usaha demi kemajuan usaha **Gopal Kebab**.

Pekalongan, .....  
Mengetahui,

**PIHAK I**

**PIHAK II**

.....

.....



**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)  
PEKALONGAN**

Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 ext : 112 | Faks. (0285) 423418  
Website : [perpustakaan.iainpekalongan.ac.id](http://perpustakaan.iainpekalongan.ac.id) | Email : [perpustakaan@iainpekalongan.ac.id](mailto:perpustakaan@iainpekalongan.ac.id)

---

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : FIRDA MAULA AINI  
NIM : 1217103  
Jurusan/Prodi : HUKUM EKONOMI SYARIAH  
E-mail address : firdamaulaaini123@gmail.com  
No. Hp : 085942048814

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir  Skripsi  Tesis  Desertasi  Lain-lain (.....)

yang berjudul :

**PRAKTIK KERJASAMA WARALABA DALAM PERSPEKTIF HUKUM EKONOMI SYARIAH (STUDI KASUS DI GOPAL KEBAB DORO KABUPATEN PEKALONGAN)**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 24 Mei 2022



**FIRDA MAULA AINI**  
**NIM. 1217103**

NB : Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani  
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam Flashdisk  
(Flashdisk dikembalikan)