



IMPLEMENTASI AKAD MUSYARAKAH PADA BISNIS FRANCHISE KOPI JANJI JIWA DI FOOD COURT "HAURGEULIS PUNYA CERITA"

Aulia Usli Fatun Abdilah^{1✉}, Irvan Iswandi², Siti Ngainnur Rohmah³

¹Hukum Ekonomi Syariah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia (IAI AL-AZIS)

²Fakultas Tarbiyah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

³Fakultas Syariah, Institut Agama Islam Al-Zaytun Indonesia

E-mail: abdillahuslifatun@gmail.com^{1✉}, irvan@iai-alzaytun.ac.id², siti.ngainnur@iai-alzaytun.ac.id³

Abstrak

Akad musyarakah merupakan bentuk kerja sama usaha dalam Islam yang didasarkan pada kepercayaan dan keadilan dalam bermuamalah. Bisnis franchise adalah model kerja sama di mana pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee) berkontribusi dalam modal dan berbagi hasil keuntungan sesuai kesepakatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui implementasi akad musyarakah dalam bisnis franchise kopi Janji Jiwa di Haurgeulis Punya Cerita, serta menilai akad tersebut dalam perspektif Hukum Ekonomi Syariah. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan menggunakan data primer yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi, serta data sekunder berupa dokumen dan catatan lainnya. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) para pihak yang terlibat dalam akad musyarakah ini berkontribusi dengan dana dan usaha sesuai perjanjian yang disepakati, termasuk investasi modal dan lisensi hak dagang, serta berbagi keuntungan dan kerugian sesuai kesepakatan bersama, (2) dari perspektif Hukum Ekonomi Syariah, akad musyarakah dalam bisnis franchise Janji Jiwa di Haurgeulis Punya Cerita dapat dikategorikan sebagai syirkah 'uqud al-Inan di mana setiap pihak memiliki kontribusi dan tanggung jawab yang berbeda namun memiliki tujuan yang sama dalam mengembangkan usaha.

Kata Kunci: *Musyarakah, Franchise Janji Jiwa, Hukum Ekonomi Syariah*

Abstract

Musyarakah contract is a form of business cooperation in Islam based on trust and justice in transactions. Franchise business is a model of cooperation where the franchisor and franchisee contribute capital and share profits according to agreement. This study aims to examine the implementation of musyarakah contract in the Janji Jiwa coffee franchise business in Haurgeulis Punya Cerita, and evaluate the contract from the perspective of Islamic Economic Law. The research method used is qualitative, utilizing primary data obtained through interviews and documentation, as well as secondary data in the form of documents and other records. The results show that (1) the parties involved in this musyarakah contract contribute capital and effort according to the agreed terms, including investment capital and licensing rights, and share profits and losses according to the agreement, (2) from the perspective of Islamic Economic Law, the musyarakah contract in the Janji Jiwa franchise business in Haurgeulis Punya Cerita can be categorized as syirkah 'uqud al-Inan where each party has different contributions and responsibilities but share the same goal in developing the business.

Keywords: *Musyarakah, Janji Jiwa Franchise, Sharia Economic Law*

PENDAHULUAN

Manusia sebagai makhluk sosial tentunya membutuhkan interaksi dengan manusia lain dalam berbagai aspek kehidupan, baik dari segi pendidikan, sosial maupun ekonomi. Hal itulah yang membuat manusia perlu memahami dan saling mengandalkan satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan yang diinginkan bersama yang disebut juga dengan bermuamalah dalam Islam.

Dalam masyarakat, individu memiliki berbagai peran dan tanggung jawab yang memerlukan kerjasama dengan sesama. Muamalah menjadi landasan penting dalam membentuk hubungan yang harmonis dan produktif antarindividu, kelompok, dan komunitas (Syahid & Mashuri, 2023). Dari perspektif Islam, kerjasama dianggap sebagai nilai yang sangat penting. Islam menekankan pentingnya saling tolong-menolong dan berbagi dalam menciptakan masyarakat yang adil dan sejahtera. Konsep muamalah dalam Islam menekankan prinsip-prinsip seperti amanah (kepercayaan), adil, dan kasih sayang dalam interaksi sosial dan ekonomi. Dengan menerapkan prinsip-prinsip ini, individu dan masyarakat diharapkan dapat mencapai kesejahteraan dunia dan akhirat.

Jika sebuah jual beli dalam Islam disebut sebagai murabahah, maka kerjasama usaha disebut sebagai syirkah atau musyarakah. Salah satu contoh jenis kerjasama bisnis ialah konsep bisnis *franchise*. *Franchise* merupakan model usaha yang memperjual-belikan *brand* atau nama yang menjadi simbolis sebuah produk. Dalam bisnis *franchise* terdapat sebuah kontrak perjanjian yang dimana seorang *franchisor* (pemilik *brand* atau perusahaan) memberikan suatu kepercayaan kepada *franchisee* (mitra) sebagai rekan kerja sama usaha (Rachmayani *et al*, 2022).

Dalam berbisnis tentunya pelaku usaha harus membangun relasi, strategi pemasaran hingga program-program yang akan menciptakan inovasi-inovasi baru agar dapat mengembangkan usahanya lebih besar lagi. Bisnis *food court* merupakan salah satu bisnis yang populer di Indonesia saat ini, sebab pola gaya hidup masyarakat saat ini mulai beralih ke konsumsi instan. Hadirnya *food court* merespon kebutuhan tersebut (Mufidah, 2012). Dengan menyediakan suatu lahan luas yang dapat digunakan sebagai pujasera (pusat jajanan serba ada) yang biasanya didominasi oleh produk makanan dan minuman. Hal ini menjadikannya tempat yang menarik dikunjungi, bukan hanya sekedar untuk memenuhi kebutuhan pangan, *food court* juga bisa menjadi tempat untuk mengukir momen bersama keluarga, teman, maupun sahabat.

Nah, dalam hal ini, *franchisee* atau mitra memiliki kebergantungan sistem dan manajemen yang harus sesuai dengan SOP (*Standard Operating Procedure*) yang telah diberikan oleh *franchisor*, begitu juga halnya dengan bahan baku makanan atau minuman yang akan diproduksi dan dijual. Lalu kemudian membayarnya sebagai *fee* manajemen kepada *franchisor*. Maka dari itu, hal ini bisa dikatakan juga sebagai akad musyarakah. Yaitu akad perjanjian antara pemilik brand *franchise*

dengan mitra *franchise* yang saling terkait dengan objek akad yang menjadi penghubung terjadinya transaksi akad tersebut.

Kerja sama usaha biasanya dilakukan oleh dua pihak atau lebih. Untuk itu, beberapa pihak yang bekerja sama harus menyumbang harta, modal atau pun aset dan keahlian untuk membangun usaha tersebut sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai bersama. Melalui penelitian ini, penulis bermaksud untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana implementasi akad kerja sama yang diterapkan dalam bisnis *franchise* di Haurgeulis Punya Cerita ini dan bagaimana pandangannya dari segi hukum ekonomi syariah.

METODE

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif. Pengumpulan dan pengambilan data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder. Data primer diambil dengan cara melakukan dokumentasi dan wawancara secara langsung kepada nara sumber yang terkait dan bertanggung jawab langsung di *franchise* Janji Jiwa Haurgeulis Punya Cerita. Wawancara ini menggunakan metode bebas terpimpin yaitu metode yang digunakan untuk memudahkan cara penyampaian dan pemberian jawaban secara bebas dan terbuka sehingga dapat mudah dipahami serta data yang diperoleh adalah data yang sebenarnya. Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek yang diteliti seperti catatan buku, jurnal dan bukti temuan lapangan lainnya (Sidiq & Choiri, 2019).

Kemudian data tersebut dianalisis menggunakan analisis induktif dengan mengumpulkan, menyusun, mengklarifikasi dan menganalisa terkait implementasi akad musyarakah pada bisnis *franchise* Janji Jiwa di Haurgeulis dan dilihat dari segi hukum ekonomi syariahnya. Kemudian melakukan pengecekan keabsahan data dengan metode triangulasi yaitu membandingkan antara sumber, teori, dan metode pengumpulan data (wawancara dan dokumentasi) sehingga menghasilkan data yang konkrit.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Food Court "Haurgeulis Punya Cerita" berlokasi di daerah Kecamatan Haurgeulis Kabupaten Indramayu, Jawa Barat. *Food court* ini telah berdiri sejak tahun 2020 dan terus berkembang hingga saat ini. Berbeda dengan *food court* lain, uniknya di *Haurgeulis Punya Cerita* ini, selain menu makanan dan minuman yang disajikan, namun juga terdapat tempat-tempat wisata untuk pengunjung, seperti *stand/store* permainan anak-anak, dan juga tempat-tempat spot foto yang indah. Beberapa desain tempat yang menarik diantaranya yaitu seperti saung-saung, meja berpayung, dan taman angsa yang indah.

Bisnis makanan dan minuman merupakan salah satu bisnis yang terus berkembang di Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik tahun 2020 menyebutkan bahwa usaha penyedia makan minum (PMM) kini semakin berkembang bersamaan dengan perkembangan pariwisata, ditambah dengan banyaknya usaha kuliner yaitu sebanyak 11.223 usaha yang tersebar di Indonesia. Jumlah tersebut diantaranya, sebanyak 8.042 atau

(71,65%) adalah usaha berupa restoran atau rumah makan, kemudian 269 usaha (2,40 persen) berupa catering, dan 2.912 (5,95 persen) sisanya masuk kedalam kategori PMM lainnya. Oleh karena itulah, bisnis Penyedia Makan Minum (PMM) menjadi salah satu daya tarik bagi para pengusaha di bidang *food and beverage* (F&B) hingga saat ini (BPS, 2020).

Di *food court* Haurgeulis Punya Cerita memiliki beberapa *franchise* salah satu diantaranya yaitu Kopi Janji Jiwa yang sudah terkenal dan banyak menarik peminat kopi, khususnya remaja muda hingga dewasa. Bagi mereka yang menyukai tempat-tempat angkringan seperti cafe, resto, dan sejenisnya, bisnis *franchise* memang merupakan salah satu bisnis yang menjanjikan. Usaha *franchise* atau waralaba merupakan suatu kerjasama usaha antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dengan masa kontrak dan sistem yang telah ditentukan. Usaha yang dimana seorang pengusaha (*franchisee*) memiliki hak penjualan atas nama brand suatu perusahaan tertentu untuk meraih keuntungan.

Beberapa istilah di dalam melakukan bisnis *franchise* ini, yaitu *Franchise Fee* adalah suatu jumlah biaya yang telah dihitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima *franchise* pada saat persetujuan pemberian *franchise* disepakati untuk diberikan kepada pemberi *franchise* (Khafidin, 2021). Sedangkan, manajemen *fee* merupakan suatu biaya yang dikenakan atau yang wajib dibayarkan oleh *franchisee* kepada pihak *franchisor* atau Janji Jiwa pusat. Biaya manajemen *fee* sendiri dihitung dari seluruh sistem dan manajemen yang dipakai atau yang dipergunakan oleh *franchisee*, seperti *marketing plan* dan iklan. Sedangkan biaya operasional maka menyangkut sarana dan prasarana seperti aplikasi pembayaran “Kasir” dan aplikasi khusus “Mitra”, peralatan, serta hal-hal yang menyangkut alat pen-*support* kinerja bisnis.

Pembiayaan manajemen *fee* sendiri dibayarkan via online atau melalui aplikasi yang tertuju secara langsung kepada PT. Lunara Triboga. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Hadi “Dan untuk pembayaran manajemen *fee* nya itu di PT Luna Triboga. Jadi kalo bayar *fee* manajemen, operasional.. itu di PT Luna Triboga. Sedangkan untuk pembelian bahan baku itu di PT Luna Boga Narayan” (Hadi, 2023).

Sebagaimana dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba bahwa Logo Waralaba adalah tanda pengenal berupa simbol atau huruf yang digunakan sebagai identitas kantor pusat dan gerai/tempat usaha milik Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba (Permendag, 2019). Selain logo, ciri khas dan karakteristik Waralaba juga penting diketahui agar bisa membedakan antara bisnis waralaba dengan bisnis yang lain. Seperti *franchise* Kopi Janji Jiwa ini yang memiliki ciri khas tersendiri dengan minuman kopi lainnya. Ciri khas suatu usaha adalah yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas yang dimaksud, misalnya seperti sistem manajemennya, cara penjualannya, pelayanan atau penataannya, serta cara pendistribusiannya.

Dalam praktiknya, bagi setiap pebisnis atau pengusaha yang ingin membuka atau mendaftarkan bisnis *franchise* maka perlu ada beberapa hal yang perlu dipersiapkan menurut Acuan Proposal *Franchise* Janji Jiwa dan berikut tahapan-tahapannya yaitu:

1. Tempat atau lokasi yang strategis. Lokasi ini sangat berpengaruh dan sangat membantu apabila ingin membuka suatu usaha. Terutama dalam bisnis *franchise*, lokasi yang strategis adalah lokasi yang dimana banyak orang berlalu lalang, berkumpul, dan ramai. Seperti lokasi yang terdapat dipinggir jalan, ditengah kota, dekat dengan instansi-instansi lain, dan sebagainya. Hal ini sangat perlu diperhatikan, selain agar lebih mudah diketahui banyak orang, juga untuk menarik prospek keuntungan sebanyak mungkin dalam penjualan.
2. Kontrak perjanjian. Jika sudah mempunyai tempat, maka hal selanjutnya adalah menghubungi pihak *franchise* atau *franchisor* yang diminati. Perlu diperhatikan bagi calon *franchisee* untuk menyiapkan segala informasi-informasi terkait *franchise* yang ingin dilakukan nanti sebelum memulai kontrak perjanjian dengan pihak *franchisor*. Tujuannya, agar lebih memudahkan diri dalam bernegosiasi dan memahami konsep dalam kesepakatan kerjasama bisnis yang akan dilakukan.
3. *Payment* atau pembayaran. Hal ini dilakukan apabila masing-masing pihak sudah siap dan setuju dengan apa yang tertuang dalam perjanjian tersebut. Seperti halnya pembelian lisensi (brand/merek) *franchise* yang harus dibayarkan diawal, kemudian mengikuti manajemen *fee*, operasional dan lain-lain.
4. *Two weeks preparation*. Dalam *franchise* janji jiwa ini, ketika kontrak sudah deal dan pembayaran sudah terpenuhi, maka langkah selanjutnya adalah *preparation* atau persiapan yang hanya diberikan waktu sekitar dua minggu untuk dekorasi tempat, pelatihan, dan persiapan untuk *launching*.
5. Pengiriman bahan baku. Untuk proses pengiriman bahan baku ini biasanya membutuhkan waktu kurang lebih selama satu minggu.
6. *Training*. Program pelatihan untuk karyawan barista yang diberikan diawal sebelum pembukaan outlet resmi (*launching*).
7. *Opening day*.

Untuk biaya pembelian *franchise* Janji Jiwa ini memiliki beberapa pilihan paket termasuk hal apa saja yang termasuk dalam paket tersebut, seperti yang penulis ambil dari contoh Proposal Janji Jiwa berikut:

PAKET STANDARD	PAKET LENGKAP
Rp 70.000.000	Rp 85.000.000
+ Rp. 5.000.000 Refundable deposit dikembalikan setelah masa kontrak berakhir	+ Rp. 5.000.000 Refundable deposit dikembalikan setelah masa kontrak berakhir
Lisensi untuk menggunakan brand Janji Jiwa	Lisensi untuk menggunakan brand Janji Jiwa
Perlengkapan pembuatan produk	Perlengkapan pembuatan produk
Seragam Janji Jiwa	Seragam Janji Jiwa
Media Promosi (Menu, Design banner, Flyer)	Media Promosi (Menu, Design banner, Flyer)
Pelatihan dan SOP Book	Pelatihan dan SOP Book
Standard booth design oleh Kopi Janji Jiwa	Standard booth design oleh Kopi Janji Jiwa
Peralatan Hot Menu	Kulkas
	Freezer
	HP Android Kasir
	Alat Kebersihan
	Peralatan Hot Menu
*Tanpa kulkas, freezer, HP Android Kasir, Alat kebersihan. Franchisee boleh membeli sendiri sesuai spec dari pusat	*Tidak termasuk bahan baku
*Tidak termasuk bahan baku	

Gambar 1 Standar Pilihan Paket pada Proposal Franchise Janji Jiwa

Dalam perjanjian *franchise* terdapat beberapa pembiayaan dan administrasi yang perlu dipenuhi oleh *franchisee* kepada *franchisor*. Diantaranya yaitu modal awal untuk pembelian (brand) *franchise*, lalu ada manajemen *fee* atau skenario penjualan setiap satu bulan, dan pembiayaan operasional menyangkut bahan baku dan lain sebagainya. Untuk biaya pembelian *franchise* Janji Jiwa ini memiliki beberapa pilihan paket termasuk hal apa saja yang termasuk dalam paket tersebut, seperti yang penulis ambil dari contoh Proposal Janji Jiwa berikut:

Financial Projection			
Paket Kemitraan			Rp 357.500.000
Renovasi			Rp 100.000.000
Total			Rp 457.500.000
*Belum termasuk sewa lokasi			
Skenario Penjualan			
	Rendah	Sedang	Tinggi
Harga Rata-rata penjualan	35.000	35.000	35.000
Target penjualan	80	100	150
Total Penjualan harian	2.800.000	3.500.000	5.250.000
Total Penjualan 1 Bulan	84.000.000	105.000.000	157.500.000
Estimasi HPP (45%)	37.800.000	47.250.000	70.875.000
Gross Margin	46.200.000	57.750.000	86.625.000
Labor (4 org 3jt)	12.000.000	12.000.000	12.000.000
Listrik & PAM	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Marketing Coast	2.500.000	2.500.000	2.500.000
Internet	500.000	500.000	500.000
Lain - Lain	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Total Biaya Operasional	18.000.000	18.000.000	18.000.000
Profit Bersih	28.200.000	39.750.000	68.625.000
BEP	16	12	7
*Perhitungan diatas merupakan estimasi			
*Biaya renovasi ditanggung mitra			
*Belum termasuk biaya penyusutan/depresiasi			

Gambar 2 Contoh Perincian Biaya Kemitraan Kopi Janji Jiwa

MODAL AWAL

Paket Standard (Peralatan + Lisensi merk)	Rp 85.000.000
Estimasi Konstruksi Booth*	Rp 30.000.000
*Standard booth design oleh Kopi Janji Jiwa (Belum termasuk logo signage)	
Total Modal**	Rp 115.000.000
**Modal belum termasuk dengan deposit sewa tempat	

SKENARIO PENJUALAN (1 BULAN)

	RENDAH	SEDANG	TINGGI
Rata-Rata Penjualan Per Hari (Gelas)	70	100	150
Rata-Rata Nominal Transaksi Per Gelas	Rp 20.000	Rp 20.000	Rp 20.000
Jumlah Hari Dalam Sebulan (Hari)	30	30	30
Total Penjualan (1 Bulan)	Rp 42.000.000	Rp 60.000.000	Rp 90.000.000

BIAYA OPERASIONAL

Gaji Karyawan (3 Orang x Rp 2.500.000)	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000	Rp 7.500.000
Sewa Tempat (7,5 m ²)	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
Listrik	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Internet	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 150.000
Lain-lain	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
Jasa Perawatan Merk	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000	Rp 1.500.000
Total Biaya Operasional (1 Bulan)	Rp 17.150.000	Rp 17.150.000	Rp 17.150.000
	24%	36%	46%

Gambar 3 Contoh Perincian Biaya Kemitraan Kopi Dari Hati (2023) yang merupakan Penyempurna Janji Jiwa

Penulis mendapati bahwa ada perbedaan dari harga perhitungan modal awal franchise Kopi Janji Jiwa sebelumnya dengan harga kemitraan Kopi Dari Hati merupakan salah satu dari berbagai macam bentuk kontrak perjanjian dalam bisnis franchise. Namun, hal tersebut bisa dikarenakan adanya faktor jumlah peminat bisnis franchise maka nilai investasinya pun akan semakin naik seiring berkembangnya waktu. Dalam implementasinya, penulis menemukan bahwa setiap modal dan pembiayaan franchise di Janji Jiwa Haurgeulis juga mengacu pada beberapa contoh proposal tersebut yang menampilkan semua kebutuhan dan rincian biaya yang diperlukan ketika membangun dan menjalankan bisnis franchise tersebut. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Bapak Hadi selaku manajer dan kepala bagian kuliner bahwa kontrak perjanjian franchise adalah selama tiga tahun. Jika batas waktu kontrak sudah habis, maka franchisee boleh memperpanjang kontrak ataupun menyudahinya.

Bahan baku merupakan salah satu hal terpenting dalam produksi. Dalam ketentuan *franchise* sendiri, bahan baku haruslah sesuai dengan Standar Operasional (SOP) yang telah diberikan *franchisor* kepada *franchisee* untuk ditaati agar kualitas produk tetap terjaga dengan baik. Selain itu, karena diproduksi secara langsung ditempat atau disebut juga dengan *fress drink* maka dalam memproduksinya sangat perlu diperhatikan sesuai standar takaran, gramasi timbangan, bahan-bahan, topping serta juga tata cara dalam penataannya. Hal ini memang sangat penting demi menjaga kualitas mutu dan rasa yang sesuai. Oleh karena itu, *franchisee* harus membeli bahan baku produk hanya dari pusat atau pihak *franchisor* dan tidak diperbolehkan untuk membeli bahan baku di tempat lain sebagaimana yang sudah diperjanjikan di dalam kontrak. Jika dilihat secara seksama, maka hal ini juga

merupakan suatu ikatan kerjasama antara pihak *franchisee* yang bergantung kepada pihak *franchisor*.

Keuntungan dan Resiko Bisnis *Franchise*

Biasanya dalam konsep bisnis *franchise* terdapat yang namanya *roi point* dan BEP. Dimana *ROI Point* merupakan *Return on Investment* yang berarti perhitungan perkiraan balik modal atas modal usaha yang telah dikeluarkan di awal kontrak. Dalam hal ini, *franchisor* memberitahukan detail informasi perkiraan balik modal tersebut selama berapa lama waktu yang dibutuhkan kepada *franchisee* dalam menuai keuntungan. Ketika hasil penjualan sudah mencapai batas ROI atau bahkan bisa melebihi nilai tersebut, maka hal itu bisa dikatakan bahwa usaha atau bisnis tersebut sudah mengalami balik modal dan selebihnya adalah dihitung sebagai profit/keuntungan bagi *franchisee* sendiri.

Berbeda dengan BEP atau *Break Event Point* yaitu titik dimana angka penjualan bisnis telah berhasil menutupi segala biaya dan modal awal yang sudah diinvestasikan. BEP juga merupakan suatu tahap dimana pendapatan sama dengan biaya operasi. Dalam hal ini, saat mengalami kondisi seperti ini maka perusahaan tidak mendapat untung atau menderita kerugian.

Oleh karena itu, setiap keuntungan dan resiko dalam bisnis *franchise* Janji Jiwa di Haurgeulis adalah tanggung jawab *Owner* sebagai *franchisee*, pengelola atau pemimpin di setiap cabang *outlet* Janji Jiwa, yang dimana *franchisor* tidak ikut campur dalam hal pengelolannya. Dan dari hasil penelitian yang telah penulis teliti bahwa keuntungan yang didapat oleh *franchisee* merupakan hasil keuntungan dari setiap penjualan ketika *roi point* dan BEP sudah terpenuhi. Sedangkan untuk keuntungan bagi *franchisor* terletak pada pembelian bahan baku mitra. Sehingga semakin banyak penjualan *franchisee* maka semakin besar pula angka pembelian bahan baku kepada *franchisor*.

Di setiap perjalanan usaha atau bisnis, ada beberapa hal dan faktor masalah yang memang biasanya dapat terjadi, diantaranya seperti jumlah konsumen yang minim, pendapatan yang belum bisa memenuhi target atau kebutuhan operasional, terlalu banyak stok bahan baku yang hampir expired, kurangnya peralatan, adanya konflik internal karyawan dan hal lain sebagainya (Maliha, 2018). Berkenaan dengan apa yang sudah dikonsekuensikan dalam perjanjian, bahwa *franchisor* tidak ikut serta dalam pengaturan di outlet mitra namun hanya memberikan beberapa pelatihan di awal dan panduan SOP yang wajib dipatuhi dan dijalani dengan baik.

Dari beberapa alasan tersebut, jika dalam masa tiga tahun pertama sejak akad dilakukan, maka pihak *franchisee* berhak memutuskan untuk memilih melanjutkan atau menyudahi kerja sama tersebut. Dan beberapa persyaratan yang harus dilakukan ketika ingin memperpanjang atau mengakhiri kontrak, diantaranya yaitu sebagai berikut:

1. Cara dan konsekuensi perpanjangan kontrak
 - a. Mengurus administrasi dan pengajuan ulang proposal. Jika masa waktu kontrak sudah habis, *franchisee* harus memperbarui kontrak dan melakukan administrasi perpanjangan kontrak antara *franchisee* dan *franchisor*.

- b. Membayar 50% dari harga awal kontrak (investasi). Untuk biaya perpanjangan kontrak ini, maka pihak *franchisee* hanya perlu membayarkan setengah dari biaya modal awal secara keseluruhan. Hal ini merupakan suatu apresiasi yang diberikan oleh *franchisor* sebagai bentuk loyalitas.
 - c. Manajemen *fee* dan operasional tetap dibayar per bulan seperti biasa. Saat pembaruan masa kontrak, maka pembiayaan manajemen *fee* dan operasional tetap dilakukan dan tidak ada perubahan apapun.
2. Cara dan konsekuensi berakhirnya kontrak
- a. Mengurus administrasi dan pengajuan proposal pemutusan kontrak (saat masa kontrak sudah terpenuhi selama tiga tahun). Masa *franchising* khusus Kopi Janji Jiwa rentang waktunya adalah tiga tahun, dan apabila tidak ingin diperpanjang atau di akhiri maka *franchisee* tetap harus melakukan pengajuan proposal pemutusan kerja sama kepada *franchisor* dan melakukan administrasi yang diperlukan.
 - b. Mengembalikan SOP dan sistem kepada *Franchisor*. Jika kontrak berakhir dan *franchisee* melakukan pemutusan kontrak kerja sama, maka konsekuensi yang perlu dilakukan adalah mengembalikan sistem usaha (SOP) dan tidak diperbolehkan untuk menggunakannya kembali, karena sejatinya system tersebut merupakan aset milik pusat (*franchisor*) yang tidak boleh digunakan seenaknya.
 - c. Memutus kontrak berarti tidak diperkenankan lagi untuk memakai nama brand atau memproduksi produk dengan bahan baku dari pusat. Selain pengembalian system (SOP) maka konsekuensi selanjutnya adalah tidak diperbolehkan untuk tetap memakai brand nama franchise tersebut. Apalagi jika menyalahgunakan nama brand untuk kepentingan komersil individu. Konsekuensi ini dihadirkan dengan tujuan untuk melindungi dan menghormati Hak Kekayaan Intelektual (HKI) bagi *franchisor* atau pendiri awal bisnis tersebut.
 - d. Peralatan produksi menjadi milik *franchisee* sendiri. Tidak semua hal dikembalikan kepada *franchisor*, peralatan adalah suatu hak yang sudah didapatkan saat melakukan transaksi pembelian yang terhitung sebagai modal awal pertama kali, sehingga peralatan adalah bagian mutlak yang dibeli sendiri oleh *franchisee*.

Pada prinsipnya, *Franchise* dapat dilihat dari 2 (dua) aspek yaitu aspek yuridis dan aspek bisnis (Nasrullah, 2021). Dari aspek yuridis, *Franchise* dapat diartikan sebagai: "Perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan penjualan barang dan/atau jasa" (sebagaimana yang terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 1 angka 1). Sedangkan dalam aspek bisnis mengenai *Franchise* merupakan perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen.

Bagi hasil dalam bisnis franchise Janji Jiwa ini, menurut Pusat Informasi Franchise (PIF) adalah 70% *franchisee* dan 30% *franchisor*, perhitungan bagi hasil ini diambil dari setiap pendapatan kotor per bulan. Namun, seperti yang telah diungkapkan oleh Bapak Hadi bahwa di Janji Jiwa Haurgeulis ini tidak ada pembagian hasil antara *franchisee* dengan *franchisor*. Oleh karena itu, keuntungan yang didapatkan Janji Jiwa Haurgeulis merupakan 100% penjualan untuk *franchisee* saja (diluar manajemen fee dan operasional yang tetap dibayarkan perbulannya kepada *franchisor*). Sedangkan keuntungan yang didapat oleh *franchisor* atau pusat adalah dari pembelian nama merek dan bahan baku produk.

Ada perbedaan antara sistem franchise dengan sistem kemitraan murni. Menurut Pusat Franchise Indonesia (PFI) dalam sistem franchise Kopi Janji Jiwa kontraknya adalah 3 tahun sekali begitupun sama seperti sistem kemitraan Kopi Dari Hati. Namun ada beberapa perbedaan, diantaranya yaitu:

Sistem franchise: jika kontrak sudah habis dan ingin memperpanjang kembali maka *franchisee* harus membayar biaya *franchise fee*-nya sebesar 50% dari kontrak awal (sebagaimana Janji Jiwa Haurgeulis yang baru saja memperbaharui kontraknya pada Agustus 2023), kemudian ada bagi hasilnya yaitu 70-30 (namun di Kopi Janji Jiwa tidak ada sistem pembagian seperti ini), dan untuk bahan baku (bersifat mengikat) wajib menyuplay hanya dari pusat, tidak diperbolehkan menjual menu lain di outlet selain produk *franchise* tersebut.

Sistem kemitraan: jika kontrak berakhir maka hanya perlu perpanjangan MoU dan pembayaran administrasi pembelian nama sebesar Rp 2.500.000,- saja, tidak ada bagi hasil dan 100% keuntungan untuk *franchisee*, bahan baku diperbolehkan membeli diluar namun tetap menyesuaikan standar SOP, boleh menambahkan atau mengkreasikan menu sendiri untuk mendukung pemasukan omzet.

Bisnis Franchise Kopi Janji Jiwa di Food Court Haurgeulis Punya Cerita dalam Sudut Pandang Hukum Ekonomi Syariah

Usaha bisnis *franchise* merupakan usaha dimana seorang *franchisor* (pemilik perusahaan) menjual nama brand produknya kepada *franchisee* (penerima/pembeli *franchise*) dengan cara membeli lisensi beserta perlengkapan dan bahan-bahan dalam satu paket yang sudah disediakan oleh *franchisor*, kemudian hal itu dibarengi dengan kontrak perjanjian bisnis yang dilakukan oleh keduanya. Didalam kontrak kerja sama ini, antara lain berisi penentuan nilai harga *franchise*, harga jual produk, besaran *fee* manajemen, *royalty fee* (namun untuk Janji Jiwa ini tidak ada *royalty fee*), operasional dan semua sistem SOP yang perlu dijalankan dengan baik oleh mitra demi kenyamanan, transparansi serta menjaga kualitas produk dan nama baik perusahaan.

Sistem ini merupakan objek akad yang dapat digunakan dalam akad *musyarakah* seperti pada *syirkah uqud al-'Inan*. Menurut Alexander Hery dalam Bukunya Akuntansi Syariah, jenis akad *musyarakah* yaitu *Syirkah al-uqud* adalah *syirkah* kemitraan yang tercipta melalui kesepakatan antara dua orang atau lebih untuk bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu. Setiap mitra dapat berkontribusi dengan modal atau dana, dan/atau dengan bekerja,

serta berbagi keuntungan dan kerugian. Syirkah jenis ini dapat dianggap sebagai kemitraan yang sesungguhnya, karena para pihak yang terlibat secara sukarela berkeinginan untuk membuat suatu kerja sama investasi dengan berbagi keuntungan maupun resiko. Sedangkan syirka al-inan merupakan bentuk kerjasama dimana kedudukan dan komposisi pihak-pihak yang terlibat tidak sama, baik dalam hal modal maupun pekerjaan. Tanggung jawab para mitra saling berbeda satu sama lain dalam pengelolaan usaha. Setiap mitra bertindak sebagai kuasa atau agen dari kemitraan yang terbentuk, tetapi bukan merupakan penjamin bagi mitra lainnya.

Dalam *syirkah 'inan* ini, disyaratkan modalnya harus berupa uang (*nuqud*), sedangkan barang (*urudh*) misalnya rumah atau mobil, tidak boleh dijadikan modal syirkah, kecuali jika barang itu dihitung nilainya (*qimah al-'urudh*) pada saat akad (Hidayatullah, 2019). Sebagaimana dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI NO: 08/DSN-MUI/IV/2000 Tentang Pembiayaan Musyarakah bahwa objek akad terkait modal yang diberikan harus berupa uang tunai, emas, perak atau yang nilainya sama. Modal juga dapat terdiri dari aset perdagangan, seperti barang-barang, properti, dan sebagainya. Jika modal berbentuk aset, maka harus terlebih dahulu dinilai dengan tunai dan disepakati oleh para mitra (DSN-MUI, 2000).

Sebagaimana objek akad yang terjadi antara *franchisee* dengan *franchisor*, masing-masing pihak memberikan modal yang berbeda bentuk diantaranya modal *franchisee* yang berbentuk uang atau dana, kemudian pihak *franchisor* yang memberikan kontribusi modal aset seperti lisensi dan sistem waralaba yang merupakan sebuah hak paten atau hak kekayaan intelektual yang dinilai terlebih dahulu dalam bentuk tunai.

Sebagaimana menurut Gunawan yang dikutip oleh (Slamet, 2011) dalam jurnalnya yang berjudul Waralaba (*franchise*) di Indonesia, mitra usaha atau penerima *Franchise* diberikan hak untuk memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual dari pengusaha *Franchisor*, baik dalam penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi maupun rahasia dagang dan sebaliknya, pengusaha *Franchisor* memperoleh royalti atas penggunaan Hak Atas Kekayaan Intelektual mereka. Waralaba ini, mengandalkan kepada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralabanya melalui tata cara, proses serta sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha *franchisor* sebagai kontribusi bantuan dalam hal pelatihan karyawan dan tata cara menjalani bisnis usaha sesuai SOP (*standard operasional procedur*). Sehingga masing-masing pihak memiliki tugas dan tanggung jawabnya sendiri namun dengan tujuan yang sama yaitu untuk mengembangkan bisnis usaha dan mendapatkan keuntungan bersama.

KESIMPULAN

Bisnis *franchise* atau waralaba merupakan salah satu bisnis kerja sama yang dilakukan antara dua pihak, yaitu penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*). Bentuk atau model *franchise* di Indonesia memang berbeda-beda, salah satunya seperti *franchise* Kopi Janji Jiwa yang sudah terkenal oleh masyarakat di Indonesia. Dalam

implementasinya, bisnis *franchise* ini bisa memakai akad muamalah dalam hukum Islam yaitu akad musyarakah. Dalam hal ini, *franchisor* Janji Jiwa memberikan kontribusi modal berupa aset yaitu lisensi nama merek, logo, desain, maupun sistemnya yang merupakan hak kekayaan intelektual yang dapat digunakan oleh mitra untuk kepentingan usaha. Begitupun sebaliknya, bagi *franchisee* atau penerima waralaba memberikan modal dalam bentuk dana tunai sebagai kontrak kerja sama yang berlaku hingga waktu tertentu (selama tiga tahun).

Menurut hukum ekonomi syariah dalam bermuamalah, maka akad kerja sama dalam bisnis *franchise* ini merupakan bentuk syirkah *uqud al-inan* yang dimana para pihak saling sukarela melakukan kerja sama bisnis dengan berkontribusi modal dan tanggung jawab yang berbeda oleh masing-masing pihak, namun memiliki tujuan yang sama yaitu untuk mengembangkan bisnis usaha dan meraih keuntungan bersama.

Bisnis franchise Kopi Janji Jiwa di Food Court Haurgeulis telah dipandang memenuhi hukum ekonomi syariah dalam beberapa aspek. Transaksi bisnis telah memenuhi unsur-unsur pada akad musyarakah. Kedua belah pihak (*franchisor* dan *franchisee*) berbagi keuntungan dan kerugian. Dalam hal permodalan, prinsip syariah mengharuskan modal berupa uang tunai, emas, atau perak, yang sesuai dengan yang terjadi dalam bisnis tersebut yaitu telah disepakati berupa uang tunai. Terdapat kesepakatan kontrak yang mengatur berbagai aspek bisnis, termasuk harga, *fee* manajemen, dan hak penggunaan merek dagang, yang disusun sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.

DAFTAR RUJUKAN

- BPS. (2020). Statistik Penyedia Makan Minum. Badan Pusat Statistik Indonesia. Diakses pada <https://www.bps.go.id>
- DSN-MUI. (2000). Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia: Musyarakah. Diakses pada <https://dsnmu.or.id/?s=musyarakah>
- Hidayatullah. (2019). *FIQH*. Banjarmasin: Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad AlBanjari Banjarmasin.
- Ilham, R. Hadi Rahmat. (2023). Wawancara Bisnis Franchise Kopi Janji Jiwa “Haurgeulis Punya Cerita”, sebagai Kepala Bagian Kuliner. Pada 03 Agustus 2023 di Subang.
- Khafidin, M. Z. (2021). *Implementasi Franchise Fee Dan Royalty Fee Pada Franchise Corner Kebab Pusat Pamulang Menurut Fatwa No. 1/Munas VII/MUI/5/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)*. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatulllah.
- Nasrullah. (2021). Royalty Penggunaan Merek dalam Sistem Franchise di Indonesia menurut Hukum Islam. *Banjarmasin: Al-'Adl: Jurnal Hukum* 13(2).
- Maliha, A. (2018). *Pengaruh Modal, Tenaga Kerja, Dan Bahan Baku Terhadap Tingkat Pendapatan Industri Kue Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus di Home Industri Mitra Cake Legundi Sukarame Bandar Lampung)* (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Mufidah, Nur Lailatul. (2012). Pola Konsumsi Masyarakat Perkotaan: Studi Deskriptif Pemanfaatan Foodcourt oleh Keluarga. *Jurnal Biokultur* 2 (2012): 157-178.

- Permendag. (2019). Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Jakarta: Menteri Perdagangan Republik Indonesia. Diakses pada <https://peraturan.bpk.go.id/Details/128632/permendag-no-71-tahun-2019>
- Rachmayani, Irma; Iswandi, I & Fitri, AA. (2022). Pelaksanaan Bisnis Waralaba Produk Dan Merek Dagang Menurut Perspektif Hukum Islam (Studi Kasus di Outlet Donat Bakar Cabang Haurgeulis. *Jurnal Hukum dan HAM Wara Sain* 1(2)
- Sidiq, Umar & Choiri, Moh. Miftachul. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. Ponorogo: CV. Nata Karya.
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (Franchise) di Indonesia. *Jakarta: Lex Journalica* 8 (2).
- Syahid, Ahmad & Mashuri, Saepudin. (2023). Moderasi Beragama pada Masyarakat Multietnik dan Transmigrasi. Malang: PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.