

* ¹Matnin, ² Qaiyim Asy'Ari

^{1,2}Institut Agama Islam Al Khairat Pamekasan

¹fatih.matnin@gmail.com

²qaiyim@alkhairat.ac.id

ABSTRAK

Salah satu bisnis yang muncul di abadke-21 ini dianggap potensial untuk bersaing di dunia bisnis modern hari ini. Tidak hanya profit yang menjanjikan akan tetapi perkembangannya yang semakin pesat membuat para pengusaha banyak melirik bisnis ini sebagai sebuah ladang baru untuk mengembangkan usahanya. Regulasi *Waralaba* di Indonesia di mulai pada tanggal 18, juni,1997, yaitu dengan dikeluarkannya peraturan pemerintah (PP) RI No. 16 tahun 1997 tentang *Waralaba*. Fakta yang tidak bisa terbantahkan adalah bahwa perkembangan bisnis *Waralaba* di Indonesia sebagai sebuah ladang bisnis baru sangat pesat. Dalam kasus ini banyak dari kalangan masyarakat yang masih skeptis terhadap kepastian hukum yang berlaku bagi *Waralaba*, terlebih jika ditarik pada suatu konteks dalam fiqh muamalah

Kata kunci: Bisnis *Waralaba*, Regulasi, Masyarakat, *Fikih Mua'malah*

ABSTRACT

One of the businesses that emerged in the 21st century is considered to have the potential to compete in today's modern business world. Not only is the profit promising, but its development is increasingly making entrepreneurs look more at this business as a new tool for developing their business. Regulation on franchising in Indonesia began on June 18, 1997, namely the issuance of Government Regulation (PP) RI No. 16 of 1997 concerning franchising. An indisputable fact is the development of franchise business in Indonesia as a very rapid development of new business. In this case many people are still skeptical of the legal certainty that applies to franchising, before if taken on context in fiqh muamalah

Keywords: *Franchise Business, Regulations, Society, Muamalah Fiqh*

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya bisnis di era modern menuntut para pengusaha untuk semakin melakukan berbagai macam inovasi terhadap produk yang dikembangkan. Tidak hanya mengembangkan suatu produk usaha, melainkan para pengusaha juga dituntut untuk menemukan ide bisnis terbaru yang dapat bersaing secara kompetitif di dunia wirausaha modern. Salah satunya *Waralaba* atau yang lebih populer dengan nama (*franchise*).

Salah satu bisnis yang muncul di abadke-21 ini dianggap potensial untuk bersaing di dunia bisnis modern hari ini. Tidak hanya profit yang menjanjikan akan tetapi perkembangannya yang semakin pesat membuat para pengusaha banyak melirik bisnis ini sebagai sebuah ladang baru untuk mengembangkan usahanya.

Regulasi *Waralaba* di Indonesia di mulai pada tanggal 18, juni,1997, yaitu dengan dikeluarkannya peraturan pemerintah (PP) RI No. 16 tahun 1997 tentang *Waralaba*. Peraturan pemerintah ini telah dicabut dan diganti dengan PP No. 42 tahun 2007. Selanjutnya ketentuan-

ketentuan yang lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis *Waralaba* adalah sebagai berikut:¹

1. Keputusan menteri perindustrian dan perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang penyelenggaraan *Waralaba*.
2. Peraturan menteri perindustrian dan perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang ketentuan tata cara pelaksanaan usaha *Waralaba*.
3. Undang-undang No. 14 tahun 2001 tentang paten.
4. Undang-undang No. 15 tahun 2001 tentang merek.
5. Undang-undang No. 30 tahun 2000 tentang rahasia dagang.

Waralaba saat ini lebih didominasi oleh *Waralaba* rumah makan siap saji. Kecenderungan ini di mulai pada tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka restoran cepat sajinnya, pada tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerjasama dengan regionalde sprague untuk memonopoli usaha restoran modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.²

Dalam Hafid Abdurrahman, ia menjelaskan tentang perkembangan bisnis *Waralaba*, bahwa menurutnya, “perkembangannya sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal dengan *Waralaba* sebagai format bisnis (*businees format*) atau sering disebut sebagai *Waralaba* generasi ke dua. Perkembangan sistem *Waralaba* yang demikian pesat terutama di negara asalnya Amerika serikat (AS), menyebabkan *Waralaba* digemari sebagai suatu sistem bisnis di berbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS. Begitupun perkembangan bisnis ini di indonesia khususnya dibidang rumah makan atau makanan cepat saji sangat pesat.³

Ada beberapa jenis kategori *Waralaba* yang sedang berkembang saat ini seperti, *franchise* dalam bentuk makanan (dunkin donut, Mc donald, KFC). Sedangkan *franchise* yang bergerak dalam pendidikan salah satunya adalah primagama dan masih banyak lagi *franchise* yang berkembang di Indonesia saat ini.⁴

Dengan demikian *Waralaba* adalah salah satu bentuk model bisnis kontemporer yang berbasis kemitraan. Dalam Islam bentuk bisnis yang berbasis kemitraan (*join parthner*) disebut syirkah atau perserikatan, percampuran, dan kemitraan.⁵ Terdapat lima macam syirkah dalam Islam,⁶yaitu: *syirkahinan*, *syirkahabdan*, *syirkah mudharabah*, *syirkah wujuh* dan *syirkah mufawhadah*.⁶ meskipun banyak persepektif tentang definisi permodalan dalam Islam ataupun

¹ [Http://www.smfranchise.com/legalwaralaba.html](http://www.smfranchise.com/legalwaralaba.html), (26-02-2018)

² Hafid Abdurrahman & Yahya Abdurrahman, *Bisnis dan Muamalah Kontemporer*(Bogor: Al-azhar Fresh Zone, 2013), 175.

³ Ibid.,175

⁴ Primagama adalah usaha jasa pendidikan luar sekolah yang bergerak dibidang bimbingan belajar, didirikan tahun 1982, tepatnya pada tanggal 10 Maret 1982 di Yogyakarta. Program Bimbingan Belajar Primagama memiliki pasar sangat luas (siswa 3,4,5,6 SD – 7,8,9 SMP, dan 10,11,12 SMA IPA/IPS) dengan target pendidikan adalah meningkatkan prestasi akademik di sekolah, Ujian Akhir Sekolah, Ujian Nasional , dan Sukses Ujian Masuk Perguruan Tinggi Negeri/Favorit serta sekolah kedinasan (bagi SMA/SMK). Lihat, <https://www.primagama.co.id/Registration/index> (12 Januari 2020).

⁵ Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtashid*, edisi indonesia(Jakarta:Pustaka Amani, 2007), 143.

⁶ ibid

bentuk-bentuk *syirkah* baik dari penjabaran fiqh klasik ataupun kontemporer. Akan tetapi pada dasarnya terjadi perbedaan mendasar antara uang dan modal dalam Islam. Dalil yang secara umum mewakili keseluruhan sebagai manusia dalam berbisnis yaitu: Berdasarkan al-Qur'an Qs. Shath: 24

وإن كثيرا من الخطاء ليبلغى بعضهم على بعض إل الذين آمنوا و عملوا الصالحات و قليل ما هم

”dan sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang yang bersyarikat itu sebagian dari mereka berbuat *zhallim* kepada sebagian lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal shalih, dan amat sedikitlah mereka ini”⁷

Dalil ini juga diperkuat oleh beberapa kaidah fiqh diantaranya: “Bahwasannya Nabi *shallallahu ‘alaihi wa sallam* melarang jual-beli yang bersifat untung-untungan (*gharar*).” (HR. Muslim)⁸

Dalil di atas menjelaskan tentang bagaimana cara kita berbisnis dan larangan berbuat dzalim dalam menjalankan suatu bisnis. Secara umum dalil tersebut juga menjelaskan bolehnya kita melakukan bisnis dengan mematuhi tuntunan agama dan sebagai manusia termasuk dalam bisnis *franchise*.

Dengan masuknya *Waralaba franchise* tersebut jelas memperkuat sektor bisnis riil yang ada di kota Pamekasan akan tetapi fakta persaingan yang semakin ketat menuntut para pebisnis *Waralaba* untuk bisa melakukan sebuah variasi produk terhadap bisnis yang dijalankannya.

Akan tetapi Fakta yang tidak bisa terbantahkan adalah bahwa perkembangan bisnis *Waralaba* di Indonesia sebagai sebuah ladang bisnis baru sangat pesat. Dalam kasus ini banyak dari kalangan masyarakat yang masih skeptis terhadap kepastian hukum yang berlaku bagi *Waralaba*, terlebih jika ditarik pada suatu konteks dalam fiqh muamalah, karena pembahasannya yang kompleks dan menyentuh segala aspek kehidupan, dalam konteks fiqh Islam tidak hanya perhitungan keuntungan semata akan tetapi dimensi akhirat juga menjadi aspek yang sangat penting dalam sebuah kajian bagaimana hukum Islam berlaku dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan penelitian awal (sementara) tentang bisnis *Waralaba* peneliti menemukan beberapa poin terkait penerapan dan sistem hak yang terjadi di *Waralaba*. *Pertama*: pemberian kuasa (*Wakalah*)⁹ dari *franchisor* kepada *franchise* yakni HAKI (hak kekayaan intelektual) berupa merk dan logo dalam bentuk MOU yang tertanda tangani oleh kedua belah pihak.

Dalam pemerian kuasa dari pihak *franshisor* ke pihak *frenchise*, terdapat pemanfaatan HAKI (logo, merk, serta reputasi nama baik) yang kemudian selanjutnya disebut sewa guna (*ijarah*)¹⁰ selama 5 tahun dan selama itu pula pihak penerima *Waralaba* boleh memanfaatkan segala

⁷ Al-Qur'an Terjemah (Shatd:24), 134.

⁸ <http://shop.pengusahamuslim.com> (09-07-2019)

⁹ Secara bahasa wakalah bermakna *alta fwidh* yang berarti penyerahan, pendelegasian, pemberian mandat. Sedangkan secara istilah, wakalah berarti suatu perjanjian dimana seseorang mendelegasikan atau menyerahkan suatu wewenang (kekuasaan) kepada orang lain untuk menyelenggarakan suatu urusan, dan orang lain tersebut menerima dan melaksanakannya untuk dana atas nama pemberi kuasa. Selanjutnya, sumber hukum wakalah ada tiga yaitu: Al Quran dalam surat Al Kahfi ayat 19, An Nisa' ayat 35; Hadits Nabi (Malik Nomor 678 Kitab Al Muwathth bab Haji); dan juga ijma' (pendapat para ulama). Lihat, Haryo Normala Meilano, Burhanudin Harahap, “Implementasi Akad Wakalah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank Negara Indonesia (Bni) Syariah Cabang Surakarta”, *Masalah - Masalah Hukum*, Jilid 47 No. 2, (April 2018), 128-137.

¹⁰ Al-Ijarah (ijarah) berasal dari kata al-ajru yang arti menurut bahasanya ialah al-‘iwadh yang arti dalam bahasa Indonesiannya ialah ganti dan upah. Ijarah dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “leasing”. Ijarah (leasing) didefinisikan sebagai “a lease contract as well as a hire contract, (Al-Harran, 1996). Al-ijarah (ijarah) yang disebut juga *lease contract* dan *hire contract*. ia berasal dari bahasa Arab al-ajr dan merupakan turunan dari kata kerja ajara,

kekayaan baik logo atau produk yang dimiliki oleh pemberi *Waralaba*. Kedua, adanya pemanfaatan HAKI (hak kekayaan intelektual) oleh *franchise* berupa sebuah nama, logo, produk perusahaan, dll. Maka *franchise* berhak menjual produk tersebut, dan pada gilirannya ia mendapatkan *trusting people* (konsumen) atas penggunaan produk korporasi (*franchisor*). Dengan demikian, *trusting people* (konsumen) atas penjualan produk tersebut, merupakan bentuk kontribusi *franchisor* yakni adanya penggabungan modal dalam bentuk merk, serta nama baik perusahaan (*franchisor*). Penggabungan modal dalam konteks fiqh disebut akad *syirkah* (kemitraan).¹¹

Berdasarkan realitas bisnis *Waralaba* atas penggabungan modal baik modal kapital dan modal sosial (merk, logo, reputasi perusahaan), sebagaimana peneliti ungkap di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti bisnis *Waralaba* dalam pendekatan *hybrid kontrak*. Dengan demikian, ini membutuhkan analisis yang mendalam terkait bagaimana suatu proses akad dilaksanakan dan bagaimana dalam tinjauan hukum Islam dalam bisnis *Waralaba*.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis penelitian Jenis penelitian ini adalah penelitian library research yang menjelaskan segala data dari berbagai sudut pandang tentang bisnis *Waralaba* yang kemudian dikorelasikan prinsip-prinsipnya dengan syariat Islam menurut pandangan beberapa ulama.

Penulis dalam penelitian ini menyajikan pendapat dan pandangan para pakar dan para ulama fiqh berkenaan bisnis *Waralaba* bidang *franchise* dengan pendekatan Hybrid Kontrak, apakah sejalan dengan semangat ajaran syariat atau bertentangan dengannya. Pandangan dan pendapat para pakar dan ulama Islam itu penulis ambil dari sumber-sumber yang *muktabar* yaitu pada referensi buku, kitab dan jurnal dan sebagainya yang dapat memberikan gambaran secara utuh bagaimana bisnis *Waralaba* (*franchise*) dengan pendekatan Hybrid Kontrak.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep *Waralaba* Dalam Bisnis

Menurut Blake & Associates, kata *franchise* berasal dari bahasa Perancis kuno yang berarti bebas. Pada abad pertengahan *franchise* diartikan sebagai hak utama atau kebebasan. *franchise* adalah kegiatan pemberian lisensi dari pemegang usaha (*franchisor*) kepada pembeli merek usaha (*franchisee*) untuk berusaha dibawah nama dagang *franchisor* berdasarkan kontrak dan pembayaran royalti. European Code of Ethics for Franchising memberikan definisi *franchise* sebagai berikut (European Code of Ethics for Franchising): “*Franchise* adalah sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi, yang didasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara pelaku-pelaku independent (maksudnya *franchisor* dan individual *franchisee*) dan terpisah baik secara legal (hukum) dan keuangan, dimana *franchisor* memberikan hak pada individual *franchisee*, dan

serta termasuk *masdar al-simâ'i*. Secara bahasa ia berarti *al-tsawâb* (ganjaran), *al-jazâ' al-hasan* (balasan atas kebaikan), *al-jazâ' alâ al-'amal* (balasan atas perbuatan), dan *al-iwadh* (pergantian). Secara istilah, Ijarah adalah upah sewa (*ujrah*) yang diberikan kepada seseorang yang telah mengerjakan suatu pekerjaan sebagai balasan atau imbalan atas pekerjaannya. Lihat, Miko Polindi, Filosofi Dan Perwujudan Prinsip Tauhidullah, Dan Al-'Adâlah, Dalam Ijarah, Dan Ijarah Muntahia Bi-Tamlik (Imbt), Jurnal Ekonomi dan Bisnis ISSN 2549-4988 (p) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (12 Januari 2020), 3.

¹¹ *Syirkah* adalah suatu akad kerja sama antara dua orang atau lebih untuk suatu usaha tertentu di mana masing-masing pihak memberikan kontribusi dana (atau amal) dengan kesepakatan bahwa keuntungan dan kerugian akan ditanggung bersama sesuai dengan kesepakatan. Lihat, Itang Itang, “*Syirkah Menurut Hukum Ekonomi Islam*,” *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA* (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel) 2, no. 1 (November 15, 2016), <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/article/view/936>.

membebaskan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari franchisor” *Waralaba* atau franchise adalah hubungan kemitraan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.

Implementasi Waralaba Dalam Tinjauan Hukum Bisnis Islam

Dalam *Waralaba* ada dua pihak yang terlibat dalam kerjasama yakni franchisor, di mana pihak ini memberikan kuasa berupa sebuah modal Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Sementara pihak kedua adalah franchise, di mana pihak ini sebagai penerima kuasa berupa Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Bisnis *Waralaba* ini adalah sebuah perjanjian kerjasama mengenai pengelolaan usaha bersama di mana pihak franchisee melakukan pendistribusian barang dan/atau jasa kepada konsumen dimana salah satu pihak *Waralaba* (franchisor) memberikan lisensi kepada pihak lain *Waralaba* (franchisee) untuk melakukan pendistribusian barang dan/atau jasa di bawah nama identitas atau merk franchisor dalam wilayah tertentu.

Kata syirkah dalam bahasa arab berasal dari kata syarika (fi’il madhi), yasyraku (fi’il mudhari’), syarikan/syirkatan (masdar), artinya menjadi menjadi sekutu atau serikat, adapun menurut makna syariah syirkah adalah suatu akad antara dua pihak atau lebih, yang bersepakat untuk melakukan suatu unsur dengan tujuan memperoleh keuntungan. Adapun macam-macam syirkah adalah sebagai berikut:

1. Syirkah Inan adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memberikan kontribusi kerja dan modal
2. Syirkah Abdhan adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memberikan kontribusi kerja, tanpa kontribusi modal.
3. Syirkah Mudharabah adalah syirkah antara dua pihak atau lebih dengan ketentuan, satu pihak memberikan kontribusi kerja, sedangkan pihak lain memberikan kontribusi modal.
4. Syirkah Wujuh adalah syirkah antara dua pihak atau lebih yang sama-sama memberikan kontribusi kerja dan pihak ketiga memberikan kontribusi modal.
5. Syirkah Mufawadhah adalah syirkah antara dua pihak atau lebih untuk menggabungkan semua jenis syirkah di atas (syirkah inan, abdan, wujuh, mudharabah, dan mufawadhah).

Waralaba Dalam Tinjauan Hybrid Contract

Istilah hybrid contract dalam istilah fiqh Islam sudah sangat populer yang dalam istilahnya disebut al-uqud al-murakkabah. Banyak ulama-ulama yang telah menjelaskan tentang konsep Hybrid contract salah satunya adalah al-imrani dalam kitabnya (al-ukud al- maliyah al-murakkabah). Kajian ini termasuk dalam konteks muamalah kontemporer.

Adapun definisi hybrid contract menurut istilah fiqh, kata hybrid contract merupakan terjemahan dari kata arab yaitu al-uqud al-murakkabah yang berarti akad ganda (rangkap), akad yang bergabung, akad yang berhimpun, akad yang berkombinasi. Al-uqud al- murakkabah terdiri dari dua kata. Al-uqud (bentuk jamak dari aqd) dan al-murakkabah. Kata aqd secara etimologi artinya ikatan, mengokohkan, meratifikasi dan mengadakan perjanjian. Menurut Wahbahaz-zuhaili, aqd adalah: pertalian atau perikatan antara ijab dan qabul sesuai dengan kehendak syari’ah yang menetapkan adanya akibat hukum pada objek perikatan.

Hak Cipta, Hak Merek Dan Waralaba

Istilah hak cipta diusulkan pertama kalinya oleh prof. St. Moh. Syah, S.H. Pada kongres
ISSN: 2686-5637 // e-ISSN: 2807-9051

kebudayaan di Bandung tahun 1951 (yang kemudian diterima oleh kongres tersebut sebagai pengganti istilah hak pengarang yang dianggap kurang luas cakupannya pengertiannya. Istilah hak pengarang itu sendiri merupakan terjemahan dan istilah bahasa belanda Auteurs Rechts.

Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya hak cipta adalah suatu hak sebagai bahan pembanding dalam pengertian hak cipta, terdapat pengertian lain yaitu pengertian hak cipta menurut Auteurswet 1912 dan universal Copyright Convention. Menurut Auteurswet 1912 pasal 1 nya menyebutkan, “hak cipta adalah hak tunggal dari pada pencipta, atau hak dari yang mendapat hak tersebut, atas hasil ciptaanya dalam lapangan kesustaraan, pengetahuan, dan kesenian, untuk mengumumkan dan memperbanyak dengan mengingat pembatasan- pembatasan yang ditentukan oleh undang-undang. Dari pengertian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwasanya hak cipta adalah suatu hak penuh yang dimiliki oleh pencipta untuk melakukan atau tidak melakukan dalam mempublikasikan ciptaannya. Sehingga secara otomatis sipencipta memperoleh perlindungan hukum perundang-undangan hak cipta, sekalipun tanpa melakukan pendaftaran terlebih dahulu. Otomatisasi inilah sekaligus yang membedakan antara hak paten dan hak merek.

Merek adalah tanda yang digunakan untuk barang atau jasa yang diperdagangkan. Merek dapat berupa huruf, kata, angka, gambar, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut termasuk garis dan warna. Sebagai tanda pembeda, merek dapat berbentuk sederhana, akan tetapi ada kalanya merek dapat diciptakan dengan nilai yang kreatif yang tinggi, bahkan ada juga yang berupa kata ciptaan yang sangat inovatif.

Sedangkan menurut pasal 1 undang-undang republik indonesia nomor 15 tahun 2001. merek adalah tanda berupa gambar, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa. Dari beberapa pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan pengertian bahwa merek adalah suatu tanda (sign) untuk membedakan barang-barang yang sejenis yang dihasilkan atau diperdagangkan oleh seseorang atau kelompok orang atau badan hukum dengan barang yang sejenis yang dihasilkan oleh orang lain.

Sementara, *Waralaba* (franchising) Menurut Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) *Waralaba* adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (franchisor) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merk, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang sudah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Franchising dalam bahasa inggris; franchise, dalam bahasa perancis; mempunyai makna kejujuran atau kebebasan adalah hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan dalam bahasa indonesia dikenal dengan *Waralaba*.

Sedangkan menurut versi pemerintah indonesia yang dituangkan dalam peraturan pemerintah nomor 16 tahun 1997 yang dimaksud dengan *Waralaba* adalah perikatan, dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak dari kekayaan intelektual (HAKI), atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan jasa.

Fungsi Hak Cipta Dan Hak Merek

Fungsi-fungsi hak cipta sebagaimana telah dijelaskan dalam pasal 1 ayat 1, telah dijelaskan bahwa, “hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau

memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku”. Tegas-tegas dinyatakan adanya hak eksklusif yang dimiliki pencipta. Dialah satu- satunya pemilik hasil ciptaannya. Oleh karenanya, terdapat dua unsur. Pertama, hak yang dapat dipindahkan, dialihkan kepada pihak lain. Kedua, hak moral yang biar bagaimanapun, dengan jalan apapun tidak dapat ditinggalkan dari padanya (mengumumkan karyanya, menetapkan judulnya dan mempertahankan keutuhannya).

Tujuan pengalihan hak itu ialah mengumumkan dan memperbanyak hasil ciptaan itu. Mengumumkan mengandung juga pertunjukan. Apabila dijalankan dua kali atau lebih, dapat juga dikatakan memperbanyak. Lazimnya yang dimaksud dengan memperbanyak ialah menerbitkan karya itu dalam bentuk buku, brosur, atau pamflet. pikiran dan isi hati nurani, ide, dituangkan dalam bentuk tertentu. Yang dilindungi oleh undang-undang dan hukum ialah bentuk itu.

Sementara fungsi dari hak merek itu sendiri adalah sebagaimana yang dijelaskan dalam pasal 3 undang-undang tersebut dikatakan sebagai hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar umum merek atau jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberi idzin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk menggunakannya.

Dengan demikian sebagai hak eksklusif merek merupakan hak seseorang atau kelompok orang atau badan yang tidak boleh dikuasai orang lain untuk menggunakannya. Jika pihak lain ingin memilikinya, maka ia harus seidzin pemiliknya sesuai peraturan perundangan yang berlaku. Praktik seperti ini nampaknya sama dengan apa yang berlaku pada hak atas kekayaan intelektual yang lain.

KESIMPULAN

Pada bagian ini peneliti memberikan kesimpulan sesuai dengan penelitian yang dilakukan dan dilaksanakan oleh peneliti. Seperti yang dijelaskan dibawah ini:

Hybrid contract dalam praktik *Waralaba* paling tidak mengandung tiga akad antara lain sebagai berikut:

Pertama, akad syirkah inan, yakni terjadinya kemitraan dalam *Waralaba* ini karena di antara dua pihak atau lebih yang masing-masing memberikan kontribusi kerja dan modal. Kontribusi kerja yang dimaksudkan dalam konteks bisnis ini adalah penggabungan modal berupa HKI (ibtikar) oleh franchisor. Sebagaimana disebut oleh penulis sebelumnya bahwa HKI atau ibtikar masuk sebagai kateogore barang modal yang dapat ditransaksikan, diwariskan serta diwaqafkan, serta kedudukannya dapat dilindungi sehingga ia memiliki konsekwensi hukum.

Kedua, akad ijarah, akad ini terjadi dalam bisnis *Waralaba* adalah, adanya pemberian kuasa (wakalah) dari franchisor kepada franchisee, berupa hak atas kekayaan intelektual sejenis logo, merk, serta reputasi nama baik perusahaan. Objek ijarah adalah sebuah barang atau jasa yang bermanfaat secara syariah dan barang tersebut memiliki nilai ekonomi yaitu berupa hak atas kekayaan intelektual. Atas dasar pemanfaatan barang tersebut, maka franchisee harus membayar ujarah/fee kepada franchisor (bayaran ujarah sebagaimana disepakati dalam kontrak) selama dalam satu periode tertentu. Dalam akad ijarah menggunakan prinsip operasional lease ini disertai dengan akad wakalah (pemberian kuasa dari franchisor), yaitu wakalah dalam pengelolaan penyiwaan terhadap objek ijarah, namun akad wakalah ini harus terpisah secara prinsip dengan akad ijarah.

Ketiga, adalah akad *Murabahah*, Jual beli (buyu', jamak dari bai') atau perdagangan atau perniagaan atau trading secara terminologi Fiqih Islam berarti tukar-menukar (mu'awwadhat) harta

atas dasar saling ridha (rela), atau memindahkan kepemilikan dengan imbalan pada sesuatu yang diizinkan.

Murabahah adalah istilah dalam Fiqih Islam yang berarti bentuk jual beli tertentu ketika penjual menyatakan biaya perolehan barang, meliputi harga barang dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan untuk memperoleh barang tersebut, dan tingkat keuntungan (margin) yang diinginkan.

Murabahah adalah menjual suatu barang dengan menegaskan harga belinya kepada pembeli dan pembeli membayarnya dengan harga yang lebih sebagai laba. (Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000)

Dalam konteks ini maka, franchisee membeli sejumlah produk yang diproduksi oleh franchisor dengan kesepakatan harga dan keuntungan yang telah disepakati bersama dalam satu periode tertentu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul asyid saliman, hukum bisnis untuk perusahaan: teori dan contoh kasus, (Jakarta: Kencana, 2005)
- Abdul Rasyid Saliman, Hukum Bisnis Untuk Perusahaan: teori dan contoh kasus, (Jakarta: Kencana, 2005)
- Abdurrahman, hafid & Abdurrahman, yahya, Bisnis dan muamalah kontemporer, Bogor: Al- azhar Frsh Zone, 2013.
- Adimarwan A. Karman, Ekonomi Islam Suatu Kajian Kontemporer (Jakarta: Gema Insani Press, 2001)
- Agus Suryana, Hak Cipta Perspektif Hukum Islam, Al Mashlahah Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam (12 Januari, 2020)
- Agustianto, fikih muamalah ke-indonesiaan(Jakarta:iqtishad publishing,2014)
- Agustiyanto Mingka, Modul Training For Traning Bagi Dosen Dan Praktisi Keuangan Syariah Tentang Inovasi Prduk Perbankan Syariah, Hybrid Contract, Refinancing, Musyarakah Mutanqishah Dan IMFZ. (Angkatan 317) 12 November 2018 di Hotel Amaris Bintaro, Surabaya. Ahmad Khoirin Andi, Ijarah Muntahiya Bittamlik Sebagai Solusi Ekonomi Kerakyatan, ACTIVA: Jurnal Ekonomi Syariah ISSN (Print): 2622-6936; ISSN (Online):2622-6902 Volume 2 Nomor 2 Oktober 2019 P. 22-43, (12 Januari 2020).
- Aliuddin Za'tari, fiqh Muamalah Maliyah al muqarin(Dar Usama, 2008)
- Al-Qur'an Terjemah (Shatd:24)
- Al-Qur'an Terjemah (Shatd:24)
- Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT Rajagrafindo Perseda, 2007) Eddy Damian, Hukum Hak Cipta (Bandung: PT Alumni, 2003)
- Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (12 Januari 2020)
- Fatwa Dewan Syariah Nasional No.9/DSN-MUI/IV/2000, tentang pembiayaan ijarah.
- fatwa DSN- MUI Nomor : 1/MUNAS VII/MUI/15/2005 Tentang Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dalam <http://aosi.or.id/fatwa-mui-tentang-hak-karya-intelektual/> (12 Januari, 2020).

- Harun Fai, *Bisnis Waralaba Perspektif Hukum Islam (Tinjauan Hukum Muamalat)* dalam <https://harunfai.wordpress.com/2011/07/15/bisnis-Waralaba-perspektif-hukum-islam-tinjauan-hukum-muamalat/> (12 Januari 2020).
- Haryo Normala Meilano, Burhanudin Harahap, “Implementasi Akad Wakalah Dalam Pembiayaan Murabahah Pada Bank Negara Indonesia (Bni) Syariah Cabang Surakarta”, *Masalah - Masalah Hukum*, Jilid 47 No. 2, (April 2018)
- [Http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/for-Gol/Franchising.html](http://www.referenceforbusiness.com/encyclopedia/for-Gol/Franchising.html) , (26-01-2017)
- <http://www.google.com> (wikipedia, hak cipta), (01-03-2018)
- <https://elqorni.wordpress.com/2014/01/20/4355/>. (04-02-2018)
- <https://www.primagama.co.id/Registration/index> (12 Januari 2020).
- [Http://www.smfranchise.com/legalWaralaba.html](http://www.smfranchise.com/legalWaralaba.html) <http://shop.pengusahamuslim.com>(09-07-2019)
- Ibnu Rusyd, *Bidayatul Mujtahid wa Nihayatul Muqtaashid*, edisi indonesia(Jakarta:Pustaka Amani, 2007)
- iskal, *Al Falah: Journal of Islamic Economics*, Vol. 3, No. 2, 2018.
- Itang Itang, “Syirkah Menurut Hukum Ekonomi Islam,” *Jurnal Pendidikan Karakter JAWARA* (Jujur, Adil, Wibawa, Amanah, Religius, Akuntabel) 2, no. 1 (November 15, 2016), <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JAWARA/article/view/936>.
- Jaih Mubarak, “Fikih Muamalah Maliyyah, Akad Syirkah dan Mudharabah, (Bandung: Sibiosa Karatama Media,2017)
- M. Hutauruk, *Peraturan Hak Cipta Nasional* (Jakarta: Erlangga, 1995)
- Matnin, Aang Kunaifi, *Manajemen Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam, Panduan Praktikum Pada Lembaga Keuangan dan Bisnis Islam*, (Pamekasan, Duta Media Publisng, 2020)
- Miko Polindi, “Filosofi Dan Perwujudan Prinsip Tauhîdullah, Dan Al-‘Adâlah, Dalam Ijarah, Dan Ijarah Muntahia Bi-Tamlik (Imbt)”, *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ISSN 2549-4988 (p) Lihat Jaih Mubarak dkk, *Fikih Muamalah Maliyah, Akad Jual-Beli* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2017)
- Miko Polindi, *Filosofi Dan Perwujudan Prinsip Tauhîdullah, Dan Al-‘Adâlah, Dalam Ijarah, Dan Ijarah Muntahia Bi-Tamlik (Imbt)*, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ISSN 2549-4988 (p) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (12 Januari 2020) Muhammad Jakfar, *Hukum Bisnis, Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, (Malang: UIN Malang Press, 2009)
- Modul Pelatihan Sertifikasi Dewan Pengawas Syariah Dewan Syariah Nasional- Majelis Ulama Indonesia Institut Desember 2017. Lihat Himpunan Fatwa Keuangan Syariah, Dewan Pengawas Nasional MUI (Jakarta: Peneerbit Erlangga, 2014)
- Rahayu Hartini, *Hukum Komersial* (Malang: UMM Press, 2003)
- Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1997)
- Veithzal Rivai, dan Amiur Nuruddin, *Islamic Business And Economic Ethics*(Jakarta: PT Bumi Aksara, 2012)
- Wahbahaz-zuhaili, *Al-fiqh al-islami waadillatuhu* (Damaskus: dar al-fikr, 2004)