

BAB II
KONSEP WARALABA, *FRANCHISEE FEE*,
***ROYALTY FEE*,**
DAN KERJA SAMA DALAM ISLAM

A. Tinjauan Umum Waralaba

1. Sejarah Waralaba

Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya tersebut gagal, namun dialah yang pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba ini di AS. Kemudian, caranya ini diikuti oleh pewaralaba lain yang lebih sukses, John S Pemberton, pendiri Coca Cola. Namun, menurut sumber lain, yang mengikuti Singer kemudian bukanlah Coca Cola, melainkan sebuah industri otomotif AS, General Motors Industry pada tahun 1898. Contoh lain di AS ialah sebuah sistem telegraf, yang telah dioperasikan oleh berbagai perusahaan jalan kereta api, tetapi

dikendalikan oleh Western Union serta persetujuan eksklusif antar pabrikan mobil dengan penjual.²³

Waralaba saat ini lebih didominasi oleh waralaba rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka restoran cepat sajinnya. Pada tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerjasama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha restoran modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.²⁴

Perkembangan sistem waralaba yang demikian pesat terutama di Negara asalnya, Amerika Serikat, menyebabkan waralaba digemari sebagai suatu sistem bisnis di berbagai bidang usaha. Bisnis waralaba mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS. Di Inggris, berkembangnya waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui

²³ Wikipedia.org, diakses 2 Januari 2016.

²⁴ Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h.

usahanya *Wimpy and Golden Egg*, pada tahun 1960-an. Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Pemilik waralaba (*franchisor*) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama.²⁵

Di Indonesia, lembaga waralaba dikenal sejak tahun 1970. Adalah pengusaha Es Teller 77 yang pertama-tama mempopulerkan lembaga waralaba di Indonesia. Pengusaha tersebut mempunyai cabang-cabang di semua kota di Indonesia.²⁶ Namun perkembangan waralaba khususnya dikalangan usahawan local tidak begitu signifikan. Hanya sedikit pengusaha lokal yang menerapkan sistem waralaba dalam mengembangkan usahanya. Akan tetapi hal berbeda Tepatnya ketika Pemerintah Indonesia memberikan dukungan terhadap penerapan sistem waralaba dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba pada tanggal 18 Juni 1997.

²⁵Iswi Hariyani dan R. Serfianto, *Membangun Gurita Bisnis Franchise: Panduan Hukum Bisnis Waralaba (Franchise)*, Yogyakarta: Penerbit Pustaka Yustisia, h. 138.

²⁶Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba maksimal, 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008, h. 12.

Selain Peraturan tersebut, sistem waralaba di Indonesia juga memiliki landasan hukum berupa Surat Keputusan yang dikeluarkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia dengan nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba pada tanggal 30 Juli 1997.²⁷

2. Pengertian Waralaba

Waralaba dalam dunia bisnis terkenal dengan istilah “*franchise*”, yaitu pemberian sebuah lisensi usaha oleh suatu pihak (perorangan atau perusahaan) kepada pihak lain sebagai penerima waralaba. Dengan kata lain, waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh pewaralaba kepada pihak terwaralaba untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan standardisasi kesepakatan untuk membuka usaha dengan menggunakan merk dagang/ nama dagangnya.²⁸

²⁷ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003, h. 1.

²⁸ Nistains Odop, *Berbisnis Waralaba Murah*, Yogyakarta: Media Pressindo, 2006, h.16-17.

Kata *franchise* berasal dari Bahasa Perancis yang berarti “bebas” adalah hak-hak untuk menjual suatu produk atau jasa maupun layanan. Sedangkan menurut versi pemerintah Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan 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 tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa.²⁹

Di Indonesia, kata *franchising* diartikan sebagai waralaba yang didasari oleh Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997, tanggal 18 Juni 1997 tentang waralaba yang kemudian diganti dengan peraturan pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dan keputusan menteri perindustrian dan perdagangan Republik Indonesia No.

²⁹ Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, h. 74.

259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997.³⁰ Dan kemudian didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Pasal 1 Ayat 1, tentang ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba. Dalam arti maksud dan tata cara yang ditentukan dalam Peraturan Pemerintah tentang waralaba diatas, maka dapat disimpulkan bahwa waralaba di Indonesia:³¹

- a. Ada ikatan hukum yang jelas antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).
- b. Ada proses pertukaran antara hak dan keistimewaan yang diberikan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah uang serta persyaratan lain sebagai syarat perjanjian.
- c. Penerima waralaba wajib memenuhi persyaratan yang telah disetujui dalam ikatan hukum.
- d. Pemberi waralaba juga harus menyediakan dukungan dan pelatihan SDM-nya.

³⁰ Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, h. 147.

³¹ Hendro, *Dasar-dasar Kewirausahaan*, PT. Gelora Aksara Pratama, Penerbit Erlangga, 2011, h. 522.

Dalam sebuah buku yang ditulis oleh Gunawan Widjaja, menyebutkan ada beberapa pengertian waralaba yang diambil oleh berbagai pakar, diantaranya adalah:³²

Menurut PH Collin dalam *law dictionary* mendefinisikan waralaba sebagai sebuah lisensi untuk menjual dengan menggunakan sebuah nama dari sebuah perusahaan dan sebagai timbal balik atas ini adalah dengan membayar *royalty*. Dan waralaba sebagai satu tindakan menjual sebuah lisensi untuk diperdagangkan sebagai sebuah waralaba. Definisi tersebut menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan *royalty*.

Kemudian dalam *Dictionary of Marketing Term* oleh Betsy-Ann Toffler dan Jane Imber, waralaba diartikan sebagai lisensi yang diberikan oleh sebuah perusahaan (*franchisor*) kepada seorang atau perusahaan untuk menjalankan outlet penjualan retail, makanan, atau obat-obatan di mana penerima lisensi (*franchisee*) setuju untuk

³² Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, h.7-11.

menggunakan nama *franchisor*, produk, pelayanan-pelayanan, promosi, penjualan, distribusi, dan cara-cara periklanan, serta hal-hal lain yang merupakan pendukung dari perusahaan. Dalam pengertian ini dijelaskan bahwa waralaba melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi waralaba termasuk di dalamnya hak untuk mempergunakan merek dagang.

Suryana memaknai waralaba sebagai suatu persetujuan lisensi menurut hukum antara suatu perusahaan penyelenggara dengan penyalur atau perusahaan lain untuk melaksanakan usaha yang di dalamnya mencakup penggunaan nama, merek dagang, dan prosedur penyelenggaraan secara standar dari *franchisor* (pemberi waralaba) yang berkelanjutan dan dilaksanakan dalam jangka waktu tertentu.³³

Sedangkan menurut Amir Karamoy (konsultan Waralaba) “Waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha

³³ Suryana, *Kewirausahaan: Pedoman Praktis, Kiat dan Proses Menuju Sukses Edisi Revisi*, Jakarta: Salemba Empat, 2003, h. 82.

antara perusahaan yang memiliki merk dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan / individu yang memanfaatkan atau menggunakan merk dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fees*) kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu dalam suatu perjanjian waralaba.³⁴

Dari uraian beberapa pengertian di atas, terlihat bahwa sistem bisnis waralaba melibatkan dua belah pihak, yaitu:³⁵

a. Pewaralaba

Pemilik merk dagang dan sistem bisnis yang terbukti sukses. Pewaralaba merupakan pemilik produk,

³⁴ Rizal Calvary Marimbo, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007, h. 4.

³⁵ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008, h. 45-46.

jasa, atau sistem operasi yang khas dengan merk tertentu yang biasanya telah dipatenkan.

b. Terwaralaba

Pihak yang memperoleh hak (lisensi) menggunakan merk dagang dan sistem bisnis, yaitu perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pewaralaba untuk menjadi terwaralaba, dengan memberikan imbalan “bagi hasil” kepada pewaralaba berupa *fee* (uang jaminan awal) dan *royalty* (uang bagi hasil terus-menerus) serta keduanya bersepakat melakukan kerja sama saling menguntungkan, dengan berbagai persyaratan yang telah disetujui dan dituangkan dalam perjanjian kontrak yang disebut Perjanjian Waralaba.

3. Bentuk-bentuk waralaba

Secara spesifik ada dua bentuk waralaba yang berkembang di Indonesia:

Waralaba produk dan merek dagang adalah pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk

menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba.³⁶ Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran *royalty* di muka, dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan (yang sering juga disebut dengan *royalty* berjalan).³⁷

Agak berbeda dengan waralaba produk dan merek dagang, waralaba format bisnis menurut “Queen” dalam buku yang ditulis oleh Darmawan Budi Suseno menjelaskan waralaba format bisnis yaitu seorang pemegang waralaba memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi spesifik, dengan menggunakan standard operasional prosedur.³⁸

³⁶ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, h. 13.

³⁷ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, cetakan ke-2, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004, h. 43.

³⁸ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008, h. 47

Sedangkan menurut pengertian yang diberikan oleh Martin Mandelson dalam bukunya yang berjudul “*Franchising*” mengatakan *franchise* format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*), dan lisensi tersebut memberi hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar ditentukan sebelumnya.³⁹ Format bisnis ini terdiri atas:⁴⁰

1) Konsep bisnis yang menyeluruh.

Konsep ini berhubungan dengan pengembangan cara untuk menjalankan bisnis secara sukses yang seluruh aspeknya berasal dari pemberi waralaba.

³⁹ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, PT. Pustaka Binaman Pressindo, 1993, h. 4.

⁴⁰ Gunawan Wijaya, *Lisensi atau Waralaba*, h. 44-46.

2) Proses awal dan pelatihan.

Penerima waralaba akan diberikan pelatihan mengenai metode bisnis yang diperlukan untuk mengelola bisnis oleh *franchisor*.

3) Proses bantuan dan bimbingan terus-menerus.

Pemberi waralaba akan secara terus-menerus memberikan berbagai jenis pelayanan yang berbeda-beda menurut tipe format bisnis yang diwaralabakan. Proses bantuan dan bimbingan yang diberikan meliputi:

- a) Kunjungan berkala dari pihak *franchisor*.
- b) Menghubungkan antara *franchisor* dan seluruh *franchisee* secara bersama-sama untuk saling bertukar pikiran dan pengalaman.
- c) Inovasi produk atau konsep, termasuk penelitian mengenai kemungkinan-kemungkinan pasar serta kesesuaiannya dengan bisnis yang ada.
- d) Pelatihan dan fasilitas-fasilitas pelatihan kembali untuk *franchisee* dan mereka yang menjadi stafnya.

- e) Riset pasar.
- f) Iklan dan promosi.

4. Pengertian *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*

Aspek keuangan yang utama dalam bisnis waralaba terdiri atas dua biaya, yaitu:

a. Biaya waralaba awal / *franchise fee*

Biaya ini dibebankan kepada *franchisee* untuk semua jasa awal yang disediakan, termasuk biaya rekrutmen sebesar biaya pendirian yang dikeluarkan oleh *franchisor* untuk kepentingan *franchisee*. Biasanya *franchisor* tidak mengambil keuntungan dari *fee-fee* tersebut.⁴¹

Jumlah dan jangka waktu pembayaran awal dicantumkan di dalam perjanjian. Pembayaran yang telah diserahkan sepenuhnya menjadi milik pewaralaba

⁴¹ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis ...*, h. 154

dan tidak dapat dikembalikan kecuali disebutkan di dalam perjanjian.⁴²

Fee awal diperlukan oleh pewaralaba untuk membantu terwaralaba, dan terdiri dari:⁴³

- 1) Bantuan pra-operasi dan awal operasi bisnis terwaralaba (*franchisee*).
- 2) Pembuatan manual operasi untuk digunakan terwaralaba (*franchisee*).
- 3) Penyelenggaraan pelatihan awal dan biaya konsultasi, khususnya pada operasi bisnis waralaba.
- 4) Biaya promosi/ periklanan, khususnya untuk promosi menjelang pembukaan perusahaan (*grand opening* terwaralaba).
- 5) Survei pemilikan/seleksi lokasi.

⁴² Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal, Laba Maksimal, 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, 2008, h. 55

⁴³ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah...*, h. 56.

b. *Royalty fee*

Royalty sering juga disebut uang waralaba terus-menerus. Uang tersebut merupakan pembayaran atas jasa terus-menerus yang diberikan pewaralaba.⁴⁴ Jumlah pembayaran *royalty fee* dikaitkan dengan suatu persentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksi, dan/ atau penjualan barang atau jasa yang mengandung Hak Atas Kekayaan Intelektual yang diwaralabakan.⁴⁵ Besarnya *royalty* yang terkait dengan jumlah produksi, penjualan atau yang cenderung meningkat ini pada umumnya disertai dengan penurunan besarnya persentase *royalty* yang harus dibayarkan, meskipun secara absolut besarnya royalti yang dibayarkan tetap akan menunjukkan kenaikan seiring dengan peningkatan jumlah produksi, penjualan atau keuntungan penerima waralaba.⁴⁶

⁴⁴ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah...*, h. 56

⁴⁵ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba...*, h. 50

⁴⁶ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, h. 108.

Umumnya dalam perjanjian waralaba, menyebutkan bahwa terwaralaba membayar sejumlah biaya waralaba (*royalty*) kepada pewaralaba berdasarkan besarnya penjualan. Isinya antara lain mengenai:⁴⁷

- 1) Dasar pembayaran biasanya berdasarkan penjualan kotor.
- 2) Tingkat *royalty* seminimum mungkin, terutama di tempat terwaralaba memperoleh hak atas wilayah tertentu tanpa persyaratan tingkat kuota terendah.
- 3) Pembayaran secara periodik (mingguan, bulanan, kuartalan, dan sebagainya).
- 4) Waktu pembayaran misalnya, setiap hari Kamis, atau berdasarkan penjualan pada minggu sebelumnya, setiap tanggal 10 berdasarkan penjualan pada bulan sebelumnya, dan sebagainya.

⁴⁷ Darmawan Budi Suseno, *Waralaba Syariah: Risiko Minimal*, ... h. 57.

B. Prinsip Pembayaran *Franchise Fee* Dan *Royalty Fee* Dalam Bisnis Waralaba Berbasis Syari'ah

1. Konsep pembayaran *franchise fee* dalam bisnis waralaba berbasis syari'ah.

Dalam pembayaran *franchise fee* bisnis waralaba berbasis syari'ah, sesuai dengan kaidah *syirkah abdan* dan *syirkah inan* yang dalam akadnya pengambilan keuntungan dua mitra yang bekerjasama dalam hal ini pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) diperbolehkan setelah usaha berjalan, tidak boleh mengambil keuntungan jika usaha belum berjalan. *Franchisor* tidak diperbolehkan mengambil keuntungan dari penjualan bahan baku utama yang merupakan satu paket dengan pemberian waralaba.

Berbeda dengan pengambilan keuntungan atas pemanfaatan HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) dalam *franchise fee* hal ini diperbolehkan sebagai kompensasi atas dipergunakannya hak atas kekayaan intelektual *franchisor* oleh *franchisee* yang ditegaskan dalam keputusan fatwa

Majelis Ulama Indonesia Nomor 1/ Munas VII/ MUI/ 15/ 2005 tentang perlindungan hak atas kekayaan intelektual.⁴⁸

Firman Allah SWT tentang larangan memakan harta orang lain secara batil (tanpa hak) dan larangan merugikan harta maupun hak orang lain terdapat dalam surat Al Baqarah ayat 188.⁴⁹

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى
 الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ
 وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, padahal kamu mengetahui”. (QS. Al Baqarah: 188)

Franchise fee yang dibebankan *franchisor* kepada *franchisee* sebagai kompensasi atas pemanfaatan dan

⁴⁸ Balgis Bin Faruk Machrus, Jurnal Ilmiah, *Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah*, 2015, h. 2.

⁴⁹ Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, Depok, Al Huda, 2005, h. 29.

penghargaan hak atas kekayaan intelektual yang telah dimiliki oleh *franchisor* tidak boleh terdapat kompensasi, tidak langsung dalam bentuk nilai moneter (indirect moneter compensation). Hak atas kekayaan intelektual seseorang harus dihargai.⁵⁰

2. Konsep pembayaran *royalty fee* dalam bisnis waralaba berbasis syari'ah.

Pembayaran *royalty fee* tidak boleh dilakukan oleh *franchisee* jika nilai keuntungan dibawah nilai batas yang telah disepakati, hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat An-nahl ayat 90.⁵¹

﴿ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَايَ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ ۗ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ ﴾

⁵⁰ Balgis Bin Faruk Machrus, Jurnal Ilmiah, *Prinsip Dasar Waralaba Berbasis Syariah*, 2015, h. 7.

⁵¹ Departemen Agama RI *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, h. 278.

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh kamu berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat dan Allah melarang perbuatan keji, kemungkaran, dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu mengambil pelajaran”.

Dalam pembagian keuntungan bisnis waralaba berbasis syari’ah harus berdasarkan prinsip bagi hasil sebagai berikut:

- 1) *Gross profit* yaitu keuntungan kotor yang belum dikurangi biaya-biaya yang dikeluarkan sebelum usaha.
- 2) *Net profit* yaitu keuntungan bersih yang sudah dikurangi oleh biaya-biaya selama usaha.

Berbeda dengan waralaba konvensional yang dalam prakteknya ada sebagian yang melakukan bagi hasil yang diambil dari omset penjualan. Hal ini tentu bisa merugikan *franchisee* karena belum jelas keuntungan yang didapat tetapi sudah harus membayar *royalty fee*.⁵²

⁵² Balgis Bin Faruk Machrus, Jurnal Ilmiah, *Prinsip Dasar Waralaba ...*, h. 8.

C. Konsep Kerja sama dalam Islam

1. *Syirkah*

Kerja sama dalam Islam disebut dengan *syirkah*. Secara Bahasa kata *syirkah* berarti *al-ikhtilath* yang artinya campur atau percampuran. *Syirkah* diartikan *ikhtilath* karena didalamnya terjadi percampuran harta antara beberapa orang yang berserikat, dan harta tersebut kemudian menjadi satu kesatuan modal bersama. Sedangkan Ibrahim Anis mengemukakan arti *syirkah* menurut Bahasa ialah “Ia bersekutu dalam suatu persekutuan: masing-masing dari kedua peserta itu memiliki bagian dari padanya”.⁵³

Dari pemaknaan secara harfiah tersebut kemudian pengertian *syirkah* secara istilah di kalangan para ahli berkembang menjadi aneka ragam yang diantaranya:⁵⁴

- a. Menurut Sayyid Sabbiq, yang dimaksud dengan *syirkah* ialah:

⁵³ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010, h. 202

⁵⁴ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali, 2010, h. 125.

عقد بين المستشار كين في راس المال والريح

“Akad antara dua orang atau lebih yang berserikat pada pokok harta benda (modal) dan keuntungan”.

b. Hasbi Ash-Shiddieqie menjelaskan *syirkah* sebagai :

عقد بين شخصين فأكثر على الت عاون في عمل إكتسابي
واققسام أرباحه

Artinya: “akad yang berlaku antara dua orang atau lebih untuk ta’awun dalam bekerja pada suatu usaha dan membagi keuntungannya”.

c. Idris Ahmad menyatakan bahwa *syirkah* sama dengan syarikat dagang yakni adanya kesepakatan antara dua orang atau lebih untuk bekerjasama dengan cara menyerahkan modal masing-masing dimana keuntungan dan kerugiannya diperhitungkan menurut besar kecilnya modal.

2. Rukun dan Syarat *Syirkah*

Rukun *syirkah* adalah sesuatu yang harus ada ketika *syirkah* itu berlangsung. Menurut ulama Hanafiyah rukun *syirkah* hanya ada dua yaitu *ijab* dan *qabul*. Sebab *ijab* dan *Kabul* (akad) yang menentukan adanya *syirkah*. Adapun yang

lain seperti dua orang atau pihak yang berakad dan harta berada di luar pembahasan akad seperti dalam jual beli.⁵⁵ Adapun menurut Abdurrahman al-Jarizi rukun *syirkah* meliputi dua orang yang berserikat, *sighat*, objek akad *syirkah* baik itu berupa harta maupun kerja. Adapun menurut jumhur ulama rukun *syirkah* sama dengan apa yang dikemukakan oleh al-Jarizi di atas.⁵⁶

Jika dikaitkan dengan pengertian rukun yang sesungguhnya maka sebenarnya pendapat al-Jarizi atau jumhur ulama lebih tepat sebab di dalamnya terdapat unsur penting bagi terlaksananya *syirkah* yaitu dua orang yang berserikat dan objek *syirkah*. Adapun pendapat Hanafiyah yang membatasi rukun *syirkah* pada ijab dan Kabul saja itu masih bersifat umum karena ijab dan kabul berlaku untuk semua transaksi.

⁵⁵ H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, h. 127.

⁵⁶ Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalah*, edisi pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 129.

3. Bentuk *Syirkah*

Syirkah secara umum terbagi dalam tiga bentuk, yaitu *syirkah ibahah*, *syirkah amlak*, dan *syirkah uqud*.⁵⁷

- a. *Syirkah Ibahah*, yaitu persekutuan hak semua orang untuk dibolehkan menikmati manfaat sesuatu yang belum ada di bawah kekuasaan seseorang.
- b. *Syirkah Amlak* (Milik), yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih untuk memiliki suatu benda. *Syirkah Amlak* (Milik) terbagi dua yaitu:
 - 1) *Syirkah Milik Jabriyah* yang terjadi tanpa keinginan para pihak yang bersangkutan, seperti persekutuan ahli waris.
 - 2) *Syirkah Milik Ikhtiyariyah* yang terjadi atas keinginan para pihak yang bersangkutan.
- c. *Syirkah Akad*, persekutuan antara dua orang atau lebih yang timbul dengan adanya perjanjian. *Syirkah akad*

⁵⁷ Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Cetakan ke-1, Jakarta: Kencana, 2005, h.121.

terbagi empat, yaitu *syirkah amwal*, *syirkah ‘amal*, *syirkah wujuh*, dan *syirkah mudharabah*.

- 1) *Syirkah Amwal*, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal/ harta. *Syirkah Amwal* terbagi menjadi dua yaitu:
 - a) *Syirkah al I’nan*, adalah persetujuan antara dua orang atau lebih untuk memasukkan bagian tertentu dari modal yang akan diperdagangkan dengan ketentuan, keuntungan dibagi sesuai dengan kesepakatan dan modal masing-masing tidak harus sama.
 - b) *Syirkah al Mufawadhah* adalah persekutuan antara dua orang atau lebih dalam modal dan keuntungannya dengan syarat besar modal masing-masing yang disertakan harus sama.
- 2) *Syirkah Abdan (Amal)*, yaitu perjanjian persekutuan antara dua orang atau lebih untuk menerima pekerjaan dari pihak ketiga yang akan dikerjakan bersama dengan keuntungan upah dibagi diantara

para anggotanya sesuai dengan kesepakatan mereka.

- 3) *Syirkah wujuh*, yaitu persekutuan antara dua orang atau lebih dengan modal harta dari pihak luar untuk mengelola modal bersama-sama dengan membagi keuntungan sesuai perjanjian.
- 4) *Syirkah mudharabah* adalah perseroan antara tenaga dan harta seseorang yang digunakan untuk berbisnis, dengan ketentuan bahwa keuntungan yang diperoleh akan dibagi oleh masing-masing pihak sesuai dengan kesepakatan.

4. Hikmah *Syirkah*

Ajaran Islam, mengajarkan supaya kita menjalin kerja sama dengan siapa pun terutama dalam bidang ekonomi dengan prinsip saling tolong menolong dan menguntungkan, tidak menipu dan tidak merugikan. *Syirkah* pada hakikatnya adalah sebuah kerja sama yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki baik berupa harta atau pekerjaan. Maka hikmah yang dapat kita ambil dari *syirkah*

yaitu adanya tolong menolong, saling membantu dalam kebaikan, menjauhi sifat egoisme, menumbuhkan saling percaya, dan menimbulkan keberkahan dalam usaha jika tidak berkhianat.⁵⁸

5. Hal-hal yang membatalkan *syirkah*

Hal-hal yang membatalkan *syirkah* ada yang sifatnya umum dan berlaku untuk semua *syirkah*, dan ada yang khusus untuk *syirkah* tertentu, tidak untuk *syirkah* yang lain.⁵⁹

a. Sebab-sebab yang membatalkan *syirkah* secara umum.

Sebab-sebab yang membatalkan *syirkah* secara umum adalah sebagai berikut:

- 1) Pembatalan oleh salah seorang anggota serikat. Hal tersebut dikarenakan akad *syirkah* merupakan akad yang *jaiz* dan *ghair lazim*, sehingga memungkinkan untuk di-*fasakh*.
- 2) Meninggalnya salah seorang anggota serikat. Apabila salah seorang anggota serikat meninggal dunia, maka

⁵⁸ Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalah*, edisi pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, h. 135.

⁵⁹ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010, h. 125-126.

syirkah menjadi batal atau *fasakh* karena batalnya hak milik, dan hilangnya kecakapan untuk melakukan *tasarruf* karena meninggal.

- 3) Murtadnya salah seorang anggota serikat dan berpindah domisilinya ke Darul Harb. Hal ini disamakan dengan kematian.
- 4) Gilanya peserta yang terus menerus, karena gila menghilangkan status wakil dari *wakalah*, sedangkan *syirkah* mengandung *wakalah*.

b. Sebab-sebab yang membatalkan *syirkah* secara khusus

Adapun hal-hal yang menyebabkan batalnya *syirkah* secara khusus adalah sebagai berikut.

- 1) Rusaknya harta *syirkah* seluruhnya atau harta salah seorang anggota serikat sebelum digunakan untuk membeli barang dalam *syirkah amwal*.
- 2) Tidak terwujudnya persamaan modal dalam *syirkah mufawadahah* ketika akad akan dimulai. Hal tersebut karena adanya persamaan antara modal pada

permulaan akad merupakan syarat yang penting untuk keabsahan akad.

D. Keadilan Kerja Sama dalam Islam

Keadilan adalah pengakuan dan perlakuan yang seimbang antara hak dan kewajiban. Keadilan juga dapat berarti suatu tindakan yang tidak berat sebelah atau tidak memihak ke salah satu pihak, memberikan sesuatu kepada orang sesuai dengan hak yang harus diperolehnya. Bertindak secara adil berarti mengetahui hak dan kewajiban, mengerti mana yang benar dan yang salah, bertindak jujur dan tepat menurut peraturan dan hukum yang telah ditetapkan serta tidak bertindak sewenang-wenang.⁶⁰

Syaikh Al-Qaradhawi mengatakan, sesungguhnya pilar penyangga kebebasan ekonomi yang berdiri atas pemuliaan fitrah dan harkat manusia disempurnakan dan ditentukan oleh pilar penyangga yang lain, yaitu keadilan. Keadilan dalam Islam bukanlah prinsip yang sekunder. Ia adalah dasar dan fondasi

⁶⁰ <https://gadingmahendradata.wordpress.com/2009/11/27/keadilan-dalam-islam-dan-bisnis/>, diakses pada 30 Mei 2016.

kokoh yang memasuki semua ajaran dan hukum Islam berupa akidah, syariah, dan akhlak (moral).⁶¹

Ketika Allah memerintahkan tiga hal, keadilan merupakan hal pertama yang disebutkan. Firman Allah QS. Al Maidah: 8.⁶²

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا كُوْنُوْا قَوّٰمِيْنَ لِلّٰهِ شُهَدَآءَ بِالْقِسْطِ وَلَا
يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ عَلٰٓى اَلَّا تَعْدِلُوْا اَعْدِلُوْا هُوَ اَقْرَبُ
لِلتَّقْوٰى وَاَتَقُوا اللّٰهَ ۚ اِنَّ اللّٰهَ خَبِيْرٌۢ بِمَا تَعْمَلُوْنَ ﴿٨﴾

Artinya: Wahai orang-orang yang beriman! Jadilah kamu sebagai penegak keadilan karena Allah, (ketika) menjadi saksi dengan adil. Dan janganlah kebencianmu terhadap suatu kaum, mendorong kamu untuk berlaku tidak adil. Berlaku adillah. Karena (adil) itu lebih dekat kepada takwa. Dan bertakwalah kepada Allah, sungguh, Allah Maha teliti apa yang kamu kerjakan. (QS. Al Ma'idah: 8).

Al Quran memperingatkan para pelaku bisnis yang tidak memperhatikan kepentingan orang lain, sebagaimana Islam juga memperingatkan sesuatu yang akan menimbulkan kerugian

⁶¹ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Syula, *Syariah Marketing*, Bandung: PT. Mizan Pustaka, 2006, h. 113

⁶² Departemen Agama RI, *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, Depok, Al Huda, 2005, h. 109.

kepada orang lain, dan bahwa itu bukan hanya tidak disetujui tetapi lebih dari itu, perilaku demikian sangatlah dikutuk. Seperti dalam QS. Hud ayat 18.⁶³

وَمَنْ أَظْلَمُ مِمَّنِ افْتَرَىٰ عَلَى اللَّهِ كَذِبًا ۚ أُولَٰئِكَ
يُعْرَضُونَ عَلَىٰ رَبِّهِمْ وَيَقُولُ ٱللَّهُ شَهِدُ هَٰؤُلَاءِ ٱلَّذِينَ
كَذَّبُوا عَلَىٰ رَبِّهِمْ ۚ ٱلَّا لَعْنَةُ ٱللَّهِ عَلَى ٱلظَّٰلِمِينَ ﴿١٨﴾

Artinya: Dan siapakah yang lebih zalim daripada orang yang membuat-buat dusta terhadap Allah? Mereka itu akan dihadapkan kepada Tuhan mereka, dan para saksi akan berkata: "Orang-orang inilah yang telah berdusta terhadap Tuhan mereka". Ingatlah, laknat Allah (ditimpakan) atas orang-orang yang zalim, (QS. Hud: 18).

⁶³ Departemen Agama RI *Mushaf Al-Qur'an Terjemah Edisi Tahun 2002*, h.224.