

Kaidah Syariah dalam Bisnis Waralaba Farida



Aktivitas ekonomi yang dilakukan bangsa Arab-sebelum Islam-amat sangat sederhana dan terbatas, yakni menggembala dan beternak binatang. Hingga orang-orang yang beraktivitas dalam bidang pertanian dan perdaganganpun tidak bisa terlepas dari peternakan. Sebab petani membutuhkan hewan untuk aktivitas di pertanian dan pedagang juga menggunakan hewan dalam mengangkut barang dagangannya. Pada umumnya, aktivitas ekonomi di Arab memiliki kesederhanaan (Al-Haritsi, 2006 : 31). Sedangkan di Indonesia, dahulu hanya dikenal dua sistem ekonomi, yaitu: sistem sosialis dan sistem kapitalis.

Indonesia berusaha berada di jalan tengah, yang lebih dikenal dengan ekonomi kerakyatan dengan pilar utamanya adalah koperasi dengan tokohnya adalah Mohammad Hatta, seorang peletak dasar ekonomi di Indonesia (tahun 1921 ke Rotterdam, Belanda untuk belajar ilmu perdagangan/bisnis di Netherland Handelshoge School) yang bertumpu kepada ekonomi kerakyatan. Salah satu buah pikir Hatta di bidang ekonomi adalah Pasal 33 UUD 1945. Ide koperasi yang menjadi bagian integral dari perekonomian Indonesia (Paradigma, 2013 : 7). Dalam konteks ekonomi, pernyataan Charles Darwin “Bukan yang paling kuat yang bisa bertahan hidup, bukan juga yang paling pintar. Yang paling bisa bertahan hidup adalah yang paling bisa beradaptasi dengan perubahan”, yang berlaku pada jasad atau tubuh, juga mental dan sosio-kultural.

Ekonomi syariah muncul sebagai sistem ekonomi baru yang diperhitungkan. Titik ini sekaligus menjadi awal tumbuh suburnya sistem keuangan yang menggunakan prinsip syariah. Seiring populernya sistem keuangan syariah, berbagai jenis bisnis melirik prinsip ini untuk digandeng. Secara lebih luas sebagian kelompok justru muncul untuk mengusung sistem baru yakni ekonomi syariah. Tentu saja ini akan menjadi *counter point* dari sistem sosialis dan kapitalis menuju sistem syariah. Meskipun prinsip syariah dikenal lahir dari Islam, tetapi bisa dijalankan siapa saja. Intinya adalah menerjemahkan ketaatan terhadap aturan Tuhan lewat pelbagai jenis usaha serta memiliki watak humanis. Maka mungkin saja “watak humanis” yang menarik minat banyak kalangan untuk mengadaptasinya. Sehingga sejalan dengan sistem perekonomian syariah yang dipraktekkan di masing-masing usaha, akan terlihat mana yang benar-benar memegang syariah dan mana yang sekedar mengikuti alur tren (Paradigma, 2013 : 11). Dapat diketahui jika memang memegang syariah melalui internalisasi nilai-nilai syariah yang dilakukan dengan beberapa langkah. Lembaga pensosialisasi syariah dibentuk sebagai ikhtiar untuk menginternalisasikan nilai syariah, hal lain dilakukan dengan cara pembiasaan praktik dari syariah melalui pelaku usaha syariah itu sendiri.

Langkah praktis-implementatif dilakukan oleh masing-masing individu yang berperan langsung dalam transaksi syariah itu sendiri, yakni pelaku usaha syariah. Melalui pelaku usaha syariah ini diharapkan muatan nilai-nilai syariah bisa dilaksanakan dan menjadi acuan pelaksanaan lembaga bisnis syariah nantinya. Dan pelaku usaha syariah yang menjadi bagian penting dari pelaksanaan usaha syariah mutlak mendapat banyak sorotan. Sebab di tangan mereka konsep-konsep ekonomi syariah yang telah diatur sedemikian rupa direalisasikan. Para pelaku usaha syariah perlu memenuhi beberapa syarat dan kriteria sehingga penerapan konsep ekonomi syariah tak lagi menyimpang. Dalam buku *Lembaga Bisnis Syariah* yang diterbitkan oleh Pusat Komunikasi Ekonomi Syariah disebutkan bahwa dalam perspektif

ekonomi Islam, seorang pelaku usaha harus memiliki modal dasar, yaitu: bertanggung jawab, mandiri, kreatif, mampu mengambil pelajaran dari pengalaman, selalu optimis dan tidak putus asa, sabar serta jujur dan dapat dipercaya. Dan pada dasarnya, umat Islam telah memiliki figur nyata pelaku usaha syariah, yaitu Nabi Muhammad Saw yang dalam hidupnya melakukan perdagangan atau bisnis. Dapat mengambil contoh pada karakter dan sifat Nabi Muhammad dalam melakukan proses bisnis. Nabi Muhammad telah menunjukkan bagaimana cara berbisnis yang berpegang teguh pada kebenaran, kejujuran, dan sikap amanah sekaligus bisa tetap memperoleh keuntungan yang optimal (Paradigma, 2013 : 23).

Muhammad Najatullah Shiddiqi berpendapat bahwa pertumbuhan dalam ekonomi Islam memiliki beberapa tujuan, yaitu:

- a. Merespon kebutuhan produsen secara pribadi dengan bentuk yang memiliki ciri keseimbangan.
- b. Memenuhi kebutuhan keluarga.
- c. Mempersiapkan sebagian kebutuhan terhadap ahli warisnya dan generasi penerusnya.
- d. Pelayanan sosial dan berinfak di jalan Allah

Keempat tujuan tersebut berlaku pada setiap unit ekonomi, dengan kemanfaatan kolektif yaitu total manfaat dan keuntungan untuk pelaku usaha dan pemilik modal dengan syarat harus memahami manfaat sesuai pemahaman Islam (Al-Haritsi, 2006 : 49). Karena sesungguhnya Allah Ta'ala telah mempersiapkan bagi manusia di dunia ini banyak sumber ekonomi, namun pada umumnya tidak memenuhi hajat insani bila tidak dieksplorasi oleh manusia dalam kegiatan produksi yang mempersiapkannya untuk dapat dimanfaatkan. Seperti firman-Nya dalam QS. Al-Mulk: 15 yang artinya *“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezekiNya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”* (Al-Haritsi, 2006 : 59).

Di dalam ekonomi Islam, seorang produsen muslim harus komitmen dengan kaidah-kaidah syariah untuk mengatur kegiatan ekonominya. Dimana tujuan pengaturan ini adalah dalam rangka keserasian antara kegiatan ekonomi dan berbagai kegiatan yang lain dalam kehidupan untuk merealisasikan tujuan umum syariah, mewujudkan bentuk-bentuk kemaslahatan dan menangkal bentuk-bentuk kerusakan. Dan, dalam fikih ekonomi Umar Radhiyallahu Anhu dapat ditemukan kaidah-kaidah produksi, yaitu: kaidah syariah, prinsip akhlak, kualitas, dan memperhatikan skala prioritas produksi.

Kaidah syariah bukan dari sisi halal dan haram saja, namun lebih luas lagi yang mencakup tiga sisi yaitu: akidah, ilmu dan amal. Akidah dalam kaidah syariah adalah keyakinan seseorang muslim bahwa aktifitasnya merupakan bagian dari peranan di kehidupan yang jika dilaksanakan dengan ikhlas dan cermat akan menjadi ibadah baginya dan rizki yang didapatkannya adalah semata-mata karena pertolongan Allah dan takdirNya. Sedangkan ilmu yang dimaksud dalam kaidah syariah adalah seorang muslim wajib mempelajari hukum-hukum syariah yang berkaitan aktifitas perekonomiannya sehingga mengetahui apa yang benar dan yang salah agar muamalahnya benar-usahanya lancar-hasilnya halal. Maka bila saja kaum muslimin peduli dalam mempelajari hukum-hukum muamalah ekonomi sebelum melakukan, sehingga hilang dari kegelisahan dan mampu bangkit dalam mengikis segala fenomena kemiskinan dan sikap ikut-ikutan. Dan amal dalam kaidah syariah adalah hasil aplikasi terhadap sisi akidah dan sisi ilmiah, yang dampaknya nampak dalam kualitas produksi yang dihasilkan oleh seorang muslim dan dilemparkannya ke pasar, karena dalam ekonomi Islam, kualitas produksi tunduk terhadap hukum syariah yang ditetapkan Pencipta alam semesta (apa yang diperbolehkan syariah laik diproduksi dan dilempar ke pasar). Umar Radhiyallahu Anhu mengungkapkan *“Allah melaknat Fulan! Sebab, dia orang pertama yang mengizinkan penjualan khamar. Dan sungguh tidak halal berdagang melainkan dalam sesuatu yang halal dimakan dan diminum”* (Al-Haritsi, 2006 : 67). Uraian tersebut menjadi pedoman bahwa kaidah syariah berlaku dalam bisnis waralaba. Karena kunci etis dan moral

bisnis sesungguhnya terletak pada pelakunya, itu sebabnya misi diutusnya Rasulullah ke dunia adalah untuk memperbaiki akhlak manusia yang telah rusak.

Seorang pengusaha muslim berkewajiban untuk memegang teguh etika dan moral bisnis Islami yang mencakup Husnul Khuluq. Pada derajat ini, Allah akan melapangkan hatinya dan akan membukakan pintu rezeki, dimana pintu rezeki akan terbuka dengan akhlak mulia tersebut, akhlak yang baik adalah modal dasar yang akan melahirkan praktik bisnis yang etis dan moralis.

Jika menelusuri sejarah, akan mendapati bahwa agama Islam memberikan pandangan yang positif terhadap perdagangan dan kegiatan ekonomi. Nabi Muhammad SAW adalah seorang pedagang, dan agama Islam banyak disebarluaskan melalui para pedagang muslim. Dalam Al Qur'an, Allah telah memberikan peringatan terhadap penyalahgunaan kekayaan, tetapi tidak melarang mencari kekayaan dengan cara halal, sesuai dengan semangat firman Allah dalam QS. 2:275, yang artinya: "*Allah telah menghalalkan perdagangan dan melarang riba*". Selanjutnya Karim (2001) juga menyebutkan bahwa pada tahun 1988 Abdalla Hanafy guru besar Marketing & International Business di St. Cloud State University dan Hamid Salam guru besar Business Administration pernah merumuskan etika bisnis Islami dan menawarkan enam konsep etika bisnis Islami, yaitu: selalu menyampaikan yang benar, dapat dipercaya, mengerjakan sesuatu dengan ikhlas, persaudaraan, penguasaan ilmu pengetahuan dan keadilan (Sodiq. 2011 : 79).

Wikipedia (30 Maret 2013) memaparkan bahwa 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 ditahun 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.

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. Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi waralaba sebagai format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai waralaba generasi kedua. Perkembangan sistem waralaba yang demikian pesat terutama di negara asalnya, AS, menyebabkan waralaba digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS. Sedangkan di Inggris, berkembangnya waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya *Wimpy and Golden Egg*, pada tahun 60-an. Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Pemilik waralaba (*franchisor*) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA.

Kategori waralaba berbeda-beda antara lain: franchise dalam bentuk makanan, pendidikan dan lain-lain. Dan masih banyak lagi franchise yang berkembang di Indonesia ini. Secara umum Waralaba dapat dibagi menjadi dua: (a) Waralaba luar negeri, cenderung lebih disukai karena sistemnya lebih jelas, merek sudah diterima diberbagai dunia, dan dirasakan lebih bergengsi. Dan (b) Waralaba dalam negeri, juga menjadi salah satu pilihan investasi

untuk orang-orang yang ingin cepat menjadi pengusaha tetapi tidak memiliki pengetahuan cukup piranti awal dan kelanjutan usaha ini yang disediakan oleh pemilik waralaba.

Di Indonesia, sistem waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu *franchisee* tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya. Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki satu teritori adalah kepastian hukum yang mengikat baik bagi *franchisor* maupun *franchisee*. Karenanya, dapat melihat bahwa di negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, waralaba berkembang pesat, misalnya di AS dan Jepang. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. PP No. 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan PP no 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut¹:

- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba
- Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.
- Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.
- Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis waralaba jauh lebih baik dari sebelum tahun 1997. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya payung hukum yang dapat melindungi bisnis waralaba tersebut. Perkembangan waralaba di Indonesia, khususnya di bidang rumah makan siap saji sangat pesat. Hal ini ini dimungkinkan karena para pengusaha kita yang berkedudukan sebagai penerima waralaba (*franchisee*) diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui *master franchise* yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba lanjutan. Dengan mempergunakan sistem piramida atau sistem sel, suatu jaringan format bisnis waralaba akan terus berekspansi. Ada beberapa asosiasi waralaba di Indonesia antara lain APWINDO (Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia), WALI (Waralaba & License Indonesia), AFI (Asosiasi Franchise Indonesia). Ada beberapa konsultan waralaba di Indonesia antara lain IFBM, The Bridge, Hans Consulting, FT Consulting, Ben WarG Consulting, JSI dan lain-lain.

Ketentuan kaidah syariah dalam bisnis waralaba secara aturan sudah jelas dan sangat ideal (telah ada tauladan dari Nabi Muhammad Saw), sehingga pelaksanaan yang perlu untuk diimplementasikan agar tercipta ekonomi yang benar-benar menguntungkan (baik pelaku bisnis maupun konsumen). Karena kaidah syariah akan terlaksana jika ada dukungan dari pihak pemerintah, pelaku dan penerima manfaat. Oleh karena itu, ekonomi Islam diharapkan sebagai solusi untuk kondisi perekonomian di Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam bahkan pemahaman tentang watak humanis lebih menarik karena mengutamakan sisi kemanusiaan.

Daftar Pustaka

- Al-Haritsi, Jaribah bin Ahmad, 2006. Fikih Ekonomi Umar bin Al-Khathab. Jakarta: Khalifa. Paradigma. Edisi 22 Januari 2013.
- Sodiq, Amirus. IQTISHADIA. Edisi X Juni 2011.
- Wikipedia bahasa Indonesia, ensiklopedia bebas. 30 Maret 2013.