

**SISTEM *FRANCHISE FEE* DAN *ROYALTY FEE* PADA
WARALABA ES TEH WAHYU DITINJAU DARI AKAD
MUSYARAKAH**

SKRIPSI



Oleh:

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
Sahrul Hibatulloh
NIM: 211105020065
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025**

**SISTEM *FRANCHISE FEE* DAN *ROYALTY FEE* PADA
WARALABA ES TEH WAHYU DITINJAU DARI AKAD
MUSYARAKAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
Oleh:
Sahrul Hibatulloh
NIM: 211105020065

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
2025

**SISTEM *FRANCHISE FEE* DAN *ROYALTY FEE* PADA
WARALABA ES TEH WAHYU DITINJAU DARI AKAD
MUSYARAKAH**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri
Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh:

Sahrul Hibatulloh
NIM: 211105020065

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Dr. H. Muhammad Fauzinudin Faiz, S.H.I., M.H.I.
NIP. 199108042023211023

**SISTEM FRANCHISE FEE DAN ROYALTY FEE PADA
WARALABA ES TEH WAHYU DITINJAU DARI AKAD
MUSYARAKAH**

SKRIPSI

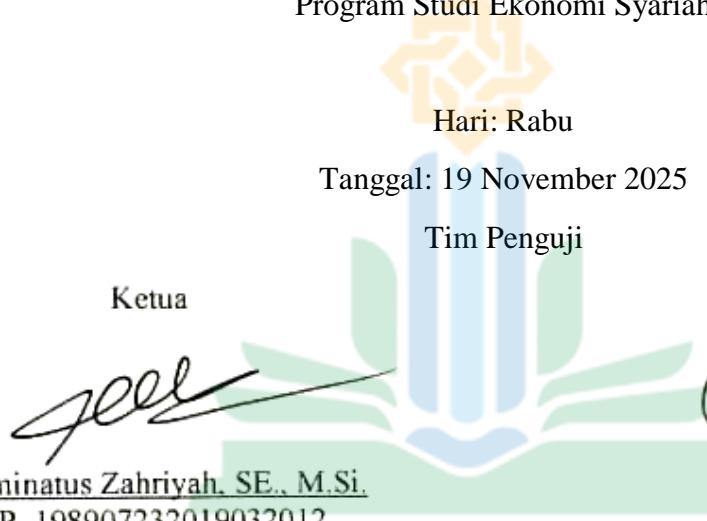
Telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu
persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari: Rabu

Tanggal: 19 November 2025

Tim Penguji

Ketua



Aminatus Zahriyah, SE., M.Si.
NIP. 198907232019032012

Sekretaris

Suprianik, S.E., M.Si.
NIP. 198404162019032008

Anggota

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ

1. Dr. Retna Anggitaningsih, S.E., M.M. CRMP.
2. Dr. H. Muhammad Fauzinudin Faiz, S.H.I., M.H.I.

(Retna)
(Fauz)



MOTTO

إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُؤْمِنَ الْمُحْتَرِفَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah mencintai hamba mukmin yang bekerja dengan keahlian dan kemitraan kerja sama profesional (partnership with skill and integrity).”*



* Shahih Muslim (no. 1988) dan Imam Al-Baihaqi dalam Syu'abul Iman (no. 20854)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, dengan menyebut nama Allah SWT yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, sholawat serta salam saya ucapkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW, karya tulis ini saya persembahkan kepada:

1. Untuk almarhumah ibu saya tercinta, Kholifah, yang selalu saya sayangi, cintai, rindukan, dan yang memiliki makna paling mendalam dalam hidup saya. Semoga Allah SWT melapangkan kuburnya dan menempatkannya di tempat paling mulia di sisi-Nya.
2. Untuk ayah saya, bapak Sholeh yang senantiasa mendukung saya secara finansial, memberikan doa, memberikan nasihat berharga, membimbing dengan penuh kasih selama ini.
3. Untuk kakak saya, Nur Kholis Ashadi yang selalu ada menemani dalam setiap perjalanan hidup saya. Terima kasih atas dukungannya di setiap langkah dan atas motivasi, nasihatnya yang selalu mengingatkan saya ketika berbuat salah, serta membiayai pendidikan saya hingga meraih gelar sarjana.
4. Untuk adik saya, Miftakhu Nur Arifa yang selalu memberi semangat, pengingat dalam setiap langkah, dan alasan untuk terus berjuang meraih mimpi.
5. Seluruh guru yang telah mendidik saya, mulai dari guru ngaji, guru di SD, MTs, MA, hingga seluruh dosen di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq, terima kasih atas ilmu yang telah diberikan.
6. Untuk teman-teman seperjuangan dari Ekonomi Syariah 2, Muhibbul Musthofah, dan Stay Halal Brother yang telah membersami dalam menimba

ilmu. Terima kasih atas kebersamaan, waktu, serta pengalaman berharga yang telah diberikan selama masa perkuliahan.

7. Untuk almamater tercinta, Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah memberikan saya kesempatan berharga dalam menuntut ilmu selama ini.



KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, penulis senantiasa mengucapkan syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan pelaksanaan, perencanaan, dan penulisan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana (S1).

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa syukur, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. H. Hepni, S.Ag., M.M., CPEM, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember yang telah menyediakan fasilitas untuk proses pembelajaran di kampus ini.
2. Dr. H. Ubaidillah, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah mempertahankan akreditasi fakultas ini dengan baik di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Dr. M.F. Hidayatullah, S.H.I., M.S.I., selaku ketua jurusan Ekonomi Islam yang telah memberikan arahan dan program kuliah di Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Dr. Sofiah, M.E., selaku Koordinator Program Studi Ekonomi Syariah yang telah memberikan bimbingan, arahan, perhatian dan doa yang sangat berarti bagi penulis.
5. Dr. H. Muhammad Fauzinudin Faiz, S.H.I., M.H.I., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu dan tenaga untuk memberikan

arah dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang terlaksanakan mulai dari pengesahan judul hingga skripsi ini selesai.

6. Prof. Dr. H. Babun Suharto, S.E., M.M. selaku dosen penasihat akademik yang telah membantu memberikan arahan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Ibu Dosen beserta Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah memberikan arahan kepada penulis dalam kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Segenap pihak Es Teh Wahyu yang telah memberikan izin dan memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman serta kemudahan dalam melakukan proses penelitian.
9. Semua pihak yang bersangkutan secara langsung atau tidak langsung yang telah membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua pihak. Penulis dengan senang hati menerima segala saran dan kritik yang bersifat membangun terkait penulisan ini. Akhirnya, dengan harapan agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, khususnya bagi penulis.

Jember, 27 Agustus 2025
Penulis,

Sahrul Hibatulloh
Nim. 211105020065

ABSTRAK

Sahrul Hibatulloh, 2025: *Sistem Franchise Fee Dan Royalty Fee Pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau Dari Akad Musyarakah*

Kata kunci: Waralaba, *Franchise Fee*, *Royalty Fee*, Musyarakah.

Bisnis waralaba (franchise) di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Para pelaku usaha baik pemula (start-up) maupun yang sedang mengembangkan bisnisnya memilih bisnis waralaba (*Franchise*) karena pertimbangan potensinya dalam menghasilkan keuntungan. Model kerja sama dalam waralaba modern memiliki keterkaitan erat dengan prinsip musyarakah, yaitu bentuk kemitraan dalam ekonomi Islam yang menekankan pencampuran kontribusi, pembagian keuntungan secara adil, serta tanggung jawab bersama atas pengelolaan usaha. Dalam konsep ini, setiap pihak berhak atas bagian usaha dan laba sesuai kesepakatan, selama hubungan kerja sama dijalankan dengan asas kejujuran, transparansi, dan keseimbangan risiko.

Fokus masalah dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana sistem pelaksanaan bisnis waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu? 2) Bagaimana pembayaran *Franchise Fee* dan pembagian *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu ditinjau dari akad Musyarakah?

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk mendeskripsikan sistem pelaksanaan bisnis waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu. 2) Untuk mendekripsikan pembayaran *Franchise Fee* dan pembagian *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu ditinjau dari akad musyarakah.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, jenis dekriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data penelitian ini melalui pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan verifikasi. Untuk menguji keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Kesimpulan dalam penelitian ini adalah: 1) Es Teh Wahyu menerapkan sistem pembayaran *Franchise Fee* sebesar Rp14.000.000,- yang wajib dibayar penuh di awal, dengan fasilitas berupa sarana usaha dan bahan baku awal, tanpa memberlakukan sistem *Royalty Fee*. 2) Ditinjau dari perspektif Islam, sistem kemitraan ini sejalan dengan prinsip musyarakah karena berlandaskan kontrak yang jelas, keadilan distribusi keuntungan, amanah, dan keterbukaan, serta bebas dari unsur gharar, maisir, dan riba.

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN SAMPUL	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN TIM PENGUJI	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian	1
B. Fokus Penelitian	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Definisi Istilah.....	8
F. Sistematika Pembahasan	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Penelitian Terdahulu	11
B. Kajian Teori	26
1. Pengertian <i>Franchise</i>	26
2. Elemen-elemen Pokok dalam <i>Franchise</i>	29

3. <i>Franchise Fee</i>	30
4. <i>Royalty Fee</i>	31
5. Mekanisme Pembayaran <i>Franchise Fee</i>	32
6. Mekanisme Pembayaran <i>Royalty Fee</i>	32
7. Hak dan Kewajiban antara Franchisor dengan <i>Franchisee</i>	34
8. Musyarakah	36
BAB III METODE PENELITIAN.....	42
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	42
B. Lokasi Penelitian.....	42
C. Subyek Penelitian.....	43
D. Teknik Pengumpulan Data.....	44
E. Analisis Data	45
F. Keabsahan Data.....	47
G. Tahap-Tahap Penelitian	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran Obyek Penelitian	50
B. Penyajian Data dan Analisis.....	53
C. Pembahasan Temuan.....	65
BAB V PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan	71
B. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....23



BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dalam perkembangan ekonomi modern, bisnis berbasis jaringan (*network-based business*) seperti waralaba atau *franchise* telah menjadi salah satu model usaha yang paling populer dan efektif dalam memperluas jangkauan pasar. Sistem ini memungkinkan replikasi merek dan standar operasional yang konsisten di berbagai wilayah, sehingga meminimalkan risiko kegagalan bisnis baru.¹ Islam sebagai agama yang komprehensif memberikan kebebasan kepada umatnya untuk berbisnis selama tetap berlandaskan prinsip keadilan, kejujuran, dan tanggung jawab sosial.² Prinsip ini sejalan dengan nilai-nilai syirkah (kerjasama) dalam muamalah, yang menekankan keseimbangan antara keuntungan, risiko, dan kontribusi para pihak.³ Oleh karena itu, topik tentang penerapan sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dalam konteks akad musyarakah menjadi penting untuk dikaji secara ilmiah.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas berbagai aspek bisnis waralaba, baik dari segi hukum, ekonomi, maupun syariah. Annisa Dyah Utami (2010) meneliti waralaba Bakmi Tebet dan menemukan bahwa

¹ Siti Annisatul Maghfiroh, “Franchise Sebagai Model Bisnis yang Efektif Dalam Ekonomi Modern”, *Multidisciplinary Journal Of Religion And Social Sciences (MJRS)*, Volume 2, Nomor 1, Tahun 2025. https://www.researchgate.net/publication/393860030_Franchise_sebagai_Model_Bisnis_yang_Efektif_dalam_Ekonomi_Modern

² M. Syafi'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001).

³ Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2020).

pembagian keuntungan antara *franchisor* dan *franchisee* didasarkan pada akad *syirkah al-‘Inan* yang menekankan keadilan dan transparansi, meskipun dalam praktiknya masih ditemukan potensi ketimpangan.⁴ Norhayati (2023) dalam penelitiannya tentang Es Teh Anak Negeri menyoroti kelemahan kontrak waralaba dari sisi hukum Islam karena tidak mengatur sanksi bagi pelanggaran hak kekayaan intelektual.⁵ Dari perspektif ekonomi Islam, banyak studi menegaskan pentingnya penerapan prinsip syirkah yang menuntut kejelasan modal, kerja, dan hasil. Namun, sebagian besar penelitian masih bersifat deskriptif dan belum mengulas secara mendalam bagaimana implementasi sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dijalankan sesuai dengan prinsip musyarakah dalam praktik bisnis waralaba minuman.

Meskipun model bisnis waralaba dianggap efisien dan menguntungkan, dalam praktiknya masih terdapat ketimpangan dalam pembagian keuntungan serta kurangnya transparansi antara *franchisor* dan *franchisee*. Sebagaimana hasil penelitian Ananda Olivia Putri dkk. (2025) yang menunjukkan bahwa pelaku UMKM di Kabupaten Jember masih belum sepenuhnya menerapkan prinsip keuangan syariah secara optimal, khususnya dalam aspek transparansi dan keadilan.⁶ Fenomena ini sering menimbulkan

⁴ Annisa Dyah Utami, “Konsep Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah” (Skripsi UIN Jakarta, 2010), 88.

⁵ Norhayati, “Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam,” *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory (IJIJEL)*, Vol. 1, No. 3 (2023). <https://doi.org/10.62976/ijijel.v1i3.87>

⁶ Ananda Olivia Putri, Rini Puji Astuti, Revy Aulia Putri, dan Nur Roziq Ramadhani, “Analisis Penerapan Prinsip Manajemen Keuangan Syariah Pada UMKM Di Kabupaten Jember”, *Jurnal Penelitian Nusantara*, Vol. 1, No. 5 (2025). <https://padangjurnal.web.id/index.php/menuulis/article/view/227>

konflik bisnis, terutama ketika salah satu pihak merasa terbebani oleh sistem *royalty fee* yang tidak proporsional dengan hasil usaha. Dalam konteks ekonomi Islam, kondisi tersebut berpotensi menyalahi prinsip keadilan dan kerelaan yang menjadi dasar akad musyarakah. Permasalahan utama yang muncul adalah bagaimana sistem *franchise fee* dan *royalty fee* dapat disusun agar selaras dengan prinsip syirkah yang menjamin keadilan, keterbukaan, dan keseimbangan hak serta kewajiban kedua belah pihak.

Kajian tentang waralaba dalam perspektif ekonomi syariah umumnya masih berfokus pada analisis hukum kontraktual, bukan pada implementasi nyata sistem pembagian keuntungan berbasis musyarakah. Penelitian mengenai waralaba minuman seperti Es Teh Wahyu masih sangat terbatas, padahal bisnis ini berkembang pesat di berbagai daerah dan memiliki karakteristik operasional yang unik. Belum banyak penelitian yang mengkaji bagaimana mekanisme *franchise fee* dan *royalty fee* diterapkan dalam bisnis minuman berbasis kemitraan kecil-menengah, serta sejauh mana sistem tersebut mencerminkan nilai-nilai keadilan syariah. Inilah *research gap* yang perlu diisi melalui penelitian empiris yang lebih mendalam dan kontekstual.

Kementerian perdagangan meyakini, industri waralaba atau *franchise* masih akan bergeliat di tengah pelemahan daya beli masyarakat. Pemerintah mengacu pada rilis Badan Pusat Statistik bahwa pertumbuhan ekonomi Indonesia mencapai 5,12 persen pada triwulan.⁷ Angka pertumbuhan 5,12

⁷ Yosepha Debrina Ratih Pusparisa, Usaha Waralaba atau “Franchise” Masih Penuh Potensi, *kompas.id*, 2025.

persen itu dianggap membuktikan bahwa daya beli masyarakat tidak melemah. Fenomena ini membuktikan bahwa sistem waralaba memberikan jaminan kestabilan bisnis yang lebih tinggi melalui pengelolaan merek dan sistem manajemen yang terstandar. Di sisi lain, tingginya minat masyarakat terhadap waralaba minuman kekinian seperti Es Teh Wahyu menunjukkan adanya peluang besar di sektor ini. Es Teh Wahyu yang berdiri di Kabupaten Jember telah berkembang pesat dengan lebih dari 19 mitra tersebar di Jember dan Bondowoso. Namun, pesatnya pertumbuhan tersebut belum diimbangi dengan kajian ilmiah yang menilai apakah sistem pembagian *franchise fee* dan *royalty fee* yang diterapkan telah sesuai dengan prinsip keadilan dalam akad musyarakah. Selain itu, dalam peta persaingan usaha minuman di Kabupaten Jember, terdapat dua merek yang berada pada segmen produk serupa, yaitu Es Teh Segala Umat dan Nesya Drink.⁸ Kedua merek ini menjalankan usahanya secara mandiri dan tidak membuka sistem franchise atau kemitraan kepada pihak lain. Seluruh aktivitas operasional, penggunaan merek, dan perluasan usaha dikelola langsung oleh pemilik tanpa memberikan hak pengelolaan kepada mitra.⁹ Kondisi ini menunjukkan bahwa Es Teh Wahyu menjadi salah satu pelaku usaha minuman es teh lokal yang mengembangkan model kemitraan terstruktur melalui sistem franchise.

Penelitian ini berfokus pada waralaba Es Teh Wahyu yang berpusat di Kabupaten Jember, Jawa Timur. Sebagai salah satu daerah dengan

⁸ Nesya Drink (@nesya_drink), “Pengumuman Resmi Nesya Drink,” Sorotan instagram, 29 Juni 2023.

⁹ Es Teh Segala Umat (@jstea.co), “Kemitraan,” Sorotan instagram, 1 Mei 2023.

pertumbuhan ekonomi mikro yang cepat, Jember menjadi lokasi yang menarik untuk meneliti model bisnis kemitraan berbasis syariah. Es Teh Wahyu menjadi representasi usaha lokal yang mampu menggabungkan inovasi rasa dengan sistem kemitraan modern. Model *franchise* yang diterapkan melibatkan *franchise fee* sebagai biaya awal dan *royalty fee* sebagai kontribusi periodik dari penjualan. Namun, belum diketahui sejauh mana sistem tersebut mencerminkan prinsip musyarakah yang menuntut keadilan dalam kontribusi, risiko, dan pembagian hasil.¹⁰ Oleh karena itu, konteks lokal ini menjadi penting untuk dianalisis secara mendalam.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan meninjau sistem *franchise fee* dan *royalty fee* pada waralaba Es Teh Wahyu dalam perspektif akad musyarakah. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis terhadap pengembangan ilmu ekonomi Islam, khususnya dalam bidang kemitraan bisnis syariah, serta memberikan manfaat praktis bagi pelaku usaha waralaba agar dapat menerapkan sistem bagi hasil yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip syariah. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya relevan secara akademik, tetapi juga memiliki nilai aplikatif bagi penguatan model bisnis waralaba syariah di Indonesia.

¹⁰ Ahmad Nasution, “Keadilan dalam Pembagian Hasil pada Akad Musyarakah Perspektif Ekonomi Islam,” *Al-Masharif: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah* 10, no. 1 (2022): 45–59.

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana sistem pelaksanaan bisnis waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu ?
2. Bagaimana pembayaran *Franchise Fee* dan pembagian *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu ditinjau dari akad Musyarakah?

C. Tujuan Penelitian

Berlandaskan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Untuk mendeskripsikan sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu.
2. Untuk mendekripsikan pembayaran *Franchise Fee* dan pembagian *Royalty Fee* pada Es Teh Wahyu ditinjau dari akad Musyarakah dalam Ekonomi Islam.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik dalam pengembangan pendidikan baik teori maupun praktik. Beberapa manfaat yang dihasilkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan terutama pada aspek sistem pelaksanaan bisnis waralaba, *Franchise Fee* dan royalty, serta

dapat menambah referensi bagi lembaga pendidikan lainnya dalam pengembangan program studi Ekonomi Syariah.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperoleh pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang lebih mendalam mengenai topik yang diteliti, serta menjadi wadah untuk pengembangan diri sekaligus sarana untuk menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama kuliah secara praktis..

b. Bagi Instansi

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember serta mahasiswa dalam memperluas wawasan terkait sistem pelaksanaan bisnis waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* ditinjau dari akad Musyarakah.
- 2) Diharapkan dapat berfungsi sebagai salah satu sumber dukungan dan referensi dalam proses pembelajaran di Kampus UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

c. Bagi Masyarakat

- 1) Diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba ditinjau dari akad musyarakah.

- 2) Diharapkan dapat menjadi refrensi bagi masyarakat yang tertarik mendalami topik serupa mengenai sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba.
- d. Bagi Es Teh Wahyu
 - 1) Diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi dari sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba ditinjau dari akad Musyarakah. Sehingga kedepannya Es Teh Wahyu bisa lebih baik lagi dalam membuat sistem *Franchise* yang ada, sehingga diharapkan memiliki pewaralaba sesuai target.

E. Definisi Istilah

1. *Franchise Fee*

Sebuah usaha atau kerja sama yang melibatkan dua pihak secara langsung. Pada bisnis *Franchise*, pihak pemilik waralaba (franchisor) akan memberikan hak kepada pihak pertama atau penerima waralaba (*Franchisee*).

2. *Royalty Fee*

Royalti adalah biaya rutin yang dibayarkan oleh penerima waralaba (*franchisee*) kepada pemberi waralaba (franchisor). Biaya ini meliputi penggunaan merek dagang dan dukungan yang diberikan franchisor. Secara sederhana, ini seperti pembagian pendapatan antara investor dan pemilik merek, di mana investor menggunakan nama merek tersebut dalam menjalankan bisnisnya.

3. *Musyarakah*

Kemitraan terjadi ketika dua individu atau lebih bersepakat untuk bekerja sama demi mencapai keuntungan finansial. Konsep ini memiliki landasan dalam ajaran Islam, di mana setiap pihak bersepakat untuk mengelola dan berbagi hasil dari usaha bersama sesuai kontribusi mereka masing-masing.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan merupakan penjelasan tentang alur pembahasan skripsi, dimulai dari bab pendahuluan hingga bab penutup. Oleh karena itu, disusunlah sistematika pembahasan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang berisi berbagai komponen dasar penelitian, yang mencakup latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan sistematika pembahasan.

BAB II Kajian Pustaka, dalam bab ini berisi pembahasan mengenai penelitian terdahulu yang memiliki hubungan dan relevansi dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Selain itu, bagian ini juga memaparkan kajian teori yang mendukung penelitian.

BAB III Metode Penelitian, Bagian ini berisi metode-metode yang akan digunakan oleh penulis, mencakup pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, validitas data, dan tahapan-tahapan penelitian yang dilakukan.

BAB IV Penyajian Data dan Analisis, Bagian ini berisi pemaparan data dan hasil penelitian terkait permasalahan yang telah dirumuskan,

meliputi deskripsi objek penelitian, penyajian dan analisis data, serta pembahasan temuan penelitian.

BAB V Penutup, Bagian ini adalah bagian akhir yang berisi kesimpulan dan saran-saran dari peneliti.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini, peneliti menyajikan berbagai hasil penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, baik yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Ummi Salamah pada tahun 2025 dengan judul “Usaha Waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) Syariah”.¹¹ Penelitian ini berangkat dari fenomena perkembangan pesat usaha waralaba (*Franchise*) dan multilevel marketing (MLM) dalam dua bisnis modern. Kedua model usaha ini dianggap menawarkan peluang bisnis dengan risiko relatif rendah karena memiliki sistem manajemen dan operasional yang terstruktur. *Franchise* menarik bagi pengusaha pemula karena bisa langsung menjalankan bisnis dengan merek yang terbukti berhasil, sedangkan MLM memungkinkan orang memperoleh penghasilan dari penjualan produk sekaligus jaringan yang dibangun. Namun, dalam perspektif hukum islam, muncul problematika terkait keabsahan sistem bisnis waralaba dan MLM. Beberapa praktik yang dinilai menyimpang dari prinsip syariah karena mengandung unsur gharar (ketidakjelasan), penipuan, riba, dan eksplorasi. Oleh karena itu, muncullah konsep waralaba syariah dan MLM syariah yang didesain agar transaksi bebas

¹¹ Ummi Salamah, “Usaha Waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) Syariah”, *Jurnal Edukasi Hukum* Volome 4 Nomor 1 Tahun 2025, <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ey/article/view/26282>.

dari unsur terlarang, adil, transparan, dan hanya menggunakan produk halal. Di Indonesia, tren ini mulai berkembang positif, bahkan beberapa perusahaan telah mendapat sertifikasi dari DSN-MUI, meski pemahaman masyarakat masih terbatas. Hasil dari penelitian ini adalah waralaba dan MLM pada dasarnya diperbolehkan dalam Islam sekama memenuhi prinsip syariah, waralaba syariah menekankan kejelasan akad, pembagian keuntungan berdasarkan proporsi (bukan royalti tetap yang berpotensi zalim), serta pencatatan kontrak yang transparan, dan MLM syariah harus berbasis pada penjualan produk nyata, memiliki sistem bonus yang adil, tidak menjanjikan kekayaan instan dan sesuai fatwa DSN-MUI.

Kesamaan dengan studi ini adalah objek kajian utama yang sama-sama membahas sistem waralaba, keduanya menggunakan sudut pandang syariah, sama-sama menghubungkan waralaba dengan akad muamalah yakni syirkah, kemudian jenis penelitian kualitatif meskipun dengan pendekatan yang berbeda. Adapun perbedaannya yaitu pendekatan penelitian menggunakan penelitian yuridis normatif (kajian pustaka, regulasi, fatwa DSN-MUI, teori hukum islam) sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif yang meliputi observasi, wawancara, serta dokumentasi.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Aulia Usli Fatun Abdilah, Irvan Iswand, dan Siti Ngainnur Rohmah pada tahun 2024 dengan judul Implementasi Akad Musyarakah Pada Bisnis *Franchise* Kopi Janji Jiwa Di Food Court

“Haurgeulis Punya Cerita”.¹² Latar belakang penelitian ini adalah *Franchise* merupakan salah satu bentuk kerja sama modern di mana franchisor memberikan hak kepada mitra untuk menggunakan merek, sistem, dan SOP. Kemudian, fenomena *Franchise* minuman kopi (seperti kopi janji jiwa) menjadi tren bisnis di Indonesia khususnya di kalangan muda dan pebisnis F&B karena brand sudah kuat dan sistemnya jelas. Hasil dari penelitian ini adalah pembayaran *Franchise Fee*, management fee, dan biaya operasional wajib dibayar oleh *Franchisee* dan *Franchisee* memperoleh keuntungan 100% dari keuntungan penjualan, sedangkan franchisor mendapat keuntungan dari *Franchise Fee*, management fee, dan penjualan bahan baku.

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya dalam hal menilai *Franchise* dengan perspektif akad musyarakah, menekankan keadilan, transparansi, dan bagi hasil sesuai syariah. Adapun perbedaanya pada objek penelitian dan fokus pembahasan yakni pada *Franchise* kopi janji jiwa di food court “haurgeulis punya cerita” dengan fokus pada implementasi akad musyarakah sedangkan peneliti pada *Franchise* Es teh Wahyu dengan fokus sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*.

3. Penelitian yang dilakukan oleh Saharudin, Masrofi Bahrul Ulum, dan Muhamad Shodaqta Ian Syahputra pada tahun 2024 dengan judul “The

¹² Aulia Usli Fatun Abdilah, Irvan Iswand, Siti Ngainnur Rohmah, “Implementasi Akad Musyarakah Pada Bisnis *Franchise* Kopi Janji Jiwa Di Food Court “Haurgeulis Punya Cerita”, *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, Vol. 2, No. 1 (2024): 20-32, <https://journals.iai-alzaytun.ac.id/index.php/mueamala/article/view/auliausli>.

Profit-Sharing Method in *Franchise* Business from the Perspective of Islamic Economic Law".¹³ Latar belakang penelitian ini berangkat dari fenomena dalam era perdagangan global, *Franchise* berkembang pesat sebagai salah satu model bisnis populer di Indonesia. *Franchise* banyak diminati karena dianggap efektif, efisien, dan minim risiko sebab *Franchisee* (mitra) mendapatkan hak penggunaan merek, sistem operasional, serta dukungan manajemen dari franchisor. Namun, dalam praktiknya muncul isu keadilan dalam sistem bagi hasil dan pembayaran *Royalty Fee* meskipun usaha belum menghasilkan keuntungan. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa *Franchise* sah menurut hukum Islam selama objek akad halal, sistem royalti berbasis omzet yang wajib dibayar meskipun rugi berpotensi merugikan *Franchisee*, dalam syariah *Royalty Fee* tidak boleh dibayarkan sebelum ada keuntungan nyata karena bertentangan dengan prinsip bagi hasil.

Studi ini memiliki kesamaan dengan penelitian sebelumnya, yaitu sama-sama mengkaji bisnis waralaba sebagai sistem kemitraan usaha yang melibatkan franchisor dan *Franchisee*. Adapun perbedaanya yakni terdapat pada jenis penelitian yang menggunakan normatif yuridis, menelaah regulasi, literatur, dan fatwa sedangkan peneliti menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi lapangan. Perbedaan selanjutnya terdapat dalam objek penelitian, yang membahas *Franchise* secara global

¹³ Saharudin, Masrofi Bahrul Ulum, Muhamad Shodaqta Ian Syahputra, "The Profit-Sharing Method in *Franchise* Business from the Perspective of Islamic Economic Law", *Internasional Journal of Islamic Studies*, Volume 2 Number 1 (2024), <https://journal.csspublishing.com/index.php/nizam/article/view/1015>.

tanpa fokus pada satu merek tertentu sedangkan peneliti lebih spesifik pada satu merek tertentu yakni *Franchise* Es Teh Wahyu.

4. Penelitian yang dilakukan oleh Dewi Pratika, Achmad Irwan Hamzani, dan Moh. Taufik pada tahun 2024 dengan judul “Perspektif Hukum Islam Dalam Sistem Bagi Hasil Waralaba (Francise) Di Indonesia”.¹⁴ Latar belakang dari penelitian ini berangkat dari pesatnya perkembangan bisnis waralaba (*Franchise*) dalam satu dekade terakhir. Model usaha ini semakin banyak diminati baik oleh pelaku usaha pemula maupun pengusaha yang telah mapan, sebab dianggap lebih instan, praktis, dan menjanjikan keuntungan. Namun, di balik pertumbuhan tersebut muncul problematika dalam sistem pembagian hasil. Praktik bagi hasil dalam waralab kerap kali di tentukan sepihak oleh pihak franchisor, sehingga *Franchisee* (mitra) sering berada pada posisi yang dirugikan. Hasil dari penelitian ini adalah waralaba sah secara hukum (diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 dan Permendag No. 71 Tahun 2019).

Persamaan penelitian ini adalah pendekatan hukum islam yang digunakan sama yakin meninjau praktik *Franchise* dari perspektif ekonomi syariah, khususnya konsep musyarakah. Adapun perbedaannya yaitu metode penelitian melalui studi literatur dengan jalan mempelajari buku, perundang-undangan, dan bahan tertulis lainnya sedangkan peneliti menggunakan metode kualitatif.

¹⁴ Dewi Pratika, Achmad Irwan Hamzani, Moh. Taufik, “Perspektif Hukum Islam Dalam Sistem Bagi Hasil Waralaba (Francise) Di Indonesia”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, Vol. 4, No. 1 Maret 2024, <https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/316>.

5. Penelitian oleh Vita Hafsari dan Annisa Sativa pada tahun 2023 dengan judul “*Royalty Fee Penggunaan Merk Pada Sistem Franchise UMKM Kebab Goceng Di Kota Medan Perspektif Fatwa DSN MUI No.114/Ix*”.¹⁵ Penelitian ini berangkat dari fenomena ketidaksesuaian antara praktik penetapan *Royalty Fee* pada Kebab Goceng dengan prinsip syariah menurut Fatwa DSN MUI No. 114. Di Indonesia, sistem waralaba diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007, sedangkan dari perspektif hukum Islam, rujukan utamanya adalah Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Syirkah. Fatwa ini menekankan prinsip keadilan, transparansi, pembagian keuntungan berdasarkan nisbah yang proporsional, serta komitmen terhadap risiko dan kerugian. Hasil dari penelitian ini menyebutkan *Franchise Kebab Goceng* menerapkan sistem fixed *Royalty Fee* (jumlah tetap Rp1 juta/bulan) tanpa memperhatikan naik-turunnya omzet atau keuntungan yang diperoleh mitra.

Persamaan penelitian ini adalah metode penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan menggunakan wawancara, observasi, serta dokumentasi. Adapun perbedaannya terdapat pada isi yang Menyoroti masalah *Royalty Fee* yang ditetapkan secara fixed (Rp1 juta/bulan) tanpa memperhatikan omzet (belum sesuai syariah). Sedangkan penelitian peneliti mengkaji mekanisme *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Rendy Ramanda dan Yoestanti pada tahun 2023 dengan judul “Pengaruh Brand Positioning dan Biaya

¹⁵ Vita Hafsari, Annisa Sativa, “*Royalty Fee Penggunaan Merk Pada Sistem Franchise UMKM Kebab Goceng Di Kota Medan Perspektif Fatwa DSN MUI No.114/Ix*”, *UNES LAW REVIEW*, Vol. 6, No. 1, September 2023, <https://reviewunes.com/index.php/law/article/view/1148>.

Waralaba (*Franchise Fee*) Terhadap Pembelian Waralaba (*Franchise Purchase*) Pada Usaha “Segera” (Studi di Kota Semarang dan Kabupaten Kendal)¹⁶. Latar belakang dari penelitian ini adalah Waralaba di bidang kuliner menjadi salah satu sektor yang paling diminati karena menawarkan peluang pasar yang luas dan stabil. Namun demikian, keberhasilan suatu bisnis *Franchise* tidak hanya bergantung pada kualitas produk, melainkan juga pada strategi pemasaran, khususnya brand positioning, serta faktor finansial berupa *Franchise Fee*. Brand positioning memiliki peran krusial dalam membangun persepsi konsumen dan calon pewaralaba mengenai reputasi merek, diferensiasi produk, dan daya saing usaha. Merek yang memiliki posisi kuat di pasar dinilai lebih menjanjikan keberlanjutan usaha sehingga mampu menarik minat *Franchisee* untuk melakukan pembelian waralaba. Hasil dari penelitian ini menyebutkan bahwa brand positioning dan biaya waralaba (*Franchise Fee*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian waralaba oleh para *Franchisee*. Secara parsial, brand positioning berperan penting dalam membentuk citra dan reputasi merek “Segera” di benak konsumen maupun calon mitra bisnis.

Dalam riset ini, terdapat kesamaan yakni berfokus pada bisnis waralaba. Adapun perbedaannya yakni variabel yang diteliti yang menganalisis brand dan *Franchise Fee* sementara peniliti menitik

¹⁶ Rendy Ramanda, Yoestini, “Pengaruh Brand Positioning dan Biaya Waralaba (*Franchise Fee*) Terhadap Pembelian Waralaba (*Franchise Purchase*) Pada Usaha “Segera” (Studi di Kota Semarang dan Kabupaten Kendal)”, *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2023, <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/38684>.

beratkan pada *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*. Kemudian perbedaan selanjutnya dari metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda sedangkan peneliti menggunakan pendekatan kualitatif.

7. Penelitian oleh Andi Fariana, Naufal Fadillah dan Novita Fildzah pada tahun 2023 dengan judul “Mempercepat Pertumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.¹⁷ Latar belakang dari penelitian ini muncul dari pertanyaan mengenai kesesuaian konsep waralaba dengan hukum ekonomi syariah. Prinsip utama dalam syariah, seperti larangan riba, penghindaran gharar (ketidakpastian), serta penerapan bagi hasil (profit sharing), menjadi landasan penting untuk menilai praktik waralaba. Oleh karena itu, kajian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami sejauh mana model waralaba dapat menjadi instrumen percepatan pertumbuhan UMKM dengan tetap selaras dengan nilai-nilai Islam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa waralaba pada dasarnya sejalan dengan prinsip-prinsip ekonomi syariah apabila dijalankan dengan memenuhi unsur keadilan, transparansi, dan kemitraan.

Kesamaan dari penelitian ini adalah keduanya sama-sama meninjau praktik waralaba dalam perspektif ekonomi Islam, terutama dengan menekankan prinsip keadilan, transparansi, dan kemitraan yang sesuai

¹⁷ Andi Fariana, Naufal Fadillah, Novita Fildzah, “Mempercepat Pertumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , Vol. 9, No. 3 (2023): 3891-3897, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/10503>.

dengan akad syariah. Dari sisi metodologi, meskipun berbeda pendekatan, keduanya menggunakan analisis deskriptif untuk menguraikan relevansi praktik waralaba dengan hukum syariah. Adapun perbedaannya terletak pada fokus kajiannya. Penelitian ini membahas waralaba secara umum sebagai instrumen untuk mempercepat pertumbuhan UMKM, dengan menekankan keselarasan model *Franchise* terhadap prinsip ekonomi syariah dan kontribusinya terhadap pemerataan ekonomi. Sementara itu, peneliti lebih spesifik mengkaji praktik waralaba Es Teh Wahyu, dengan fokus pada mekanisme *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* serta kesesuaiannya dengan akad syirkah dalam hukum Islam.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Jurnal Zamalludin Sembiring, dan Iskandar Zulkarnaen pada tahun 2022 dengan judul “Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut K.U.H. Perdata”.¹⁸ Latar belakang dari penelitian bermula dari Pembangunan ekonomi menjadi fokus utama di Indonesia karena keberhasilannya berdampak langsung pada pembangunan di bidang lain. Salah satu strategi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat adalah melalui kewirausahaan. Namun, mendirikan bisnis sendiri memiliki risiko tinggi, terutama terkait ketiadaan pasar dan sistem yang belum mapan. Hasil dari penelitian ini adalah *Franchisee* sering melakukan

¹⁸ Zamalludin Sembiring, Iskandar Zulkarnaen, “Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut K.U.H. Perdata”, *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, Volume 4, Nomor 6 (2022), <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/10158>.

wanprestasi dengan terlambat membayar fee, melanggar ketentuan operasional, atau tidak mematuhi standar pelayanan dan Franchisor juga bisa wanprestasi, misalnya tidak memberikan pelatihan, fasilitas, atau dukungan yang dijanjikan.

Persamaan dari penelitian ini adalah kedua penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif, dengan pengumpulan data lewat wawancara, observasi, dan studi dokumen. Adapun perbedaannya yaitu menemukan bahwa masih ada ketidaksesuaian dalam penerapan musyarakah pada waralaba minuman, terutama dalam pembagian modal dan keuntungan.

9. Penelitian oleh Andi Nur Afifah, Sohrah dan Muslilimin Kara pada tahun 2021 dengan judul “*Royalty Fee* Bisnis Waralaba Ritel di Kota Makassar Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”.¹⁹ Latar belakang penelitian ini berangkat dari semakin berkembangnya bisnis waralaba (*Franchise*) di Indonesia, khususnya di Kota Makassar, yang banyak bergerak di sektor ritel. Dalam sistem waralaba, ada sebuah ikatan hukum yang terjalin antara pihak yang memberikan waralaba (franchisor) dan pihak yang menerima waralaba (franchisee) termasuk adanya kewajiban pembayaran *Franchise Fee* dan *Royalty Fee*. Dalam perspektif Islam, praktik bisnis harus terhindar dari unsur riba, gharar, tadlis, dan maisir, sehingga sistem *Royalty Fee* perlu dikaji secara mendalam agar sesuai dengan prinsip hukum ekonomi syariah. Fenomena yang diamati peneliti adalah adanya perbedaan penerapan sistem kontrak dan pembayaran

¹⁹ Andi Nur Afifah, Sohrah, Muslilimin Kara, “*Royalty Fee* Bisnis Waralaba Ritel di Kota Makassar Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”, *Jurnal Bidang Kajian Islam*, Vol. 7, No. 1 (2021): 139-158, <https://journal.stiba.ac.id/index.php/nukhbah/article/view/296>.

Royalty Fee antar perusahaan ritel, yang menimbulkan pertanyaan apakah praktik tersebut sudah sesuai dengan syariat Islam atau justru menyalahi ketentuannya. Hasil dari penelitian ini adalah Perusahaan X dinilai sah dari segi akad, tetapi bermasalah pada aspek riba dan objek produk sedangkan perusahaan Y lebih sesuai syariat pada aspek objek mekanisme *Royalty Fee*, namun bermasalah dalam keabsahan akad karena tidak ada kesepakatan tertulis yang jelas.

Persamaan dari penelitian ini adalah keduanya sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Adapun perbedaanya terletak pada konteks penelitian yakni penelitian ini bersifat multi-kasus dan komparatif antar perusahaan ritel modern sedangkan peneliti bersifat studi kasus tunggal yang lebih fokus pada usaha minuman kekinian.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Mufti Afif, Asifah Itsna Rosidah, Nur Hidayah Al Amin dan Ahmad Suminto pada tahun 2021 dengan judul “The Analysis of *Franchise Fee* and *Royalty Fee* Systems in the Business of Nyoklat Klasik™ Based on al-Mu‘amalah al-Maliyah Perspective”.²⁰ Latar belakang dari penelitian ini adalah Penelitian ini berangkat dari fenomena rendahnya rasio kewirausahaan di Indonesia. Meskipun jumlah penduduk sangat besar, kualitas sumber daya manusia dan jumlah pengusaha masih terbatas, hanya sekitar 3,1% dari total populasi.

²⁰ Mufti Afif, Asifah Itsna Rosidah, Nur Hidayah Al Amin, Ahmad Suminto, “The Analysis of *Franchise Fee* and *Royalty Fee* Systems in the Business of Nyoklat Klasik™ Based on al-Mu‘amalah al-Maliyah Perspective”, *Journal of Finance Islamic Banking*, Vol. 4, No. 2 June-December 2021, <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/jfib/article/view/4939>.

Padahal, untuk menopang struktur ekonomi yang kuat, Indonesia membutuhkan minimal empat juta wirausaha baru. Salah satu alternatif pengembangan usaha dengan modal lebih efisien adalah melalui sistem waralaba (*Franchise*). Waralaba memiliki keunggulan berupa sistem bisnis yang teruji, dukungan manajemen, serta peluang pasar yang luas. Namun, dalam perspektif hukum Islam, praktik *Franchise* harus ditelaah agar sesuai dengan prinsip al-mu‘amalah al-maliyah, yang menekankan tauhid, larangan riba, larangan gharar dan maisyir, serta kewajiban berbagi manfaat dan risiko secara adil. Hasil penelitian ini adalah *Franchise Fee* dibayar dua tahap: 50% setelah kontrak ditandatangani dan sisanya sebelum pengiriman perlengkapan, *Royalty Fee* dibayar per tahun, bukan bulanan, dan tidak ditemukan praktik bunga atau tambahan dalam transaksi.

Persamaan dari penelitian ini adalah Keduanya menggunakan penelitian kualitatif dengan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memperoleh data lapangan. Adapun perbedaan dari penelitian ini yaitu *Franchise Fee* dibayar 50% saat kontrak dan sisanya sebelum pengiriman perlengkapan; *Royalty Fee* dibayar per tahun (Rp 1–3 juta) dengan tambahan keuntungan dari repeat order bahan baku. Sedangkan penelitian peneliti menyebutkan *Franchise Fee* dibayar sekali di awal (\pm Rp 14 juta termasuk booth, bahan baku, promosi).

Tabel 1.1
Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
1.	Jurnal Ummi Salamah (2025)	Usaha Waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) Syariah	Kedua penelitian menelaah mekanisme transaksi dan distribusi keuntungan agar sesuai dengan prinsip syariah.	Penelitian terdahulu menggunakan kajian umum hukum Islam terhadap dua jenis usaha (<i>Franchise</i> dan MLM) sedangkan Penelitian ini spesifik meninjau akad musyarakah dalam sistem <i>Franchise Fee</i> dan <i>Royalty Fee</i> .
2.	Jurnal Aulia Usli Fatun Abdilah, Irvan Iswand, Siti Ngainnur Rohmah (2024)	Implementasi Akad Musyarakah Pada Bisnis <i>Franchise</i> Kopi Janji Jiwa Di Food Court “Haurgeulis Punya Cerita”		Fokus penelitian.
3.	Jurnal Saharudin, Masrofi Bahrul Ulum, Muhamad Shodaqta Ian Syahputra (2024)	The Profit-Sharing Method in <i>Franchise</i> Business from the Perspective of Islamic Economic Law	Keduannya sama-sama bertujuan untuk mengukur apakah mekanisme profit-sharing dalam <i>Franchise</i> sesuai dengan prinsip syariah.	Penelitian terdahulu lebih teoritis dan konseptual mengenai metode profit-sharing sedangkan Penelitian ini lebih aplikatif dan empiris, langsung menilai praktik pada brand

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
4.	Jurnal Dewi Pratika, Achmad Irwan Hamzani, Moh. Taufik (2024)	Perspektif Hukum Islam Dalam Sistem Bagi Hasil Waralaba (Francise) Di Indonesia	Keduanya sama-sama meneliti sistem bagi hasil dalam waralaba (<i>Franchise</i>), khususnya terkait praktik ekonomi modern di Indonesia.	Penelitian ini menggunakan akad musyarakah sebagai dasar analisis sedangkan penelitian terdahulu menggunakan pendekatan bagi hasil secara umum dalam hukum Islam, tanpa membatasi pada satu akad tertentu.
5.	Jurnal Vita Hafsari, (2023)	“ <i>Royalty Fee</i> Penggunaan Merk Pada Sistem <i>Franchise</i> UMKM Kebab Goceng Di Kota Medan Perspektif Fatwa DSN MUI No.114/Ix”	Sistem <i>Franchise</i> dan pendekatan yang digunakan dalam penelitian yakni menggunakan metode kualitatif.	Fokus penelitian, yaitu penelitian ini berfokus kepada Fatwa DSN MUI No.114/Ix,
6.	Jurnal Rendy Ramanda, Yoestini (2023)	Pengaruh Brand Positioning dan Biaya Waralaba (<i>Franchise Fee</i>) Terhadap Pembelian Waralaba (<i>Franchise Purchase</i>) Pada Usaha “Segera” (Studi di Kota Semarang dan Kabupaten Kendal)	Sama-sama membahas tentang sistem <i>Franchise Fee</i> .	Metode penelitian ini menggunakan metode survei dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda. Variabel yang digunakan,

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
				dimana variabel dari penelitian ini adalah brand positioning.
7.	Jurnal Andi Fariana, Naufal Fadillah, Novita Fildzah (2023)	Mempercepat Petumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah	Sama-sama berkontribusi dalam literatur ekonomi Islam kontemporer, khususnya praktik bisnis modern dengan basis syariah.	Penelitian terdahulu menilai peran waralaba dalam pertumbuhan UMKM sedangkan Penelitian ini menelaah struktur fee dan royalti pada satu brand tertentu.
8.	Jurnal Zamalludin Sembiring, Iskandar Zulkarnaen (2022)	Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut K.U.H. Perdata.	Sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Objek penelitian dan fokus masalah
9.	Jurnal Andi Nur Afifah, Sohrah, Muslimin Kara (2021)	<i>Royalty Fee Bisnis Waralaba Ritel Di Kota Makassar Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah.</i>	Kedua penelitian menggunakan pendekatan hukum ekonomi syariah/mua malah sebagai landasan analisis	Objek Penelitian terdahulu waralaba ritel di Kota Makassar (objek lebih luas) sedangkan Penelitian ini waralaba Es Teh Wahyu (kasus lebih

No	Peneliti	Judul	Persamaan	Perbedaan
				spesifik).
10.	Jurnal Mufti Afif, Asifah Itsna Rosidah, Nur Hidayah Al Amin, Ahmad Suminto (2021)	The Analysis of <i>Franchise Fee</i> and <i>Royalty Fee</i> Systems in the Business of Nyoklat Klasik™ Based on al-Mu'amalah al-Maliyah Perspective.	Keduanya meneliti sistem <i>Franchise Fee</i> dan <i>Royalty Fee</i> dalam praktik waralaba sebagai fenomena bisnis kontemporer	Objek penelitian dan pendekatan analisis

Sumber: Data penelitian terdahulu dari tahun 2021-2025

B. Kajian Teori

1. Pengertian *Franchise*

Dalam dunia bisnis, istilah *Franchise* berasal dari bahasa Perancis, yang bermakna terbebas dari perhambaan. Konsep ini mengacu pada seorang pengusaha yang mendapatkan hak untuk menjalankan usaha tertentu secara mandiri di suatu area yang telah ditentukan.²¹ Menurut pemerintah Indonesia, waralaba adalah perjanjian ketika seseorang diberi hak untuk memakai atau hak atas kekayaan intelektual (HAKI), atau ciri khas bisnis yang dipunyai orang lain. Sebagai balasannya, orang ini harus mengikuti persyaratan yang sudah ditentukan untuk menjual barang atau jasa.²²

Di Indonesia, istilah franchising dikenal sebagai waralaba. Definisi ini berlandaskan pada Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 yang terbit pada 18 Juni 1997, mengatur tentang waralaba. Aturan ini lalu

²¹ Siti Masrohatin, *Hukum Bisnis: Teori Dan Praktek Di Indonesia*, STAIN Jember Press, 75.

²² Sonny Sumarso, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013, 74.

diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 yang terbit pada 30 Juli 1997.²³ Selanjutnya, hal ini didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/MDAG/PER/3/2006 Pasal 1 Ayat 1, yang mengatur ketentuan dan tata cara penerbitan surat tanda pendaftaran usaha waralaba. Dengan mempertimbangkan maksud dan prosedur yang tercantum dalam Peraturan Pemerintah tentang waralaba, dapat ditarik simpulan bahwa waralaba di Indonesia:

- a. Terdapat hubungan hukum yang tegas antara pihak yang memberikan waralaba dan pihak yang menerima waralaba.
- b. Dalam perjanjian waralaba, penerima waralaba memberikan sejumlah dana dan memenuhi persyaratan tertentu sebagai imbalan atas hak dan keistimewaan yang diberikan oleh pemberi waralaba.
- c. Penerima waralaba wajib memenuhi ketentuan yang tercantum dalam perjanjian.
- d. Pihak yang memberikan waralaba wajib memberikan dukungan serta pelatihan bagi sumber daya manusianya.

Dalam bukunya, Gunawan Widjaja menjabarkan beberapa definisi waralaba yang dikemukakan oleh para ahli.²⁴ Diantaranya adalah sebagai berikut:

²³ Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, 147.

²⁴ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, 7-11.

Menurut PH Collin dalam kamus hukumnya, waralaba adalah izin menjual produk atau jasa dengan memakai nama sebuah perusahaan. Sebagai gantinya, penerima waralaba wajib membayar royalti. Waralaba juga bisa diartikan sebagai tindakan menjual izin tersebut. Intinya, definisi ini menekankan bahwa nama dagang memiliki peran penting dalam waralaba, yang mana pemilik nama dagang menerima royalti sebagai imbalan.

Menurut Dictionary of Marketing Terms karya Betsy-Ann Toffler dan Jane Imber, waralaba adalah izin yang diberikan perusahaan (pewaralaba) kepada individu atau perusahaan lain untuk mengoperasikan gerai ritel, makanan, atau obat-obatan. Penerima izin (terwaralaba) setuju memakai nama, produk, layanan, promosi, penjualan, distribusi, dan metode pemasaran dari pewaralaba, serta elemen pendukung perusahaan lainnya. Definisi ini menekankan bahwa waralaba melibatkan kewajiban memakai sistem dan metode yang ditetapkan pewaralaba, termasuk hak memakai merek dagang.

Menurut Amir Karamoy, seorang konsultan waralaba, waralaba merupakan bentuk kemitraan bisnis antara pemilik merek dagang terkenal dengan sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang sudah teruji (pewaralaba), dan pihak yang memakai merek dan sistem tersebut (terwaralaba). Dalam perjanjian waralaba, pihak yang memberikan waralaba bertanggung jawab untuk menyediakan dukungan teknis, panduan pengelolaan, serta strategi pemasaran

kepada penerima waralaba. Sebagai imbalannya, penerima waralaba wajib membayar sejumlah dana kepada pihak pemberi waralaba. Relasi kemitraan ini diatur dalam perjanjian waralaba.²⁵

2. Elemen-elemen pokok dalam *Franchise*

Berdasarkan uraian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa waralaba memiliki beberapa elemen utama, yaitu:

- a. Pemberi waralaba adalah pihak (baik perusahaan maupun individu) yang memberikan izin kepada pihak lain (penerima waralaba) untuk memakai karakteristik khusus dari bisnis mereka, termasuk kekayaan intelektual seperti nama, merek, dan sistem operasional.
- b. Penerima waralaba merupakan badan usaha atau perorangan yang memperoleh hak memakai kekayaan intelektual atau karakteristik bisnis dari pemilik waralaba.
- c. Pemberian hak eksklusif dari pemilik waralaba kepada penerima waralaba mencakup beragam jenis hak kekayaan intelektual.
- d. Penetapan wilayah operasi atau Franchise Area untuk menjalankan bisnisnya di area yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba (Franchisor).
- e. Dalam perjanjian waralaba, terdapat Franchise Fee yakni pembayaran satu kali dari penerima waralaba (Franchisee) ke pemberi waralaba (Franchisor) sebagai imbalan atas hak penggunaan kekayaan intelektual. Sementara itu, Royalty Fee adalah pembayaran berkala,

²⁵ Rizal Calvary Marimbo, *Rasakan Dahsyatnya Usaha Franchise*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2007, 4.

umumnya bulanan, berdasarkan omzet penjualan yang dibayarkan Franchisee kepada Franchisor sebagai kontribusi dari operasional usaha.

f. Franchisor biasanya menetapkan standar kualitas yang harus diikuti oleh Franchisee, yang rinciannya tertuang dalam buku panduan operasional. Buku ini berisi metode menjalankan bisnis waralaba. Pengawasan rutin juga dilakukan agar kualitas tetap terjaga. Selain itu, Franchisor menyediakan pelatihan untuk meningkatkan keterampilan Franchisee, baik pelatihan awal maupun pelatihan berkelanjutan.²⁶

3. *Franchise Fee*

Penerima waralaba dikenakan biaya untuk semua layanan di awal, termasuk biaya terkait perekutran. Biaya ini adalah biaya pendirian yang dikeluarkan oleh pewaralaba untuk kepentingan penerima waralaba. Umumnya, pewaralaba tidak mengambil untung dari biaya tersebut.²⁷

Biaya waralaba adalah sejumlah uang yang dibayarkan sebagai imbalan atas hak intelektual yang diberikan oleh pemberi waralaba. Pembayaran ini dilakukan satu kali, yaitu saat bisnis waralaba hendak dimulai, atau ketika perjanjian waralaba akan ditandatangani. Besaran biaya waralaba ini sangat bergantung pada jenis waralabanya. Semakin terkenal suatu produk waralaba, semakin mahal pula biaya waralabanya.²⁸

²⁶ Pietra Sarosa, *Kiat Praktis Membuka Usaha Mewaralabakan Usaha Anda: Panduan Praktis dan Komprehensif Mengembangkan Usaha dengan Sistem Waralaba* , (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004), 2-3

²⁷ Martin Mendelsohn, *Franchising: Petunjuk Praktis*, 154.

²⁸ Andrian sutedi, *hukum waralaba*, (bogor: ghalia indonesia, 2008), 6.

Jumlah dan periode pembayaran biaya franchise tertuang dalam perjanjian. Dana yang sudah dibayarkan menjadi hak milik penuh pihak pewaralaba dan tidak dapat ditarik kembali, kecuali jika dinyatakan sebaliknya dalam perjanjian. Biaya franchise ini diperlukan oleh pewaralaba untuk mendukung operasional usaha waralaba terwaralaba, meliputi:

- a. Dukungan sebelum dan di awal operasional bisnis waralaba.
- b. Penyelenggaraan pelatihan awal serta biaya konsultasi menjadi perhatian utama dalam operasional bisnis waralaba.
- c. Pengeluaran untuk promosi atau iklan, terutama saat pembukaan awal bisnis waralaba.
- d. Survei mengenai kepemilikan atau pemilihan lokasi.

4. Royalty Fee

Royalti, atau yang sering disebut sebagai uang waralaba berkelanjutan, adalah pembayaran atas jasa yang secara konsisten diberikan oleh pewaralaba. Umumnya, royalti dihitung sebagai persentase dari pendapatan kotor terwaralaba. Dana ini diperlukan untuk membiayai bantuan teknis, manajemen, atau promosi yang berkelanjutan kepada terwaralaba selama masa perjanjian waralaba. Perjanjian tersebut menyatakan bahwa terwaralaba wajib membayar sejumlah royalti kepada pewaralaba, berdasarkan volume penjualan. Isi perjanjian tersebut mencakup hal-hal berikut:

- a. Umumnya, dasar pembayaran didasarkan pada laba.
- b. Pembayaran dapat dilakukan secara berkala, misalnya mingguan, bulanan, atau kuartalan.
- c. Waktu pembayaran dapat ditentukan, misalnya, setiap Kamis berdasarkan penjualan minggu lalu atau setiap tanggal 10 berdasarkan penjualan bulan lalu.

5. Mekanisme pembayaran *Franchise Fee*

Setiap *Franchise* memiliki cara pembayaran yang berbeda. Beberapa franchisor meminta *Franchisee* untuk membayar uang *Franchise* secara penuh di awal, tetapi ada juga franchisor yang membolehkan *Franchisee* untuk membayar uang *Franchise* secara cicilan. Dalam perjanjian waralaba, franchise fee dibayarkan setelah perjanjian ditandatangani. Pewaralaba memakai dana ini sebagai investasi awal untuk persiapan pembukaan usaha waralaba, misalnya membeli peralatan masak untuk bisnis makanan dan minuman, biaya iklan, serta biaya pelatihan.

6. Mekanisme Pembayaran *Royalty Fee*

Dalam bisnis waralaba, terdapat perjanjian antara pemilik waralaba (franchisor) yang memiliki hak kekayaan intelektual, merek, logo, dan sistem operasional; dan penerima waralaba (franchisee). *Franchisee* wajib membayar royalti kepada franchisor sesuai perjanjian yang umumnya dibayarkan setiap bulan atau per tiga bulan. Besaran royalti ini dihitung

dari persentase penjualan dan bergantung pada jenis usaha serta perhitungan kelayakan usaha waralaba oleh franchisor.²⁹

Setiap bisnis waralaba punya cara tersendiri dalam menentukan pembagian royalty fee. Biasanya, perjanjian waralaba menjelaskan bahwa penerima waralaba wajib membayar sejumlah royalty fee ke pemberi waralaba, yang dihitung berdasarkan total penjualan. Perjanjian tersebut biasanya mencakup hal-hal berikut:

- a. Umumnya, dasar pembayaran dihitung dari total penjualan.
- b. Tingkat royalti sebaiknya serendah mungkin, khususnya jika terwaralaba mendapatkan hak eksklusif atas suatu wilayah tanpa adanya kewajiban kuota minimal.
- c. Pembayaran dapat dilakukan secara berkala, misalnya mingguan, bulanan, atau kuartalan.
- d. Periode pembayaran dapat ditetapkan, contohnya setiap hari Kamis, berdasarkan penjualan minggu lalu, atau setiap tanggal sepuluh berdasarkan penjualan bulan sebelumnya.

Sedangkan besaran biaya franchise dan biaya royalti bervariasi. Tidak semua biaya atau royalti diwajibkan oleh pemberi waralaba. Setiap pemberi waralaba memiliki kebijakan tersendiri dalam menentukan jenis biaya atau royalti.

²⁹ Gunawan Widjaja, *Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003), 108-109.

7. Hak dan Kewajiban Antara *Franchisor* dengan *Franchisee*

- a. Secara garis besar, tanggung jawab pemilik waralaba meliputi hal-hal berikut:
 - 1) Waralaba mencakup pemberian informasi lengkap terkait hak kekayaan intelektual, penemuan, serta karakteristik khas usaha. Ini meliputi sistem manajemen, metode penjualan, penataan, dan distribusi yang menjadi ciri khusus dalam waralaba tersebut.
 - 2) Menyediakan dukungan berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan bagi penerima waralaba.
- b. Hak franchisor dapat dirumuskan sebagai berikut :
 - 1) Mengawasi pelaksanaan operasional waralaba.
 - 2) Menerima laporan rutin tentang operasional bisnis dari penerima waralaba.
 - 3) Mewajibkan agar *Franchisee* tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang diwaralabakan
 - 4) Menerima pembayaran royalti sesuai bentuk, jenis, dan jumlah yang dianggap pantas.
 - 5) Setelah perjanjian waralaba berakhir, pihak penerima waralaba wajib menyerahkan kembali semua data, informasi, dan keterangan yang diperoleh selama menjalankan waralaba.

c. Kewajiban *Franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Sebagai penerima waralaba, melaksanakan semua instruksi dari pemberi waralaba, terutama terkait hak kekayaan intelektual dan ciri khas usaha, adalah bagian utama dari perjanjian waralaba.
- 2) Menyediakan laporan secara rutin atau sesuai permintaan pewaralaba.
- 3) Melakukan pendaftaran waralaba.
- 4) Membayar royalti sesuai jumlah yang sudah disetujui.
- 5) Apabila perjanjian waralaba berakhir, penerima waralaba wajib mengembalikan semua data, informasi, dan keterangan yang didapat selama masa waralaba.

d. Hak *Franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Mendapatkan informasi lengkap terkait hak kekayaan intelektual dan inovasi bisnis, seperti sistem manajemen, metode penjualan, pengaturan, serta cara distribusi yang menjadi ciri khas dan merupakan bagian dari waralaba, penting untuk menjalankan waralaba yang diberikan.
- 2) Mendapatkan bantuan dari pemilik waralaba terkait pemanfaatan hak kekayaan intelektual, inovasi, dan ciri khas usaha, seperti sistem manajemen, metode penjualan, penataan, serta cara distribusi yang menjadi karakteristik utama dalam waralaba.³⁰

³⁰ Adrian Sutedi, *Hukum waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), 6.

8. Musyarakah

Dalam disiplin fikih klasik, konsep franchising atau waralaba tidak secara eksplisit disebutkan. Walaupun model waralaba relatif baru dalam tradisi masyarakat Islam, praktik kemitraan semacam ini telah berkembang dan diterapkan di beberapa negara dengan mayoritas penduduk Muslim.

Oleh karena itu, diskusi mengenai ekonomi syariah perlu membahas pola waralaba ini. Tujuannya adalah agar kita dapat mengambil aspek positif dan meninggalkan aspek negatif dari sistem franchise, yang memang berasal dari Barat.

Syirkah, yang sering disebut sebagai kerja sama, secara bahasa bermakna percampuran. Dalam terminologi, syirkah adalah perjanjian antara individu yang bekerja sama dalam hal modal dan pembagian laba. Melalui akad syirkah yang disetujui, semua pihak yang terikat memiliki hak hukum atas aset syirkah dan berhak atas keuntungan sesuai kesepakatan.³¹

Para ulama fikih membolehkan akad syirkah berdasar pada firman Allah dalam surat An-Nisa ayat 12 yang berbunyi:

فَإِنْ كَانُوا أَكْثَرَ مِنْ ذَلِكَ فَهُمْ شُرَكَاءٌ فِي الْتُّلُثِ مِنْ بَعْدِ وَصِيَّةٍ يُوصَىٰ بِهَا أَوْ دِيْنٍ غَيْرِ
مُضَارِّ وَصِيَّةٍ مِنْ أَنْفُسِهِمْ وَاللَّهُ أَعْلَمُ بِخَلِيلِهِمْ ١٢

Artinya: Maka mereka berserikat dalam yang sepertiga harta, sesudah dipenuhi wasiat yang dibuat olehnya atau sesudah dibayar hutangnya dengan tidak memberi mudharat (kepada ahli waris). (Allah menetapkan yang demikian itu sebagai) syari'at yang

³¹ A.H Azarudin Latif, *Fiqh Muamalat*, (Jakartat: UIN Jakarta Press, 2005), 129.

benar-benar dari Allah, dan Allah Maha Mengetahui lagi Maha Penyantun.

a. Rukun dan Syarat Syirkah

Dalam sebuah syirkah, terdapat elemen-elemen esensial yang wajib dipenuhi agar kemitraan tersebut dianggap sah. Menurut pandangan kalangan Hanafiyah, elemen-elemen tersebut terbatas pada ijab dan qabul, karena keduanya (akad) merupakan fondasi yang membentuk syirkah. Aspek-aspek lain, seperti pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian dan aset yang disertakan, berada di luar kerangka akad, serupa dengan dinamika dalam transaksi jual beli.³² Sedangkan menurut Abdurrahman al-Jarizi, syarat sah syirkah mencakup keberadaan dua pihak yang bersepakat, adanya sighat (ijab kabul), serta objek akad syirkah, baik berupa aset maupun pekerjaan.

Pendapat al-Jarizi atau mayoritas ulama lebih sesuai dengan makna rukun yang sebenarnya. Pendapat ini menekankan adanya unsur-unsur penting dalam pelaksanaan syirkah, yaitu keberadaan dua pihak yang bersekutu dan objek yang menjadi pokok syirkah. Sementara itu, pendapat mazhab Hanafi yang membatasi rukun syirkah pada ijab dan kabul saja masih bersifat terlalu umum, sebab ijab dan kabul berlaku untuk semua jenis transaksi.

³² H. Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah*, Jakarta: Rajawali Pers, 2010, 127.

b. Bentuk Syirkah

Secara garis besar, syirkah terbagi menjadi tiga jenis utama: syirkah ibahah, syirkah amlak, dan syirkah uqud.³³

- 1) Syirkah Ibahah adalah bentuk kerja sama di mana setiap orang memiliki hak yang sama untuk memanfaatkan sesuatu yang belum menjadi milik siapa pun.
- 2) Syirkah Amlak adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih dalam memiliki suatu aset. Jenis syirkah ini dapat dibagi menjadi dua kategori:
 - a) Syirkah Jabriyah terjadi karena keadaan tertentu, contohnya persekutuan para ahli waris, bukan karena perjanjian yang disengaja.
 - b) Syirkah milik ikhtiarah terjadi karena adanya kesepakatan dari pihak-pihak terkait.
- 3) Syirkah Uqud adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih yang terbentuk karena adanya kesepakatan. Syirkah uqud ini terbagi menjadi empat jenis: syirkah amwal, syirkah 'amal, syirkah wujuh, dan syirkah mudharabah.
 - a) Syirkah Amwal adalah bentuk kerja sama antara dua pihak atau lebih yang melibatkan modal atau aset. Secara garis besar, Syirkah Amwal dapat dibagi menjadi dua jenis:

³³ Gemala Dewi, et al., *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Cetakan ke-1, Jakarta: Kencana, 2005, 121.

- 1) Syirkah al-'Inan adalah bentuk kerja sama bisnis antara dua pihak atau lebih. Dalam model ini, setiap pihak menyertakan modal untuk kegiatan usaha. Pembagian keuntungan ditentukan berdasarkan kesepakatan bersama, dan besaran modal yang disetor masing-masing pihak tidak harus identik.
- 2) Syirkah al-Mufawadhabah adalah bentuk kerja sama bisnis antara dua pihak atau lebih. Dalam model ini, modal yang disetor masing-masing anggota serta pembagian keuntungan harus setara.

b) Syirkah Abdan adalah salah satu bentuk akad kerja sama (syirkah) dalam fikih muamalah, di mana dua orang atau lebih bersekutu berdasarkan tenaga, keahlian, atau jasa yang mereka miliki, bukan berdasarkan modal uang atau barang. Dengan kata lain, yang disatukan dalam syirkah abdan adalah tenaga dan keterampilan (amal), bukan harta.

c) Syirkah wujuh adalah kerja sama antara dua pihak atau lebih yang mana modalnya diperoleh dari pihak ketiga. Keuntungan dari pengelolaan modal ini kemudian dibagi sesuai kesepakatan awal.

d) Dalam syirkah mudharabah, terdapat kerja sama antara pihak yang menyediakan modal dan pihak yang memiliki keahlian dalam menjalankan usaha. Keuntungan dari usaha tersebut

kemudian dibagi sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati sebelumnya.

c. Hikmah Syirkah

Dalam ajaran Islam, kerja sama, khususnya di bidang ekonomi, sangat dianjurkan dengan prinsip saling membantu dan memberi keuntungan, serta menghindari penipuan dan kerugian. Syirkah, atau kemitraan, pada dasarnya adalah bentuk kerja sama yang saling bermanfaat untuk mengembangkan potensi, baik berupa modal maupun keahlian. Hikmah dari syirkah meliputi semangat gotong royong, saling membantu dalam kebaikan, menghindari egoisme, menumbuhkan kepercayaan, dan menciptakan keberkahan dalam usaha jika dijalankan dengan jujur.³⁴

d. 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.³⁵

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

- 1) Pembatalan oleh salah satu anggota serikat dapat terjadi. Ini karena akad syirkah bersifat jaiz dan ghair lazim, yang berarti akad ini dapat di-fasakh atau dibatalkan.

³⁴ Abdul Rahman Ghazaly, et al., *Fiqh Muamalah*, edisi pertama, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010, 135.

³⁵ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat*, Jakarta: Amzah, 2010, 125-126

- 2) Jika seorang anggota serikat meninggal dunia, perserikatan otomatis menjadi batal. Pembatalan ini terjadi karena hak milik dari anggota yang meninggal menjadi gugur, dan ia tidak lagi memiliki kemampuan untuk melakukan tindakan hukum.
- 3) Jika seorang anggota serikat, statusnya dianggap sama dengan meninggal dunia.
- 4) Kegilaan berkelanjutan peserta mengakibatkan hilangnya status perwakilan dari wakalah, sementara syirkah mencakup unsur wakalah di dalamnya.

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

- 1) Kerusakan seluruh aset syirkah atau aset salah satu anggota sebelum digunakan untuk pembelian barang dalam syirkah amwal.
- 2) Dalam syirkah mufawadah, kesetaraan modal saat akad dimulai menjadi hal krusial. Ketiadaan kesetaraan ini dapat menggagalkan keabsahan akad.

Dalam bagian ini, peneliti menguraikan berbagai teori yang digunakan sebagai landasan dalam melaksanakan penelitian. Penjelasan teori secara komprehensif dan mendalam akan membantu peneliti memperluas pemahaman dalam menganalisis masalah yang ingin diselesaikan, sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Pendekatan ini melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian di lapangan dan bertanya secara langsung kepada narasumber untuk memahami berbagai aspek kehidupan manusia, sosial, atau budaya.³⁶

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini berupaya menganalisis data melalui penggambaran dan penjelasan yang sesuai dengan fakta lapangan yang terkumpul. Dalam pendekatan ini, peneliti fokus pada pemaparan data sebagaimana adanya, tanpa berusaha untuk menghasilkan penelitian dengan kesimpulan yang bersifat umum. Metode ini digunakan untuk menggali informasi secara detail dari subjek atau objek penelitian melalui observasi, wawancara, atau dokumentasi.³⁷

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Es Teh Wahyu yang beralamat di Tegal Besar Kulon, Tegal Besar, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember. Penelitian ini dilaksanakan mulai bulan September hingga selesai. Alasan peneliti mengambil obyek di Es Teh Wahyu karena usaha ini menerapkan sistem waralaba (*Franchise*). Selain itu, Dalam aspek pencapaian, Es Teh

³⁶ Arif Rachman et al., *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (CV Saba Jaya Publiser, 2024), 138.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 206.

Wahyu menunjukkan kinerja yang cukup signifikan dan bisa dikatakan sukses karena hanya dalam kurun waktu 7 bulan sejak pertama kali beroperasi, usaha ini berhasil mencatat penjualan mencapai 70.000 cup.

C. Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini dilakukan dengan mengumpulkan data dari pandangan yang sesuai dan relevan. Peneliti menggunakan Teknik *purposive*, yaitu teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti memilih partisipan atau objek yang dianggap paling relevan atau memenuhi kriteria tertentu untuk menjawab tujuan penelitian. Dalam metode ini, sampel dipilih tidak secara acak, tetapi berdasarkan pertimbangan atau alasan tertentu yang sudah ditetapkan sebelumnya oleh peneliti.³⁸

Beberapa subyek penelitian yang akan dijadikan sebagai sumber informasi dalam penelitian ini, yaitu:

1. Ibu Ayu selaku manajer dari Es Teh Wahyu. Peneliti memilih informan ini karena beliau yang bertanggung jawab atas perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian seluruh sumber daya yang ada dalam sistem *Franchise* Es Teh Wahyu.
2. Bapak Faruq selaku salah satu mitra dari Es Teh Wahyu. Peneliti memilih informan ini karena termasuk dari top 3 mitra dari Es Teh Wahyu.
3. Bapak Fikrul selaku salah satu mitra dari Es Teh Wahyu. Peneliti memilih informan ini karena termasuk top 3 mitra dari Es Teh Wahyu.

³⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 133.

D. Teknik Pengumpulan data

1. Observasi

Metode observasi peneliti gunakan karena unuk memperoleh data secara langsung dari lingkungan atau objek yang akan diamati. Observasi yang digunakan yaitu metode observasi terstruktur, karena peneliti telah mengetahui aspek-aspek yang relevan dengan tujuan yang akan dilakukan.³⁹ Tujuannya adalah untuk mengetahui sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

2. Wawancara

Metode wawancara peneliti gunakan karena peneliti butuh pengumpulan data yang mendalam dari informan. Metode yang digunakan adalah wawancara terstruktur, karena peneliti melihat ke lapangan menggunakan pedoman wawancara agar ketika bertanya tidak keluar dari konteks dari pedoman wawancara.⁴⁰

Wawancara ini dilakukan kepada pihak yang bertanggung jawab dengan sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi digunakan sebagai pelengkap data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi, dengan menggunakan sumber seperti dokumen dan rekaman. Dalam penelitian kualitatif, sumber data seperti dokumen, foto, dan statistik. Dokumentasi merupakan salah

³⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 203.

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 195.

satu teknik pengumpulan data yang sederhana, karena peneliti hanya berinteraksi dengan objek statis. Data-data dokumentasi yang akan peneliti kumpulkan adalah data yang bersangkutan dengan sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

E. Analisis data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data dilakukan ketika proses pengumpulan data maupun setelah data dikumpulkan. Saat melakukan wawancara, peneliti menganalisis jawaban responden secara langsung dan mengajukan pertanyaan lanjutan jika penjelasan dirasa belum cukup memadai, hingga diperoleh data yang akurat dan terpercaya. Menurut Miles dan Huberman, proses analisis berlangsung interaktif secara terus menerus dan berkesinambungan hingga data mencapai kejemuhan.⁴¹ Adapun proses di dalam teknis analisis data, yaitu:

1. Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, data diperoleh melalui observasi, wawancara mendalam, dokumentasi, atau gabungan dari ketiganya (triangulasi). Proses pengumpulan data berlangsung selama beberapa hari hingga berbulan-bulan, sehingga menghasilkan banyak informasi. Pada tahap awal, peneliti mengeksplorasi situasi atau objek penelitian secara luas dengan mencatat semua hal yang terlihat dan terdengar. Ini memungkinkan peneliti memperoleh data yang beragam.⁴²

⁴¹ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 321.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian*, 322.

Pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi terkait sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

2. Reduksi Data

Data yang diperoleh dari lapangan harus dicatat dengan cermat dan detail. Semakin lama peneliti berada di lapangan, semakin banyak dan beragam data yang akan dikumpulkan. Oleh karena itu, analisis data melalui proses reduksi perlu segera dilakukan. Reduksi data berarti merangkum, memilih yang penting, dan mencari tema serta pola. Dengan reduksi, data menjadi lebih jelas dan memudahkan pengumpulan serta pencarian data di kemudian hari. Proses ini juga bisa dibantu dengan alat elektronik, seperti handpone, menggunakan kode untuk aspek-aspek tertentu.⁴³

3. Penyajian Data

Dalam penelitian kualitatif, data dapat disajikan dalam beberapa bentuk seperti ringkasan, hubungan antar kategori, diagram, atau diagram kerja (flowchart), namun cara yang paling umum dan sering digunakan adalah penyajian data dalam bentuk narasi. Penyajian data secara naratif ini memungkinkan peneliti untuk menjelaskan temuan-temuan yang diperoleh dengan metode yang lebih terstruktur dan mudah dimengerti. Selain itu, format narasi ini memudahkan peneliti untuk menghubungkan berbagai aspek yang ditemukan selama proses penelitian, memberikan gambaran yang jelas tentang situasi yang sedang diteliti, dan membantu dalam

⁴³ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 323.

merencanakan langkah-langkah selanjutnya berdasarkan pemahaman yang telah diperoleh dari data tersebut.⁴⁴

4. Verifikasi

Langkah keempat dalam penelitian kualitatif adalah menarik kesimpulan dan memverifikasi. Pada tahap ini, Kesimpulan awal masih bersifat tentatif dan bisa berubah jika data selanjutnya tidak mendukung. Peneliti akan terus mengumpulkan data hingga menemukan bukti yang konsisten dan valid yang mendukung kesimpulan tersebut. Jika kesimpulan awal terbukti benar dan didukung oleh bukti yang kuat dalam proses pengumpulan data selanjutnya, maka kesimpulan tersebut dapat dianggap kredibel.⁴⁵

F. Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian kualitatif penting untuk memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipercaya dan akurat. Untuk memastikan keabsahan tersebut, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sumber, yang bertujuan untuk memverifikasi data yang telah dikumpulkan. Triangulasi sumber dilakukan dengan cara mengumpulkan dari berbagai sumber yang berbeda, baik itu dari individu yang berbeda, waktu yang berbeda, atau tempat informasi yang berbeda, kemudian membandingkan dan memeriksa konsistensi serta kesesuaian informasi tersebut dengan pertanyaan yang sama. Dengan cara

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 325.

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 329.

ini, peneliti dapat memastikan bahwa data yang diperoleh benar-benar valid dan kredibel, sehingga temuan yang dihasilkan dapat dipercaya.⁴⁶

G. Tahap-tahap Penelitian

Bagian ini menjelaskan langkah-langkah yang akan diambil dalam pelaksanaan penelitian, mulai dari tahap persiapan awal, pembuatan desain penelitian, pelaksanaan penelitian, hingga penulisan laporan.

1. Tahap Pra Lapangan

Dalam tahapan ini, peneliti berupaya memahami isu permasalahan guna mengidentifikasi topik atau tema riset. Selanjutnya, peneliti mencari referensi yang relevan dengan isu yang telah diidentifikasi tersebut. Dalam konteks ini, isu yang diangkat oleh peneliti adalah mengenai franchise, dengan judul “sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.”

Adapun Penentuan yang dilakukan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

- a. Menentukan lokasi penelitian
- b. Menentukan rancangan penelitian
- c. Menentukan informan penelitian

2. Tahap Pelaksanaan Lapangan

Dalam tahapan ini, peneliti melakukan kunjungan lapangan untuk mengumpulkan data yang relevan dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Setelah itu, peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian*, 369.

dan mengumpulkan semua data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi untuk memperoleh informasi yang lengkap dan saling terkait mengenai sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

3. Tahap Penyusunan Laporan

Tahap akhir penulisan laporan penelitian melibatkan pengolahan data yang telah dikumpulkan dari berbagai sumber. Peneliti menyusun simpulan yang kemudian dimasukkan ke dalam laporan hasil penelitian. Laporan ini selanjutnya diserahkan kepada dosen pembimbing untuk diperiksa dan direvisi jika diperlukan.



BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil dan Sejarah Es Teh Wahyu

Es Teh Wahyu merupakan salah satu contoh usaha minuman kekinian yang lahir dari dinamika tren konsumsi masyarakat urban. Usaha ini resmi berdiri pada tahun 2022 dengan membawa konsep “*take and go*” sebagai strategi utama pelayanan. Konsep tersebut dipilih untuk menyesuaikan dengan perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin menuntut kecepatan, kepraktisan, dan efisiensi dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari, termasuk kebutuhan akan minuman siap saji. Es Teh Wahyu hadir sebagai jawaban atas kebutuhan tersebut dengan menghadirkan produk yang sederhana namun inovatif, serta mudah dijangkau oleh konsumen dari berbagai kalangan.

Secara produk, Es Teh Wahyu berfokus pada bahan baku yang sederhana tetapi memiliki nilai strategis dalam industri minuman, yaitu teh, air, dan susu. Dari tiga bahan dasar utama inilah kemudian lahir empat variasi produk yang ditawarkan, yakni special tea, fruit tea, milktea, fresh drink, dan varian lain yang dikembangkan sesuai dengan tren pasar. Komposisi produk tersebut tidak hanya mencerminkan kreativitas dalam mengolah bahan dasar, tetapi juga menggambarkan strategi diferensiasi produk yang dilakukan untuk menghadapi persaingan

industri minuman yang semakin kompetitif. Keberagaman varian yang ditawarkan membuat Es Teh Wahyu mampu menjangkau segmen konsumen dengan preferensi rasa yang berbeda-beda, mulai dari pecinta teh klasik, penikmat rasa buah yang segar, hingga konsumen yang lebih menyukai kombinasi susu dengan teh.

Dalam aspek pencapaian, Es Teh Wahyu menunjukkan kinerja yang cukup signifikan. Hanya dalam kurun waktu 7 bulan sejak pertama kali beroperasi, usaha ini berhasil mencatat penjualan mencapai 70.000 cup. Selain itu, perkembangan usaha juga semakin terlihat dari sisi jaringan kemitraan. Tercatat pada tanggal 21 juli 2024 sebagaimana unggahan feed instagram dari Es Teh Wahyu, Es Teh Wahyu sudah mempunyai 19 mitra yang tersebar di beberapa daerah, khususnya di Jember dan Bondowoso. Fakta ini menunjukkan bahwa model bisnis Es Teh Wahyu tidak hanya berfokus pada penjualan langsung, tetapi juga mengembangkan pola kemitraan sebagai strategi ekspansi untuk memperluas jangkauan pasar.

Adapun kelebihan Es Teh Wahyu dari kompetitornya dapat ditinjau dari beberapa aspek. Pertama, produk ini memiliki cita rasa khas yang mampu menciptakan identitas berbeda dari pesaing di industri sejenis. Kedua, adanya pilihan rasa yang beragam menjadikan konsumen lebih fleksibel dalam menentukan preferensi sesuai selera. Ketiga, inovasi yang berkelanjutan dalam mengembangkan varian produk maupun strategi pemasaran membuat Es Teh Wahyu lebih adaptif terhadap

perubahan tren konsumen. Terakhir, penggunaan konsep take and go memberikan nilai tambah berupa efisiensi layanan, yang sangat relevan dengan perilaku konsumen modern yang cenderung mengutamakan kecepatan.

Dari perspektif akademis, Es Teh Wahyu dapat dipandang sebagai representasi dari fenomena industri kreatif berbasis kuliner yang semakin berkembang di Indonesia. Usaha ini tidak hanya menawarkan produk minuman, tetapi juga membawa nilai-nilai inovasi, adaptasi, dan orientasi pasar. Ini selaras dengan temuan riset dari Lilik Farida dkk. (2022) yang menyebutkan bahwa UMKM kreatif dapat mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan apabila memiliki kemampuan inovasi dan adaptasi terhadap perubahan pasar.⁴⁷ Keberhasilan yang dicapai dalam waktu singkat menunjukkan adanya hubungan yang erat antara strategi pemasaran, diferensiasi produk, jaringan kemitraan, dan penerimaan konsumen. Dengan demikian, profil Es Teh Wahyu dapat dijadikan sebagai objek kajian yang relevan untuk memahami bagaimana usaha kecil menengah (UKM) mampu berkompetisi di tengah ketatnya industri minuman dengan mengandalkan inovasi, kualitas, serta pemahaman terhadap perilaku konsumen.

⁴⁷ Lilik Farida, Sudarsih, Markus Apriono, N.G. Krishnabudi, Elok Sri Utami, dan Nadia Azalia Putri, “Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Melalui Kemampuan Dinamis Dan Kinerja Inovasi Pada Umkm Kreatif”, Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 5, No. 1, Oktober 2022. https://www.researchgate.net/publication/365086678_Menciptakan_Keunggulan_Kompetitif_Berkelanjutan_Melalui_Kemampuan_Dinamis_dan_Kinerja_Inovasi_pada_UMKM_Kreatif

2. Identitas Es Teh Wahyu

Nama Usaha	: Es Teh Wahyu
Alamat Usaha	: Jl. Moh. Yamin, Tegal Besar
Tahun Didirikan	: 2022
Tahun Beroperasi	: 2022
Kecamatan	: Kaliwates
Kabupaten/Kota	: Jember
Provinsi	: Jawa Timur
Kode Pos	: 68132

3. Letak Geografis Es Teh Wahyu

Es teh wahyu mempunya tempat produksi yang terletak di Jl. Moh. Yamin, Tegal Besar Kulon, Tegal Besar, Kec. Kaliwates, Kabupaten Jember. Selain dari tempat produksi tersebut es teh wahyu memiliki 3 outlet utama yakni sebagai berikut:

1. Depan perumahan Istana Tegal Besar (teras toko arena stationary)
2. Depan Roxy Square
3. Depan Kantor BPJS kesehatan

B. Penyajian dan Analisis Data

Dalam penelitian, penyajian data penting sebagai validasi temuan. Data ini menjadi dasar untuk dijelaskan, sehingga menghasilkan kesimpulan yang relevan dalam penelitian. Dalam proses pengumpulan data, digunakan teknik seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah melalui seluruh proses penelitian, diperoleh hasil yang sesuai dengan fokus utama

penelitian. Selanjutnya, akan dituliskan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan para informan mengenai Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau dari Akad Musyarakah.

1. Sistem Pelaksanaan Bisnis Waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* Pada Es Teh Wahyu

Dalam hal ini untuk mengetahui sistem pelaksanaan *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* yang ada pada es teh wahyu maka peneliti menggali beberapa tahapan untuk dilakukan penelitian seperti wawancara dan observasi yang berkaitan dengan

Sebelum memutuskan untuk bermitra dengan sebuah usaha waralaba, calon *Franchisee* pada umumnya melalui proses pertimbangan yang cukup matang. Pertimbangan ini mencakup aspek personal, finansial, serta prospek usaha di masa depan. Berdasarkan hasil wawancara, Bapak Fikrul menuturkan bahwa:

Jadi gini mas, saya berminat untuk bergabung dengan es teh wahyu berawal dari tren minuman teh yang saya lihat waktu itu mulai populer dan makin naik di kalangan masyarakat, khususnya anak muda. Fenomena tren itu yang membuat saya akhirnya yakin bahwa usaha di bidang minuman masih memiliki peluang pasar yang luas dan berkelanjutan.⁴⁸

Tambahan dari Bapak Faruq selaku mitra dari Es Teh Wahyu beliau mengatakan bahwa:

Kalau ngomong soal mengapa akhirnya berminat untuk gabung dengan Es Teh Wahyu selain faktor tren pasar, kebetulan ada kerabat

⁴⁸ Bapak Fikrul, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 September 2025.

dengan salah satu manajer Es Teh Wahyu. Saya melihat track record dari kerabat saya ini baik dan bagus jadi saya percaya.⁴⁹

Faktor kepercayaan (*trust*) merupakan aspek krusial dalam pengambilan keputusan bermitra, terlebih ketika *Franchisee* masih memiliki keterbatasan pengalaman dalam mengelola bisnis mandiri. Selain itu, dari perspektif teori perilaku konsumen dan keputusan bisnis, menunjukkan bahwa aspek sosial dan relasional memiliki pengaruh besar dalam model bisnis waralaba.

Dilanjutkan mengenai motivasi bergabung dijelaskan oleh bapak Faruq selaku mitra dari Es Teh Wahyu bahwa:

Menurut saya, bergabung dengan *Franchise* lebih menjanjikan dibanding membuka usaha sendiri, karena sistem yang ditawarkan sudah terstandarisasi melalui SOP, produk, serta strategi pemasaran yang jelas. Saya juga masih berstatus sebagai mahasiswa sehingga keterbatasan waktu dan pengalaman menjadi kendala jika harus membangun usaha secara independen. Oleh karena itu, saya memilih sistem *Franchise* dinilai lebih efisien karena mitra dapat langsung menjalankan usaha dengan pola yang telah terbukti berhasil.⁵⁰

Hasil wawancara tersebut menggambarkan bahwa sejalan dengan teori perilaku kewirausahaan yang menyebutkan bahwa individu cenderung memilih jalur usaha yang meminimalisasi risiko dan memberikan pembelajaran praktis melalui bimbingan dari pihak franchisor.

Setelah melalui tahap pertimbangan, calon mitra kemudian memasuki proses pendaftaran resmi. Berdasarkan hasil wawancara, Ibu Ayu selaku menajer Es Teh Wahyu mengatakan:

⁴⁹ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

⁵⁰ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

Alur pendaftaran kemitraan pada es teh wahyu itu bisa dikatan cukup sederhana mas. Tahap pertama itu pengenalan usaha melalui penyampaian proposal *Franchise* oleh tim kita yang mana proposal tersebut berisi rincian biaya, fasilitas yang diperoleh, serta ketentuan umum yang harus dipatuhi oleh calon mitra.⁵¹

Pernyataan yang mendukung dari Bapak Faruq selaku mitra dari *Franchise* es teh wahyu menjelaskan bahwa:

Persyaratan administrasi yang diminta relatif mudah, yakni hanya berupa identitas diri dan kesediaan memenuhi ketentuan yang telah ditetapkan. Setelah saya baca dan pahami isi proposal, kemudian saya menyatakan persetujuan dan melanjutkan ke tahap berikutnya, yaitu penandatanganan kontrak kemitraan.⁵²

Tahap selanjutnya mengenai mekanisme pembayaran *Franchise Fee* Ibu Ayu selaku manajer dari es teh wahyu menyampaikan:

Dalam kontrak tersebut ada ketentuan penting yang disepakati kedua belah pihak mas. Pertama, *Franchise Fee* yang ditetapkan sebesar Rp14.000.000,- yang harus dibayarkan penuh di awal tanpa opsi cicilan. Setelah pembayaran lunas, tim kita menyerahkan fasilitas berupa gerobak, 500 cup reguler dan jumbo, teh, box ice, pemeras lemon dan jeruk, sealer, sirup botol, menu sachet, dan bahan baku awal yang siap digunakan untuk operasional. Kedua, kita tidak memberlakukan sistem *Royalty Fee*, sehingga keuntungan 100% menjadi hak penuh mitra. Akan tetapi, dari tim kita tetap menegaskan adanya kewajiban untuk menaati standar operasional prosedur (sop) karena pelanggaran terhadap SOP dapat dikenai sanksi hingga pemutusan kerja sama.⁵³

Proses pendaftaran yang sederhana serta kontrak yang jelas dianggap memberikan rasa aman dan kepastian bagi mitra. Franchisor memastikan adanya transparansi sejak awal, sementara mitra memperoleh kepastian terkait hak dan kewajiban yang melekat. Hal ini sesuai dengan prinsip

⁵¹ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁵² Bapak faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

⁵³ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

manajemen waralaba yang menekankan kejelasan kontrak sebagai dasar hubungan bisnis jangka panjang yang saling menguntungkan.

Tahap selanjutnya mengenai mekanisme pembayaran *Royalty Fee* Ibu Ayu selaku manajer dari es teh wahyu menyampaikan:

Terkait *Royalty Fee* dari tim kami tidak menerapkannya, dalam arti setelah mitra melakukan persetujuan dan penandatanganan kontrak sepenuhnya keuntungan yang didapat nantinya milik mitra masing-masing.⁵⁴

Setelah proses persetujuan dan penandatanganan kontrak selesai, calon mitra resmi berstatus sebagai *Franchisee* dan berhak menjalankan operasional usaha. Berdasarkan hasil wawancara, bapak faruq menyampaikan sebagai berikut:

Di tahap awal kita (mitra) diberikan program pelatihan intensif. Kalo saya ingat-ingat kembali ya mas program itu berlangsung antara tiga sampai tujuh hari, disana saya dapat memahami prosedur produksi, pelayanan, serta pengelolaan usaha sesuai standar yang telah ditetapkan. Dalam proses pelatihan tersebut, kita (mitra) didampingi secara langsung hingga dianggap siap beroperasi secara mandiri.⁵⁵

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh bapak Fikrul selaku mitra dari Es Teh Wahyu yang mengatakan bahwa:

Kami itu mas di awal dikumpulkan bersama mitra yang lain untuk mengikuti pelatihan salam tiga sampai tujuh hari, disana kami belajar banyak mulai dari cara produksi, melayani, dan masih banyak lagi sebelum nantinya kami terjun langsung.⁵⁶

Tambahan dari Ibu Ayu selaku manajer yang menyampaikan bahwa:

⁵⁴ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁵⁵ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

⁵⁶ Bapak Fikrul, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 September 2025.

Selain pelatihan awal, kami dari tim juga menyediakan pendampingan berkelanjutan. Bentuk pendampingan itu dilakukan melalui diskusi dalam grup komunikasi online, yang memungkinkan mitra untuk berbagi pengalaman, menyampaikan kendala, maupun mendiskusikan solusi atas masalah operasional seperti penurunan omzet. Bahkan, pihak pusat sesekali mengadakan pertemuan tatap muka tahunan untuk mempererat hubungan dan menyelaraskan strategi bisnis antar mitra.⁵⁷

Dari hasil wawancara tersebut terkait kontrol dan evaluasi, franchisor menerapkan sistem pengecekan secara rutin. Tim manajemen pusat biasanya melakukan kunjungan lapangan sebulan sekali untuk memastikan Standar Operasional Prosedur (SOP) dipatuhi. Kontrol ini bukan hanya untuk mengawasi, tetapi juga sebagai bentuk pembinaan agar kualitas produk dan pelayanan tetap konsisten di seluruh cabang.

Sistem pelatihan, pendampingan, dan kontrol tersebut menunjukkan bahwa franchisor tidak hanya memberikan hak kepada mitra untuk menjalankan usaha, tetapi juga memastikan adanya transfer pengetahuan, pengawasan mutu, dan komunikasi yang berkesinambungan. Pola ini sejalan dengan konsep waralaba modern, di mana keberhasilan usaha mitra sangat bergantung pada dukungan manajemen pusat. Dengan demikian, *Franchisee* tidak hanya memperoleh izin usaha, melainkan juga jaminan kualitas dan pembinaan manajerial dari franchisor.

Setelah melewati tahap pelatihan dan kontrol awal, hubungan kemitraan antara franchisor dan *Franchisee* dilanjutkan dengan pengaturan mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak. Berdasarkan hal tersebut Ibu Ayu selaku manajer menyampaikan sebagai berikut:

⁵⁷ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

Terkait hak dan kewajiban saya bisa sampaikan dengan singkat dan padat mas yakni mitra cukup mentaati standar operasional prosedur (SOP) yang sudah kami buat. SOP tersebut berupa presensi, penampilan, sikap, kekompakan team, penyelesaian jika terdapat komplain, dan tanggung jawab. Karena itu juga termasuk ketarungan yang ada pada kontrak maka mitra sifatnya wajib menjalankannya karena jika tidak dapat berimplikasi pada sanksi dari pihak pusat, bahkan hingga pemutusan kerja sama.⁵⁸

Selanjutnya *Franchisee* mendapatkan sejumlah hak yang mendukung kelancaran usaha sehari-hari. Hak utama yang diterima mitra adalah fasilitas berupa bahan baku inti, yaitu teh dan cup. Dalam hal ini bapak Faruq selaku mitra dari Es Teh Wahyu menyampaikan:

Untuk bentuk bantuan yang diberikan oleh pihak pusat itu berupa penyediaan bahan-bahan akan tetapi ada 2 barang yang wajib beli di es teh wahyu pusat yaitu berupa cup dan teh itu sendiri, selain dari 2 barang tersebut seperti menu sachet dan lain-lain mitra diperkenankan untuk belanja di tempat lain.⁵⁹

Ibu Ayu selaku manajer mengatakan hal yang serupa yakni:

Kalo bantuan yang kami sediakan mas itu berupa cup dan teh, itu sifatnya wajib beli di pusat. Selain dua komponen tersebut kami juga menyediakan, akan tetapi jika dari tim kehabisan stok, kami dari tim memperkenankan membeli kebutuhan tambahan seperti gula, sirup, atau bahan pendukung lainnya dari pemasok lokal.⁶⁰

Berdasarkan wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa kebijakan tersebut dirancang untuk menjaga konsistensi kualitas produk sekaligus memberi keleluasaan bagi mitra dalam menekan biaya operasional.

⁵⁸ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁵⁹ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

⁶⁰ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

Selain itu, *Franchisee* juga berhak memperoleh dukungan pemasaran dari franchisor. Dalam hal ini Ibu Ayu selaku manajer menyampaikan sebagai berikut:

Termasuk juga bentuk dukungan yang kami beri dari tim itu berupa promosi di media sosial resmi kami mas (instagram:@esteh.wahyu) yang menampilkan lokasi cabang-cabang mitra.⁶¹

Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa strategi ini membantu memperkenalkan merek secara lebih luas dan meningkatkan daya tarik konsumen di daerah masing-masing.

Franchisee juga berhak atas layanan konsultasi ketika menghadapi kendala operasional, di mana tim pusat akan memberikan solusi atau alternatif pemecahan masalah. Sebagaimana yang disampaikan oleh Ibu Ayu selaku manajer, yakni:

Untuk bantuan ketika ada masalah operasional kami melayani aduan mitra dalam bentuk konsultasi yang kemudian direspon oleh tim kami dengan solusi.⁶²

Pernyataan ini dibenarkan oleh bapak Faruq selaku mitra, yang mengatakan bahwa:

Kalo dalam hal pelaporan mas, saya sendiri beberapa kali sudah melakukannya dan benar aduan yang saya sampaikan kepada tim pusat Es Teh Wahyu direspon dengan baik.⁶³

Pernyataan yang mendukung oleh bapak Fikrul selaku mitra yang menjelaskan bahwa:

⁶¹ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025

⁶² Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025

⁶³ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025

Kalo saya sendiri mas karena saya punya tim yang menjalankan apa yang ada di stand, ketika saya cek ada banyak stok yang perlu restock maka kemudian saya jalan untuk belanja di pusat dan disana saya terkadang sekaligus konsultasi dengan tim pusat.⁶⁴

Kewajiban lainnya adalah menjaga eksklusivitas wilayah usaha.

Berdasarkan kewajiban ini, Ibu Ayu selaku manajer menyampaikan sebagai berikut:

satu unit *Franchise* kami beri radius minimal tiga kilometer dari unit terdekat. Namun, pada lokasi tertentu yang memiliki tingkat keramaian tinggi, dari tim kita memberikan kelonggaran.⁶⁵

Dari wawancara tersebut dapat dipahami bahwa aturan wilayah dibuat bertujuan agar setiap mitra memiliki pasar yang relatif stabil tanpa persaingan langsung sesama cabang.

Berbeda dengan banyak model waralaba lain, *Franchisee* dari Es Teh Wahyu ini tidak diwajibkan membuat laporan keuangan kepada pusat. Dalam hal ini Ibu Ayu selaku manajer menyampaikan sebagai berikut:

Untuk sistem keuangan itu tidak ada pelaporan keuangan ke pihak pusat mas bisa dikatakan bebas dalam artian semua tanggung jawab terkait keuangan itu tanggung jawab mitra masing masing tapi dari pusat itu memberi standarisasi.⁶⁶

Pernyataan serupa juga disampaikan oleh bapak faruq yakni sebagai berikut:

Disini saya bisa katakan alhamdulillah ya mas karena seluruh pengelolaan keuangan diserahkan sepenuhnya kepada mitra juga karena tidak adanya *Royalty Fee*. Dengan demikian, saya sebagai

⁶⁴ Bapak Fikrul, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 September 2025.

⁶⁵ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁶⁶ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

mitra memiliki keleluasaan penuh dalam mengatur laba, biaya operasional, dan strategi pengembangan usahanya.⁶⁷

Berdasarkan hasil wawancara tersebut secara keseluruhan, hak dan kewajiban yang ditetapkan oleh franchisor menekankan pada keseimbangan antara kebebasan usaha yang dimiliki *Franchisee* dengan pengawasan mutu yang dilakukan franchisor. Pola ini memberikan ruang kemandirian bagi mitra sekaligus memastikan standar kualitas merek Es Teh Wahyu tetap terjaga.

2. Pembayaran *Franchise Fee* dan Pembagian *Royalty Fee* Pada Es Teh Wahyu Ditinjau Dari Akad Musyarakah

Dalam ajaran Islam, kerja sama, khususnya di bidang ekonomi, sangat dianjurkan. Prinsip utamanya adalah saling membantu dan memberikan keuntungan bersama, dengan menghindari penipuan dan tindakan yang merugikan pihak lain. Muyarakah pada dasarnya, ialah sebuah kolaborasi yang saling memberikan keuntungan dalam mengembangkan kapasitas, baik dalam aspek aset maupun pekerjaan. pada hakikatnya adalah sebuah kerja sama yang saling menguntungkan dalam mengembangkan potensi yang dimiliki baik berupa harta atau pekerjaan. Dalam perspektif ekonomi Islam, sebuah kerja sama usaha seharusnya berlandaskan pada prinsip keadilan, keterbukaan, dan saling menguntungkan. Berdasarkan hal tersebut, Ibu Ayu selaku manajer dari *Franchise* Es Teh Wahyu menyampaikan sebagai berikut:

⁶⁷ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

Terkait prinsip kerja sama yang sudah mas tanyakan tadi, menurut saya sistem kemitraan pada Es Teh Wahyu sudah cukup adil ya karena tidak adanya kewajiban membayar *Royalty Fee*. Hal ini membuat seluruh keuntungan dapat dinikmati sepenuhnya oleh mitra, sementara franchisor hanya memperoleh pemasukan dari *Franchise Fee* awal dan kewajiban pembelian bahan inti berupa teh dan cup.⁶⁸

Skema ini memberikan ruang yang luas bagi *Franchisee* untuk mengembangkan usahanya tanpa beban potongan rutin dari pusat.

Pernyataan membenarkan dari **bapak Faruq** selaku mitra dari *Franchise Es Teh Wahyu* menyampaikan:

Kalo menurut saya yang sudah saya pahami terkait defini musyarakah yang sudah mas sampaikan terlebih dahulu, sistem *Franchise* yang diterapkan Es Teh Wahyu ini sudah bisa dikategorikan dalam musyarakah karena sudah sesuai dengan kontrak dan antara Franchisor dan mitra sama-sama menyetujuinya. Jadi, mungkin bisa saya katakan ini sudah termasuk musyarakah secara garis besar, akan tetapi untuk spesifiknya ini masuk kategori musyarakah yang mana saya belum paham.⁶⁹

Pernyataan serupa disampaikan oleh **bapak Fikrul** selaku mitra dari Es Teh Wahyu menyampaikan sebagai berikut:

Salah satu alasan yang pada akhirnya saya ambil keputusan untuk bergabung dengan *Franchise Es Teh Wahyu* karena tidak adanya *Royalty Fee* dan menurut saya itu adil dan sesuai prinsip musyarakah, ya sesimpel itu.⁷⁰

Dari sisi prinsip kejujuran dan amanah, franchisor menjalankan tanggung jawab melalui mekanisme kontrol rutin bulanan, diskusi kelompok online, serta sharing bersama manajemen pusat. Berdasarkan hasil wawancara, dalam hal ini **Ibu Ayu** selaku manajer menyampaikan:

⁶⁸ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁶⁹ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

⁷⁰ Bapak Fikrul, diwawancara oleh Penulis, Jember, 12 September 2025.

Dari dua prinsip musyarakah yang mas sebutkan, saya dan seluruh tim dari Es Teh Wahyu alhamdulillah sampai sekarang masih konsisten dalam menjaga prinsip itu (kejujuran san amanah) karena itu termasuk hak dan kewajiban, juga benefit yang didapatkan oleh mitra sesuai dengan yang ada pada kontrak kerja sama yaitu kontrol rutin tiap bulan dan lain-lain.⁷¹

Pola komunikasi ini dianggap cukup transparan karena *Franchisee* dapat menyampaikan masalah maupun aspirasi, dan franchisor secara aktif memberikan solusi. Bentuk keterbukaan ini sejalan dengan tuntunan syariah yang menekankan sikap saling tolong-menolong (*ta'awun*) dalam menjalankan kerja sama bisnis.

Jika ditinjau secara lebih mendalam dari aspek akad syirkah, sistem kemitraan ini sudah sepenuhnya mencerminkan konsep bagi hasil (*profit-loss sharing*). Dalam syirkah, keuntungan dan risiko biasanya dibagi sesuai porsi kontribusi modal atau kesepakatan yang jelas antara para pihak. Dalam hal ini Ibu Ayu selaku manajer dari Es Teh Wahyu menyampaikan:

Pada praktik *Franchise* Es Teh Wahyu, keuntungan sepenuhnya menjadi hak *Franchisee* (mitra), dan kami dari tim pusat mengambil keuntungan dari pembayaran *Franchise Fee* di awal tadi dan dari pembelanjaan dari mitra.⁷²

Pernyataan serupa disampaikan oleh bapak Faruq selaku mitra dari *Franchise* Es Teh Wahyu yakni:

Seperti yang sudah jawab dari pertanyaan sebelumnya mas, *Franchise* ini sudah sesuai dengan aspek musyarakah.⁷³

⁷¹ Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁷² Ibu Ayu, diwawancara oleh Penulis, Jember, 7 September 2025.

⁷³ Bapak Faruq, diwawancara oleh Penulis, Jember, 9 September 2025.

Dari hasil wawancara tersebut, secara substansi hubungan bisnis ini mengandung nilai maslahat karena memberikan peluang usaha yang lebih mudah bagi mitra, menjaga standar kualitas produk melalui SOP, serta membangun kerja sama yang berorientasi pada keberlangsungan usaha. Selama tidak terdapat unsur gharar (ketidakjelasan), maisir (spekulasi), dan riba, sistem *Franchise* seperti ini dapat dikategorikan sebagai kerja sama yang diperbolehkan menurut prinsip muamalah dalam Islam.

C. Pembahasan Temuan

Berdasarkan hasil analisis data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menyajikan temuan dalam bentuk pembahasan. Data yang disampaikan mencerminkan pemikiran serta berbagai permasalahan yang muncul selama penelitian. Lalu kajian teori akan dibahas pada bagian selanjutnya.

1. Sistem Pelaksanaan Bisnis Waralaba, *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* Pada Es Teh Wahyu

Setiap *Franchise* memiliki cara pembayaran yang berbeda. Beberapa franchisor meminta *Franchisee* untuk membayar uang *Franchise* secara penuh di awal, tetapi ada juga franchisor yang membolehkan *Franchisee* untuk membayar uang *Franchise* secara cicilan. Pembayaran uang *Franchise* umumnya dilakukan di muka, yaitu sesudah perjanjian waralaba ditandatangani oleh kedua belah pihak.⁷⁴ Prinsisp ini tercermin

⁷⁴ Adelina, Rusnandari, “Waralaba *Franchise* di Indonesia”, *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital*, Vol.1, No.2 Mei 2024.

dalam sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

Dari data dilapangan ditemukan bahwa sistem kemitraan *Es Teh Wahyu* menetapkan *Franchise Fee* sebesar Rp14.000.000,- yang dibayarkan penuh di awal. Dari besaran uang yang wajib dibayarkan *Franchisee*, *Franchisee* memperoleh fasilitas sarana usaha (gerobak, peralatan produksi, dan bahan baku awal). Selain itu juga mendapatkan rekomendasi tempat dari franchisor untuk nantinya beroperasi (satu unit *Franchise* kami beri radius minimal tiga kilometer dari unit terdekat). Ini sesuai dengan temuan riset dari Siti Alfiyah (2023) yang menyebutkan bahwa pengembangan UMKM perlu dilakukan melalui strategi segmentasi dan diferensiasi produk agar memiliki daya saing di pasar lokal.⁷⁵ Menariknya, *Es Teh Wahyu* tidak menerapkan sistem *Royalty Fee*, sehingga seluruh keuntungan operasional sepenuhnya menjadi hak *Franchisee*.

Secara teoritis, model ini menggambarkan strategi bisnis waralaba yang berorientasi pada low entry barrier, di mana franchisor tidak membebani mitra dengan biaya berkelanjutan, tetapi lebih menekankan pada kepatuhan terhadap SOP. Hal ini selaras dengan konsep *entrepreneurship* berbasis efisiensi, yang meminimalkan risiko finansial mitra sekaligus meningkatkan daya tarik usaha bagi calon *Franchisee* pemula.

⁷⁵ Siti Alfiyah, "Strategi Pengembangan UMKM Rengginang Dengan Komposisi Yang Berbeda DiKecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo," *Journal Of Indonesian Social Society*, Volume 1, Nomor 2, (2023). <https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.77>

Secara garis besar, tanggung jawab pemilik waralaba meliputi hal-hal berikut:⁷⁶

- 1) Waralaba mencakup pemberian informasi lengkap terkait hak kekayaan intelektual, penemuan, serta karakteristik khas usaha. Ini meliputi sistem manajemen, metode penjualan, penataan, dan distribusi yang menjadi ciri khusus dalam waralaba tersebut.
- 2) Menyediakan dukungan berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan bagi penerima waralaba.

a. Hak franchisor dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Mengawasi pelaksanaan operasional waralaba.
- 2) Menerima laporan rutin tentang operasional bisnis dari penerima waralaba.
- 3) Mewajibkan agar *Franchisee* tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang diwaralabakan
- 4) Menerima pembayaran royalti sesuai bentuk, jenis, dan jumlah yang dianggap pantas.
- 5) Setelah perjanjian waralaba berakhir, pihak penerima waralaba wajib menyerahkan kembali semua data, informasi, dan keterangan yang diperoleh selama menjalankan waralaba.

⁷⁶ M. Muchtar Rivai, “Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis”, *Jurnal Liquidity*, Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2012.

b. Kewajiban *Franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Sebagai penerima waralaba, melaksanakan semua instruksi dari pemberi waralaba, terutama terkait hak kekayaan intelektual dan ciri khas usaha, adalah bagian utama dari perjanjian waralaba.
- 2) Menyediakan laporan secara rutin atau sesuai permintaan pewaralaba.
- 3) Melakukan pendaftaran waralaba.
- 4) Membayar royalti sesuai jumlah yang sudah disetujui.
- 5) Apabila perjanjian waralaba berakhir, penerima waralaba wajib mengembalikan semua data, informasi, dan keterangan yang didapat selama masa waralaba.

c. Hak *Franchisee* dapat dirumuskan sebagai berikut :

- 1) Mendapatkan informasi lengkap terkait hak kekayaan intelektual dan inovasi bisnis, seperti sistem manajemen, metode penjualan, pengaturan, serta cara distribusi yang menjadi ciri khas dan merupakan bagian dari waralaba, penting untuk menjalankan waralaba yang diberikan.
- 2) Mendapatkan bantuan dari pemilik waralaba terkait pemanfaatan hak kekayaan intelektual, inovasi, dan ciri khas usaha, seperti sistem manajemen, metode penjualan, penataan, serta cara distribusi yang menjadi karakteristik utama dalam waralaba.

Sedangkan setelah dilakukan observasi lapangan hasilnya meperlihatkan bahwa franchisor menetapkan kewajiban utama *Franchisee*

untuk mematuhi Standar Operasional Prosedur (SOP), termasuk aspek pelayanan, kualitas produk, hingga etika kerja. Di sisi lain, *Franchisee* memperoleh hak berupa:

- 1) Penyediaan bahan baku inti (teh dan cup) yang wajib dibeli dari pusat,
- 2) Kebebasan pengelolaan keuangan tanpa kewajiban laporan ke pusat,
- 3) Dukungan pemasaran melalui media sosial resmi franchisor,
- 4) Layanan konsultasi operasional yang responsif.

Keseimbangan antara kontrol kualitas oleh franchisor dengan otonomi finansial bagi *Franchisee* ini mencerminkan konsep mutual benefit partnership, yang menekankan keseimbangan kepentingan kedua belah pihak.

2. Pembayaran *Franchise Fee* dan Pembagian *Royalty Fee* Pada Es Teh Wahyu Ditinjau Dari Akad Musyarakah

Dalam terminologi hukum Islam, syirkah mengacu pada perjanjian antara dua pihak atau lebih untuk bekerja sama dengan menyatukan modal dan berbagi keuntungan. Ketika akad syirkah disetujui, seluruh pihak yang terlibat memiliki hak hukum atas aset perusahaan dan berhak atas bagian keuntungan yang telah disepakati.⁷⁷ Prinsip ini tercermin dalam sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu.

Dari data dilapangan ditemukan bahwa sistem kemitraan Es Teh Wahyu sejalan dengan prinsip musyarakah/syirkah, karena:

⁷⁷ A.H Azarudin Latif, *Fiqh Muamalat*, (jakarta: UIN Jakarta Press, 2005), 129.

- 1) Adanya akad kontrak yang jelas dan disepakati kedua belah pihak
- 2) Tidak adanya *Royalty Fee* memberikan keadilan distribusi keuntungan bagi *Franchisee*
- 3) Franchisor dan *Franchisee* sama-sama berkontribusi terhadap keberlangsungan usaha
- 4) Terdapat prinsip kejujuran (*amanah*) dan keterbukaan (*transparansi*) dalam praktik operasional

Selain itu, mekanisme ini terbebas dari unsur *gharar*, *maisir*, maupun *riba*, sehingga dapat dikategorikan sebagai bentuk kerja sama bisnis yang diperbolehkan dalam muamalah. Temuan ini memperkuat teori bahwa waralaba modern dapat diadaptasikan dalam kerangka fiqh muamalah kontemporer, selama tetap mengedepankan prinsip keadilan, kemaslahatan, dan keterbukaan.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan mengenai sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada waralaba Es Teh Wahyu ditinjau dari akad musyarakah, dapat disimpulkan bahwa waralaba Es Teh Wahyu menetapkan pembayaran *Franchise Fee* sebesar Rp14.000.000,- yang wajib dilunasi di awal kontrak. Sebagai kompensasi, *Franchisee* memperoleh fasilitas sarana usaha lengkap dan bahan baku awal. Franchisor tidak memberlakukan *Royalty Fee*, sehingga seluruh keuntungan usaha menjadi hak *Franchisee* sepenuhnya. Kemudian, *Franchisee* berkewajiban menaati Standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan. Di sisi lain, *Franchisee* memperoleh hak berupa dukungan bahan baku inti, kebebasan dalam mengelola keuangan, promosi dari franchisor, serta konsultasi operasional.

Terkait sistem kemitraan, *Franchise* Es Teh Wahyu sudah sesuai dengan prinsip musyarakah karena berlandaskan akad yang jelas, terbebas dari unsur *gharar*, *maisir*, dan *riba*, serta mendistribusikan keuntungan secara adil. Franchisor memperoleh keuntungan dari *Franchise Fee* dan pembelian bahan baku inti, sedangkan *Franchisee* menikmati sepenuhnya hasil usaha.

B. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan, penulis berupaya memberikan saran dan masukan terkait Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* Pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau dari Akad Musyarakah sebagai berikut:

1. Bagi *Franchisor* Es Teh Wahyu yaitu untuk terus menjaga konsistensi kualitas produk dan pelayanan melalui penguatan SOP, inovasi varian menu, serta peningkatan strategi pemasaran digital.
2. Bagi *Franchisee* (mitra) yaitu diharapkan dapat lebih proaktif dalam berkomunikasi dengan pihak pusat, baik terkait kendala operasional maupun peluang pengembangan usaha. Kemudian, pengelolaan keuangan yang sepenuhnya berada di *Franchisee* perlu dilakukan dengan disiplin dan terencana, agar keuntungan dapat digunakan secara efektif untuk pengembangan usaha jangka panjang.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DAFTAR PUSTAKA

A.H Azarudin Latif. *Fiqh Muamalat*. Jakarta: UIN Jakarta Press, 2005.

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

Abdullah Arif Mukhlas. “Konsep Kerjasama Dalam Ekonomi Islam”. *AL-IQTISHOD: Jurnal Pemikiran dan Penelitian Ekonomi Islam*, Volume 9 Issue 1, Januari 2021. <https://media.neliti.com/media/publications/344635-konsep-kerjasama-dalam-ekonomi-islam-718a5477.pdf>.

Adelina Murti Syafiina, Rusnandari Retno Cahyani. “Waralaba Franchise di Indonesia”. *Jurnal Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Bisnis dan Digital (JIMaKeBiDi)*, Vol.1 No.2 Mei 2024. <https://ejournal.arimbi.or.id/index.php/JIMaKeBiDi/article/view/79>.

Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2020.

Afifah, Andi Nur, Muslimin Kara. “Royalty Fee Bisnis Waralaba Ritel di Kota Makassar dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. *Jurnal Bidang Kajian Islam* 7.1 (2021): 139-158. <https://journal.stiba.ac.id/index.php/nukhbah/article/view/296/203>.

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

Ananda Olivia Putri, Rini Puji Astuti, Revy Aulia Putri, dan Nur Roziq Ramadhani, “Analisis Penerapan Prinsip Manajemen Keuangan Syariah Pada UMKM Di Kabupaten Jember”, *Jurnal Penelitian Nusantara*, Vol. 1, No. 5 (2025). <https://padangjurnal.web.id/index.php/menulis/article/view/227>

Andi Fariana, Naufal Fadillah, Novita Fildzah. “Mempercepat Pertumbuhan UMKM Melalui Model Waralaba dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* , Vol. 9, No. 3 (2023): 3891-3897. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/10503>.

Andi Nur Afifah, Sohrah, Muslimin Kara. “Royalty Fee Bisnis Waralaba Ritel di Kota Makassar Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Syariah”. *Jurnal Bidang Kajian Islam*, Vol. 7, No. 1 (2021): 139-158. <https://journal.stiba.ac.id/index.php/nukhbah/article/view/296>.

Andrian Sutedi. *Hukum Waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008.

Annisa Dyah Utami, “Konsep Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Waralaba Bakmi Tebet Menurut Prinsip Syariah.” Skripsi UIN Jakarta, 2010.

Arif Rachman et al. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. CV Saba Jaya Publiser, 2024.

Aulia Usli Fatun Abdilah, Irvan Iswand, Siti Ngainnur Rohmah. "Implementasi Akad Musyarakah Pada Bisnis Franchise Kopi Janji Jiwa Di Food Court "Haurgeulis Punya Cerita". Jurnal Hukum Ekonomi Syariah, Vol. 2, No. 1 (2024): 20-32. <https://journals.iai-alzaytun.ac.id/index.php/mueamala/article/view/auliausli>.

Darmawan, Walid. "Analisis Sistem Penetapan Franchise Fee dan Royalty Fee Pada Franchise BRC". Al-Iqtishad: Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah 2.1 (2010). <https://media.neliti.com/media/publications/194949-ID-analisis-sistem-penetapan-Franchise-fee.pdf>.

Dewi Pratika, Achmad Irwan Hamzani, Moh. Taufik. "Perspektif Hukum Islam Dalam Sistem Bagi Hasil Waralaba (Francise) Di Indonesia". Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA), Vol. 4, No. 1 Maret 2024. <https://jim.stebisigm.ac.id/index.php/jimpa/article/view/316>.

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

Gunawan Widjaja. Waralaba. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2003.

Gunawan Wijaya. Seri Hukum Bisnis: Waralaba.

H. Hendi Suhendi. Fiqh Muamalah. Jakarta: Rajawali Pers, 2010.

Hamzah Ya'qub. Kode Etik Dagang Menurut Islam. Bandung: CV. Diponegoro, 1984.

Irham Fahmi. Kewirausahaan. Bandung: CV. Alfabeta, 2013.

Juniarti, Eva. "Analisis Akad Syirkah Muđarabah Dalam Kemitraan Franchise Cv. Extra Pedas Purwokerto", Diss. IAIN Purwokerto, 2019. <https://repository.uinsaizu.ac.id/6444/>.

Jusmaliani, et al. Bisnis Berbasis Syariah, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.

Lilik Farida, Sudarsih, Markus Apriono, N.G. Krishnabudi, Elok Sri Utami, dan Nadia Azalia Putri, "Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan Melalui Kemampuan Dinamis Dan Kinerja Inovasi Pada Umkm Kreatif", Jurnal Ekonomi Efektif, Vol. 5, No. 1, Oktober 2022. https://www.researchgate.net/publication/365086678_Menciptakan_Keunggulan_Kompetitif_Berkelanjutan_Melalui_Kemampuan_Dinamis_dan_Kinerja_Inovasi_pada_UMKM_Kreatif

M. Muchtar Rivai. "Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis". *Jurnal Liquidity*. Vol. 1, No. 2, Juli-Desember 2012. https://www.academia.edu/2287480/PENGATURAN_WARALABA_DI_INDONESIA_PERSPEKTIF_HUKUM_BISNIS.

M. Syafi'i Antonio. *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik*. Jakarta: Gema Insani, 2001.

Mufti Afif, Asifah Itsna Rosidah, Nur Hidayah Al Amin, Ahmad Suminto. "The Analysis of Franchise Fee and Royalty Fee Systems in the Business of Nyoklat Klasik™ Based on al-Mu'amalah al-Maliyah Perspective". *Journal of Finance Islamic Banking*, Vol. 4, No. 2 June-December 2021. <https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/jfib/article/view/4939>.

Norhayati. "Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam". *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence, Economic and Legal Theory (IJIJEL)*, Vol. 1, No. 3 (2023). <https://doi.org/10.62976/ijijel.v1i3.87>

Nurjannah, M. R., and Nazaruddin A. Wahid. "Analisis perhitungan Royalty Fee Franchise menurut konsep Musyarakah: Studi pada Jarimatika Darussalam". *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam* 2.2 (2013). <https://share.google/SV4k9X5359re7eN32>.

Pietra Sarosa, Kiat Praktis Membuka Usaha Mewaralabakan Usaha Anda: Panduan Praktis dan Komprehensif Mengembangkan Usaha dengan Sistem Waralaba , (Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, 2004).

Rendy Ramanda, Yoestini. "Pengaruh Brand Positioning dan Biaya Waralaba (Franchise Fee) Terhadap Pembelian Waralaba (Franchise Purchase) Pada Usaha "Segera" (Studi di Kota Semarang dan Kabupaten Kendal)". *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, Volume 12, Nomor 1, Tahun 2023. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/38684>.

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

Saharudin, Masrofi Bahrul Ulum, Muhamad Shodaqta Ian Syahputra. "The Profit-Sharing Method in Franchise Business from the Perspective of Islamic Economic Law". *Internasional Journal of Islamic Studies*, Volume 2 Number 1 (2024). <https://journal.csspublishing.com/index.php/nizam/article/view/1015>.

Siti Alfiyah, "Strategi Pengembangan UMKM Rengginang Dengan Komposisi Yang Berbeda DiKecamatan Mangaran Kabupaten Situbondo," *Journal Of*

Indonesian Social SocietyI, Volume 1, Nomor 2, (2023).
<https://doi.org/10.59435/jiss.v1i2.77>

Siti Annisatul Maghfiroh. “Franchise Sebagai Model Bisnis yang Efektif Dalam Ekonomi Modern”, Multidisciplinary Journal Of Religion And Social Sciences (MJRS), Volume 2, Nomor 1, Tahun 2025.
https://www.researchgate.net/publication/393860030_Franchise_sebagai_Model_Bisnis_yang_Efektif_dalam_Ekonomi_Modern

Siti Masrohatin, Hukum Bisnis: Teori Dan Praktek Di Indonesia, STAIN Jember Press, 2014.

Sonny Sumarso. Kewirausahaan. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013.

Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2024.

Ummi Salamah. “Usaha Waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) Syariah”. Jurnal Edukasi Hukum Volome 4 Nomor 1 Tahun 2025.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/ey/article/view/26282>.

Vita Hafsari, Annisa Sativa. “Royalty Fee Penggunaan Merek pada Sistem Franchise UMKM Kebab Goceng di Kota Medan Perspektif Fatwa DSN MUI No. 114/dsn mui/ix/2017”. UNES Law Review 6.1 (2023): 3496-3506. <https://review-unes.com/index.php/law/article/view/1148>.

Zamalludin Sembiring, Iskandar Zulkarnaen. “Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut K.U.H. Perdata”. Jurnal Pendidikan dan Konseling, Volume 4, Nomor 6 (2022).
<https://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/10158>

KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

MATRIK PENELITIAN

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODE PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Sistem <i>Franchise Fee</i> dan <i>Royalty Fee</i> Pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau Dari Akad Musyarakah	Sistem <i>Franchise Fee</i> dan <i>Royalty Fee</i> Ditinjau Dari Akad Musyarakah	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Franchise fee</i> <ol style="list-style-type: none"> a. <i>Franchise fee</i> b. <i>Royalty fee</i> 2. Akad Musyarakah <ol style="list-style-type: none"> a. kontibusi modal b. Mekanisme pengelolaan usaha c. Legalitas dan bentuk Akad 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Franchise fee</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Besaran biaya b. Waktu pembayaran c. fasilitas 2. <i>Royalty fee</i> <ol style="list-style-type: none"> a. Sistem pembayaran b. Periode 3. Akad musyarakah <ol style="list-style-type: none"> a. Kesepakatan kontrak 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Data Primer: <ol style="list-style-type: none"> a. Observasi b. Wawancara c. Dokumentasi 2. Data Sekunder: <ol style="list-style-type: none"> a. Buku b. Jurnal c. Artikel d. Internet 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pendekatan penelitian: Kualitatif deskriptif 2. Teknik pengumpulan data: Observasi, Wawancara, dan Dokumentasi 3. Analisis data: pengumpulan data, reduksi data, dan penyajian data 4. Keabsahan data: Triangulasi Sumber 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana sistem pelaksanaan bisnis waralaba, <i>Franchise Fee</i> dan <i>Royalty Fee</i> pada Es Teh Wahyu? 2. Bagaimana pembayaran <i>Franchise Fee</i> dan pembagian <i>Royalty Fee</i> pada Es Teh Wahyu ditinjau dari akad Musyarakah?

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sahrul Hibatulloh

NIM : 211105020065

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Instansi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 3 November 2025



Sahrul Hibatulloh
211105020065

PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian:

**Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Es Teh Wahyu
Ditinjau dari Akad Musyarakah**

A. LATAR BELAKANG BISNIS WARALABA

1. Bisa Bapak/Ibu ceritakan secara singkat bagaimana awalnya Bapak/Ibu bermitra dengan Es Teh Wahyu?
2. Apa alasan Bapak/Ibu memilih sistem franchise Es Teh Wahyu dibanding membuka usaha sendiri?
3. Bagaimana proses pendaftaran atau perjanjian awal yang dilakukan antara franchisor dan franchisee?

B. SISTEM PELAKSANAAN *FRANCHISE FEE* DAN *ROYALTY FEE*

1. Berapa besarnya *Franchise Fee* yang harus dibayar saat awal kemitraan? Apakah dibayar penuh atau bisa dicicil?
2. Apa saja fasilitas atau hak yang diperoleh setelah membayar *Franchise Fee* tersebut?
3. Bagaimana sistem pembayaran *Royalty Fee*-nya? Apakah berdasarkan omset, keuntungan, atau nominal tetap?
4. Seberapa besar persentase *Royalty Fee* yang dibayarkan, dan setiap berapa waktu dilakukan pembayarannya?
5. Apakah ada standar penjualan minimum (target) yang ditetapkan oleh pihak franchisor?
6. Apakah ada pelatihan, pendampingan, atau kontrol dari pihak pusat/franchisor secara berkala?

C. HAK DAN KEWAJIBAN PIHAK FRANCHISOR DAN FRANCHISEE

1. Apa saja bentuk bantuan atau fasilitas yang diberikan oleh pihak franchisor dalam operasional bisnis sehari-hari?
2. Apa saja kewajiban Bapak/Ibu sebagai franchisee dalam menjalankan usaha ini?

3. Bagaimana sistem pelaporan keuangan kepada pihak pusat? Apakah dilakukan harian, mingguan, atau bulanan?
4. Apakah pihak franchisor memberikan batasan wilayah usaha (exclusive territory) kepada franchisee?
5. Jika ada masalah dalam operasional atau pemasaran, apakah pihak franchisor turut serta menyelesaikan?

D. TINJAUAN ISLAM TERHADAP SISTEM KERJA SAMA

1. Dalam pandangan Bapak/Ibu, apakah sistem kerja sama franchise Es Teh Wahyu ini sudah adil dan saling menguntungkan?
2. Apakah dalam perjanjian terdapat kesepakatan pembagian hasil yang jelas dan disepakati kedua belah pihak?
3. Jika ditinjau dari konsep musyarakah (kerja sama dalam Islam), menurut Bapak/Ibu apakah kerja sama ini mencerminkan prinsip musyarakah?
4. Apakah pembagian hasil dan sistem bagi untung-rugi sesuai dengan prinsip Islam?
5. Bagaimana sikap pihak franchisor dalam menjaga amanah, transparansi, dan kejujuran dalam kerja sama ini?

E. PENUTUP

1. Apa kelebihan dan kekurangan sistem franchise Es Teh Wahyu menurut pengalaman Bapak/Ibu?
2. Jika diberi kesempatan untuk mengusulkan perubahan dalam sistem franchise ini, bagian mana yang ingin Bapak/Ibu ubah?
3. Bagaimana harapan Bapak/Ibu terhadap perkembangan bisnis waralaba ini di masa depan?



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <https://febi.uinkhas.ac.id/>



Nomor : B- 103 /Un.22/7.a/PP.00.9/08/2025
 Lampiran : -
 Hal : **Permohonan Izin Penelitian**

27 Agustus 2025

Kepada Yth.
 Manajer Es Teh Wahyu
 Jl. Moh. Yamin. Tegal Besar, Kec. Kaliwates, Kab. Jember

Disampaikan dengan hormat bahwa, dalam rangka menyelesaikan tugas Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, maka bersama ini mohon diizinkan mahasiswa berikut :

Nama	:	Sahrul Hibatulloh
NIM	:	211105020065
Semester	:	IX (Sembilan)
Jurusan	:	Ekonomi Islam
Prodi	:	Ekonomi Syariah

Guna melakukan Penelitian/Riset mengenai Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* Pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau Dari Akad Musyarakah di lingkungan/lembaga wewenang Bapak/Ibu.

Demikian atas perkenan dan kerjasamanya disampaikan terima kasih.

A.n. Dekan
 Wakil Dekan Bidang Akademik,





ES TEH WAHYU
Jl. Moh. Yamin, Tegal Besar, Kaliwates, Jember. Kode Pos: 68132
Telp. 087760063003

Lampiran : -
Perihal : Surat Keterangan

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ayu Pindiyanjani
Jabatan : Manajer Es Teh Wahyu

Menerangkan dengan sebenarnya bahwa Mahasiswa Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember di bawah ini:

Nama : Sahrul Hibatulloh
NIM : 211105020065
Prodi : Ekonomi Syariah

Benar-benar telah melaksanakan penelitian di Es Teh Wahyu pada tanggal 7 September 2025 dengan Judul: "Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba Es Teh Wahyu Ditinjau dari Akad Musyarakah".

Demikianlah surat keterangan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

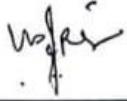
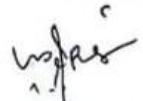
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

Jember, 25 September 2025

Manajer Es Teh Wahyu

Ayu Pindiyanjani

JURNAL KEGIATAN PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	TTD
1.	2 September 2025	Pengajuan Surat Penelitian	
2.	7 September 2025	Wawancara dengan Ibu Ayu	
3.	9 September 2025	Wawancara dengan Bapak Faruq	
4.	12 September 2025	Wawancara dengan Bapak Fikrul	
5.	25 September 2025	Selesai penelitian	

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R

DOKUMENTASI PENELITIAN



Wawancara dengan manajer es teh wahyu yaitu Ibu Ayu



Wawancara dengan mitra es teh wahyu yaitu Bapak Faruq



Wawancara dengan mitra es teh wahyu yaitu Bapak Fikrul



Outlet es teh wahyu pusat yang berlokasi di depan perumahan Istana Tegal Besar



Salah satu outlet mitra es teh wahyu yang berlokasi di belakang kampus UIN KHAS



Salah satu outlet mitra es teh wahyu yang berlokasi di ambulu



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Sahrul Hibatulloh
 NIM : 211105020065
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Sistem *Franchise Fee* dan *Royalty Fee* pada Waralaba
 Es Teh Wahyu Ditinjau dari Akad Musyarakah

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan Aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada Aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 25%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 03 November 2025
 Operator Aplikasi Turnitin
 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam


 Luluk Musfiroh

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN

Nomor : 4358 /Un.22/D.5.KP.1/KM.05.00/10/2025

Yang bertandatangan di bawah ini Koordinator program Studi Ekonomi Syariah,
 menerangkan bahwa :

Nama : Sahrul Hibatulloh

NIM : 211105020065

Semester : IX (Sembilan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 16 Oktober 2025

A.n. Dekan
 Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
J E M B E R



BIODATA PENULIS



A. Biodata Penulis

Nama	:	Sahrul Hibatulloh
NIM	:	211105020065
Tempat, Tanggal Lahir	:	Jember, 16 Januari 2003
Jenis Kelamin	:	Laki-laki
Alamat	:	Dusun Krajan 1 RT/RW 002/014 Grenden, Kec. Puger, Kab. Jember
No. Hp	:	082228701429
Email	:	sahrulhibatulloh16@gmail.com
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi	:	Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

TK	:	Al Hidayah
SD	:	SDNU Grenden
SMP/MTs	:	MTs Unggulan Nuris
SMA/MA	:	MA Unggulan Nuris
Perguruan Tinggi	:	UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember