

Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Sistem Waralaba Es Teh Poci (Studi Kasus Es Teh Poci Geragai)

Sela Septiani Putri¹, Haeran², Hasna Dewi³, Kurniawan⁴, Alisyah Pitri⁵,

Reza Okva Marwendi⁶, Ahmad Hidayat⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}**Institut Islam Al-Mujaddid Sabak**

Corresponding Author: selaseptianiputri08@gmail.com

Published: July, 2026

ABSTRACT

*This study aims to examine the implementation mechanism of the Teh Poci Geragai franchise agreement and analyze it from the perspective of Sharia economic law. The study is motivated by the growth of the franchise system in Indonesia—which involves a cooperative agreement between the franchisor and franchisee—necessitating an assessment of its compliance with Sharia principles. This research employs a qualitative method with empirical and sociological approaches. Data were collected through observation, interviews, and documentation, then analyzed descriptively based on Sharia economic law principles and DSN-MUI Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 concerning the *Ijarah* (lease/service) contract. The findings indicate that the Teh Poci franchise system in Geragai utilizes a cooperative agreement incorporating elements of *ijarah* regarding the use of the brand and business system, alongside a sale-and-purchase agreement for the supply of raw materials. Such practices are fundamentally permissible under Sharia economic law as they satisfy the principles of mutual consent, contractual clarity, and a *halal* (permissible) business object. However, instances of non-compliance with the agreement's terms were identified, indicating that the implementation of the contract has not yet been optimal.*

Keywords: *Sharia Economic Law, Franchising, Ijarah Contract, Teh Poci.*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Perkembangan ekonomi global dan pesatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman (F&B) telah melahirkan banyak inovasi dalam pola bisnis modern, salah satunya adalah sistem waralaba (*franchise*). Sistem waralaba memungkinkan seseorang menjalankan usaha dengan dukungan merek dagang yang sudah dikenal, sistem manajemen yang terbukti, dan standar operasional yang terstruktur. Di Indonesia, sistem ini banyak diminati oleh pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), karena dianggap minim risiko dan memiliki potensi keuntungan yang menjanjikan. Di bidang ekonomi, salah satu pendukung pesatnya pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah berkembangnya sistem pemasaran dalam berbagai bidang usaha, hal ini menunjukkan semakin tingginya daya saing antar industri perdagangan dalam melakukan pemasaran, juga industri barang dan/atau jasa. Salah satu sistem pemasaran yang marak dan mulai diminati serta telah berhasil menarik perhatian para pengusaha lokal untuk bersaing dengan pengusaha asing adalah sistem waralaba atau franchise (Sulisyaningsing, 2017). Sekarang ini istilah *franchise* banyak diperbincangkan di kalangan pelaku usaha terutama di Indonesia. Banyak pemilik modal berbisnis franchise karena bisnis ini memiliki daya tarik tersendiri sebab dilihat dari segi pendirian usahanya yang relatif lebih mudah jika dibandingkan dengan usaha lainnya seperti PMA (Penanaman Modal Asing). Bisnis ini merupakan tren bisnis dengan resiko kegagalan yang minim sehingga pertumbuhannya pun sangat pesat dan sudah merambah ke kota-kota kecil di Indonesia. Peluang bisnis yang signifikan. Bisnis ini merupakan salah satu alternatif bagi seorang pemula untuk memulai usahanya (Slamet, 2011). Dengan semakin

berkembangnya bisnis waralaba tersebut penting kiranya bagi pelaku usaha untuk membuat perjanjian di antara masing-masing pihak untuk menghindari kelalaian ataupun persengketaan di kemudian hari. Para pihak yang membuat perjanjian diwajibkan Sosrodjojo pada tahun 1953 yang kemudian berkembang menjadi sistem waralaba pada tahun 2003 dan mulai bisnis kemitraan pada tahun 2007 sebagai teknik pemasarannya untuk memahami isi perjanjian agar tidak adanya unsur ketidakadilan ataupun wanprestasi dengan apa yang telah disepakati serta memelihara hak dan kewajiban yang seimbang. Sebab, dalam praktiknya sering sekali dijumpai perjanjian ataupun kontrak dirasa berat sebelah dan kurang menguntungkan salah satu pihak (Astuti, 2020).

Salah satu bisnis franchise yang berkembang saat ini adalah bisnis franchise produk Es Teh Poci. Es Teh Poci merupakan produk teh seduh kemasan yang dikelola oleh PT Poci Kreasi Mandiri, yang merupakan perusahaan di bawah naungan PT Gunung Slamet yang didirikan oleh keluarga (Esthepoci, "Profil Produk Es Teh Poci," Esthepoci, Accessed March 13, 2024, <https://Esthepoci.Id/Index.Html>). Waralaba lokal yang sangat populer dan berkembang secara signifikan adalah Teh Poci. Waralaba ini dikenal dengan konsep penyajian teh khas Indonesia menggunakan teko tanah liat, gula batu, dan cita rasa tradisional yang kuat. Dengan pendekatan bisnis yang menarik dan biaya investasi yang relatif rendah, Teh Poci berhasil menarik banyak mitra bisnis (*franchisee*) di berbagai daerah. Waralaba ini menasar segmen masyarakat menengah ke bawah dengan menjual minuman teh yang berkualitas namun tetap terjangkau (Dwitama & Siswahyudianto, 2022).

Namun, seiring dengan pesatnya perkembangan bisnis waralaba tersebut, timbul pertanyaan mendasar terkait landasan hukum dan akad-akad yang digunakan dalam model kerjasama antara pemilik waralaba (*franchisor*) dan mitra (*franchisee*). Dalam pandangan hukum ekonomi syariah, setiap transaksi bisnis harus dibangun atas dasar akad (perjanjian) yang sah secara syariah dan memenuhi prinsip-prinsip keadilan, kejujuran, dan keterbukaan. Hal ini bertujuan agar tidak terjadi kezaliman (*zulm*), penipuan (*tadlis*), atau ketidakjelasan (*ghabar*) dalam hubungan antara dua pihak yang bertransaksi.

Sistem waralaba secara umum mengandung beberapa unsur akad secara simultan. Misalnya, akad *ijarah* digunakan dalam bentuk peminjaman sistem, pelatihan, dan hak atas penggunaan merek dagang. Akad jual beli (*bai*) digunakan ketika *franchisee* membeli perlengkapan usaha atau bahan baku dari *franchisor*. Di sisi lain, juga terdapat kemungkinan akad *syirkah* (kerjasama modal), akad wakalah (pendelegasian), atau akad *ju'alah* (imbalan atas hasil tertentu). Kompleksitas ini menuntut kajian yang mendalam terhadap bentuk-bentuk akad dalam waralaba, termasuk dalam waralaba Teh Poci (Serli, 2023).

Masalah muncul ketika akad-akad tersebut tidak dirinci secara jelas dalam dokumen perjanjian, atau bahkan hanya mencantumkan ketentuan hukum positif berdasarkan Undang-undang Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, tanpa menyertakan tinjauan prinsip syariah. Ini dapat menimbulkan keraguan dari sisi kehalalan dan keabsahan akad tersebut dalam perspektif fiqh muamalah. Dalam beberapa kasus, *franchisee* merasa dirugikan karena adanya ketimpangan posisi tawar, keterikatan yang sangat tinggi terhadap ketentuan dari *franchisor*, atau bahkan pemutusan kontrak sepihak (Maulidi, 2020).

Perjanjian dalam perspektif hukum Islam disebut dengan akad yang maknanya ikatan. Secara Istilah "perjanjian" dalam hukum Indonesia disebut akad" dalam hukum Islam. Kata akad berasal dari *al-„aqd*, yang berarti mengikat, menyambung atau menghubungkan (*ar-rabt*). Kontrak merupakan ikatan ataupun hubungan di antara ijab dan qabul yang memiliki akibat hukum terhadap hal-hal yang dikontrakkan. Dalam tradisi hukum Islam, kedudukan kata sepakat terhadap suatu kontrak sangat dijunjung tinggi, yang berarti prinsip *pacta sunt servanda* (janji itu mengikat) sangat dihargai dalam hukum syara". Dalam perjanjian bisnis dalam hukum Islam juga mengisyaratkan bahwa perjanjian bertujuan untuk membentuk hubungan yang bersifat kejujuran dan kebenaran antara pemilik harta dan para pembeli yang tercantum dalam QS An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا
Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan harta sesamamu dengan cara yang batil (tidak benar), kecuali berupa perniagaan atas dasar suka sama suka di antara kamu. Janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu" (QS An-Nisa ayat 29).

Dalam konteks ini, hukum ekonomi syariah menawarkan paradigma yang tidak hanya fokus pada aspek legal formal, tetapi juga pada nilai-nilai moral dan spiritual dalam berbisnis. Prinsip-prinsip seperti keadilan (*ʿadl*), kemaslahatan (*maslahah*), transparansi (*syafafiyah*), dan ridha (kerelaan bersama) menjadi pilar utama dalam menilai keabsahan suatu akad. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana sistem waralaba Teh Poci diimplementasikan dan apakah akad-akad yang digunakan telah sesuai dengan prinsip-prinsip tersebut (Putri, 2024).

Bisnis waralaba produk Teh Poci ini dimulai dengan dibuatnya kontrak antara para pihak diantaranya adalah pihak pewaralaba (*franchisor*) dan pihak terwaralaba (*franchisee*). Kontrak tersebut berisi tentang hak dan kewajiban, dan hal-hal yang telah disepakati. Seperti pada poin tiga kontrak tersebut dijelaskan bahwa dalam melakukan penjualan sebagaimana dimaksud dalam angka 1, pihak terwaralaba hanya akan menggunakan produk PT. Poci Kreasi Mandiri dan tidak menggunakan produk lainnya. Yang dimaksud dalam angka satu tersebut ialah bahwa pihak terwaralaba merupakan mitra dari PT. Poci Kreasi Mandiri yang melakukan penjualan Teh Poci Hangat dan Dingin serta akan melakukan pengambilan barang dari PT. Poci Kreasi Mandiri. Diantara isi dari kontrak tersebut menyatakan agar semua produk dalam bisnis waralaba berasal dari pihak pewaralaba (*franchisor*). Pada bisnis waralaba lain pun pembelian bahan baku juga berasal dari pihak pewaralaba bahkan dalam hal pemilihan lokasi outlet juga menjadi persyaratan yang pokok dan tertulis dalam perjanjian beserta ketentuan- ketentuannya (Attaqia, 2016).

Pada bisnis waralaba Teh Poci di Geragai pihak terwaralaba pernah menggunakan gelas beserta tutup minumannya tanpa menggunakan label poci atau dengan kata lain menggunakan gelas beserta tutup minuman biasa. Hal tersebut juga bisa dikatakan bahwa pihak terwaralaba melanggar perjanjian sebab tidak memenuhi cara penyajian minuman yang telah ditentukan.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis. Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian fiqh muamalah kontemporer, khususnya dalam aspek waralaba dan akad modern. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi para pelaku bisnis waralaba Muslim agar dapat menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam operasional bisnis mereka. Lebih dari itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi masukan bagi regulator dalam mengembangkan kebijakan ekonomi syariah di sektor UMKM.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif normatif. Penelitian kualitatif normatif adalah penelitian yang dilakukan dengan cara menelaah dan menganalisis berbagai norma atau aturan hukum yang berlaku, baik yang bersumber dari Al-Qur'an, hadits, peraturan perundang-undangan, maupun pendapat para ulama dan ahli hukum. Berdasarkan permasalahan yang diteliti oleh penulis, maka pendekatan penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan sosiologis atau *socio-legal research*, yaitu pendekatan penelitian yang mengkaji persepsi dan perilaku hukum orang (manusia dan badan hukum) yang terjadi di lapangan (Utsman, 2015). Kemudian dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut Moleong pendekatan kualitatif menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari para informan dan perilaku yang diamati yang tidak dituaangkan dalam variabel atau hipotesis (Moleong, 2000).

Penelitian akan difokuskan pada analisis pandangan hukum ekonomi syariah sistem franchise/waralaba pada usaha Es Teh Poci di cabang Geragai. Penelitian ini dilakukan di Outlet Es Teh Poci di Kecamatan Geragai. Penelitian ini dilakukan selama bulan April-Mai 2026. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini: observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan.

Dalam penelitian ini teknik analisis data dapat dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk menjamin validitas dan keabsahan data yang diperoleh, peneliti menggunakan beberapa teknik, yaitu triangulasi, *member check* (konfirmasi ulang), *peer debriefing* dan kecukupan referensi.

PEMBAHASAN

A. Mekanisme Pelaksanaan Akad Waralaba pada Teh Poci Geragai

Berdasarkan temuan data penelitian mengenai praktik bisnis waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai dapat dipahami bahwa praktik bisnis tersebut merupakan bentuk kerja sama usaha antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dan pihak penerima waralaba (*franchisee*). Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, kerja sama tersebut dapat dianalisis sebagai suatu akad yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Akad merupakan perjanjian atau kesepakatan antara dua pihak atau lebih yang dilakukan secara sadar dan sukarela untuk menimbulkan akibat hukum terhadap objek yang diperjanjikan. Dalam praktik bisnis waralaba Teh Poci, akad dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis yang memuat ketentuan mengenai penggunaan merek dagang, kewajiban pembelian bahan baku, penentuan lokasi usaha, serta aturan operasional usaha (Serli, 2023).

Apabila ditinjau dari perspektif hukum ekonomi syariah, akad yang digunakan dalam bisnis waralaba Teh Poci dapat dikategorikan sebagai akad gabungan (*multiakad*). Hal ini disebabkan dalam praktiknya terdapat beberapa bentuk akad yang berjalan secara bersamaan. Pertama, akad ijarah, yaitu akad pemanfaatan jasa atau manfaat suatu barang dengan imbalan tertentu. Akad ini terlihat dari adanya pemberian hak penggunaan merek, sistem usaha, standar operasional, dan fasilitas usaha dari pihak pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba dengan imbalan berupa pembayaran modal awal. Dalam hal ini, pembayaran modal awal dapat dipahami sebagai ujuh atau imbalan atas manfaat yang diterima pihak penerima waralaba.

Selain akad ijarah, dalam bisnis waralaba Teh Poci juga terdapat akad jual beli (*ba'i*). Akad ini terlihat dari kewajiban pihak penerima waralaba untuk membeli bahan baku, kemasan, gelas, dan perlengkapan lainnya dari pihak pemberi waralaba atau distributor resmi. Dalam hukum ekonomi syariah, akad jual beli dinyatakan sah apabila memenuhi rukun dan syarat, yaitu adanya penjual, pembeli, barang yang diperjualbelikan, harga yang jelas, serta adanya kerelaan kedua belah pihak (*antaradhin*).

Di samping itu, kerja sama dalam bisnis waralaba Teh Poci juga memiliki unsur akad syirkah karena terdapat kerja sama usaha antara kedua belah pihak untuk memperoleh keuntungan. Akan tetapi, unsur syirkah dalam praktik ini tidak sepenuhnya terpenuhi karena tidak terdapat sistem pembagian keuntungan secara langsung (*profit sharing*). Oleh karena itu, akad yang lebih dominan dalam praktik bisnis ini adalah akad ijarah dan akad jual beli (*ba'i*).

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di Kecamatan Geragai, mekanisme pelaksanaan akad dalam bisnis waralaba Teh Poci dilakukan melalui beberapa tahapan yang dimulai sejak proses pengenalan usaha, pembentukan perjanjian, penyerahan modal, hingga pelaksanaan kerja sama antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba. Dalam praktiknya, hubungan kerja sama tersebut dibangun atas dasar kesepakatan kedua belah pihak yang kemudian dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis sebagai pedoman pelaksanaan usaha.

Tahap awal dalam mekanisme pelaksanaan akad dimulai dari proses pencarian informasi dan pendaftaran calon mitra kepada pihak distributor resmi Teh Poci. Berdasarkan hasil wawancara dengan mitra Teh Poci di Kecamatan Geragai, calon mitra terlebih dahulu mencari informasi mengenai sistem usaha waralaba Teh Poci melalui media sosial, internet, maupun dengan datang langsung ke distributor resmi. Setelah memperoleh informasi terkait syarat dan ketentuan kerja sama, calon mitra kemudian menyatakan kesediaannya untuk bergabung sebagai bagian dari mitra usaha Teh Poci (Juardi, 2024).

Setelah adanya kesepakatan awal antara kedua belah pihak, tahap selanjutnya adalah pembentukan akad yang dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis. Perjanjian tersebut memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak selama kerja sama berlangsung. Dalam perjanjian dijelaskan bahwa pihak penerima waralaba merupakan mitra resmi dari PT. Poci Kreasi Mandiri yang diberi hak untuk menjual produk Teh Poci sesuai ketentuan perusahaan. Selain itu, pihak penerima waralaba juga diwajibkan mematuhi aturan operasional usaha, menjaga kualitas produk, menggunakan bahan baku resmi dari perusahaan, serta tidak memindahkan booth penjualan tanpa persetujuan pihak pemberi waralaba.

Mekanisme akad dalam bisnis waralaba Teh Poci ini menunjukkan adanya unsur kesepakatan (*ijab dan kabul*) antara kedua belah pihak. Pihak pemberi waralaba menawarkan sistem usaha beserta

fasilitas pendukungnya, sedangkan pihak penerima waralaba menerima dan menyetujui seluruh ketentuan yang telah ditetapkan. Kesepakatan tersebut dilakukan secara sadar dan sukarela tanpa adanya unsur paksaan, sehingga memenuhi prinsip dasar akad dalam hukum ekonomi syariah.

Tahap berikutnya dalam mekanisme pelaksanaan akad adalah penyerahan modal oleh pihak penerima waralaba kepada pihak pemberi waralaba. Besaran modal yang diberikan bergantung pada jenis dan ukuran booth yang dipilih oleh mitra. Berdasarkan hasil penelitian, modal awal yang diberikan oleh mitra digunakan untuk memperoleh berbagai fasilitas usaha seperti booth penjualan, mesin seal, termos, container, cooler box, hingga perlengkapan pendukung lainnya. Selain itu, pihak perusahaan juga menyediakan bahan baku berupa teh, cup, plastik seal, sedotan, dan berbagai varian rasa yang digunakan dalam operasional usaha.

Dalam praktiknya, pihak penerima waralaba tidak diwajibkan membayar royalti bulanan kepada pihak perusahaan. Keuntungan yang diperoleh dari hasil penjualan sepenuhnya menjadi milik pihak penerima waralaba. Sementara itu, pihak pemberi waralaba memperoleh keuntungan melalui penjualan bahan baku dan perlengkapan usaha kepada para mitra. Oleh karena itu, mekanisme kerja sama dalam bisnis Teh Poci lebih menekankan pada penggunaan merek dagang dan kewajiban pembelian bahan baku dibandingkan sistem bagi hasil secara langsung.

Selain penyerahan modal, pihak pemberi waralaba juga memberikan pelatihan awal kepada mitra sebagai bagian dari pelaksanaan akad kerja sama. Pelatihan tersebut dilakukan pada saat awal pembukaan usaha dan berisi penjelasan mengenai tata cara penyajian produk, penggunaan resep, serta standar operasional usaha. Meskipun pelatihan yang diberikan tergolong sederhana, hal ini menunjukkan adanya tanggung jawab dari pihak pemberi waralaba dalam mendukung kelancaran usaha mitra.

Selanjutnya, setelah seluruh proses awal selesai dilakukan, pihak penerima waralaba mulai menjalankan usaha sesuai dengan ketentuan yang telah disepakati dalam perjanjian. Dalam pelaksanaannya, pihak mitra diwajibkan menggunakan bahan baku resmi dari perusahaan dan menjaga kualitas produk agar tetap sesuai standar Teh Poci. Pihak distributor juga melakukan pengawasan secara langsung terhadap aktivitas penjualan mitra untuk memastikan bahwa operasional usaha berjalan sesuai aturan yang telah ditetapkan.

Namun, berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa dalam praktiknya masih terdapat beberapa pelanggaran terhadap isi perjanjian. Misalnya, terdapat mitra yang menggunakan cup atau plastik seal dari pihak luar karena keterlambatan pengiriman bahan baku dari distributor. Selain itu, ada pula mitra yang melakukan perubahan perlengkapan usaha tanpa persetujuan pihak perusahaan. Apabila terjadi pelanggaran seperti itu, pihak distributor biasanya memberikan teguran secara langsung kepada mitra sebagai bentuk penyelesaian awal.

Mekanisme penyelesaian pelanggaran dalam bisnis waralaba Teh Poci lebih mengutamakan pendekatan kekeluargaan dan negosiasi dibandingkan penyelesaian secara hukum. Teguran diberikan secara lisan baik melalui tatap muka langsung maupun melalui komunikasi telepon. Jika pelanggaran masih dapat diperbaiki, maka hubungan kerja sama tetap dilanjutkan. Akan tetapi, apabila pelanggaran dianggap berat dan terus berulang, pihak pemberi waralaba memiliki hak untuk mencabut izin franchise dari pihak mitra (Djayadi, 2021).

Dengan demikian, mekanisme pelaksanaan akad waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai pada dasarnya dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu proses pengenalan usaha, pembentukan perjanjian, penyerahan modal, pelaksanaan operasional usaha, pengawasan, hingga penyelesaian pelanggaran apabila terjadi wanprestasi. Seluruh tahapan tersebut menunjukkan adanya hubungan kerja sama yang saling mengikat antara pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba dalam menjalankan usaha waralaba Teh Poci.

B. Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Dalam Pelaksanaan Akad Waralaba Teh Poci Geragai

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap praktik bisnis waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai, dapat dipahami bahwa pelaksanaan kerja sama antara pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba merupakan bentuk kegiatan muamalah yang berkaitan dengan akad dalam hukum ekonomi syariah. Dalam Islam, kegiatan ekonomi pada dasarnya diperbolehkan selama tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah dan tidak mengandung unsur yang dilarang, seperti riba, gharar (ketidakjelasan), maisir (perjudian), penipuan, monopoli yang merugikan, maupun

tindakan zalim terhadap salah satu pihak. Oleh karena itu, praktik bisnis waralaba Teh Poci perlu dianalisis lebih lanjut untuk mengetahui kesesuaiannya dengan ketentuan hukum ekonomi syariah.

Pelaksanaan akad dalam bisnis waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai dilakukan melalui adanya kesepakatan antara pihak pemberi waralaba, yaitu PT. Poci Kreasi Mandiri, dengan pihak penerima waralaba sebagai mitra usaha. Kesepakatan tersebut dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis yang berisi hak dan kewajiban kedua belah pihak. Dalam hukum ekonomi syariah, akad merupakan suatu perjanjian yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih secara sadar dan sukarela untuk menimbulkan akibat hukum terhadap sesuatu yang diperjanjikan. Dengan demikian, akad menjadi dasar utama dalam pelaksanaan kerja sama bisnis karena menentukan batas hak, kewajiban, dan tanggung jawab masing-masing pihak.

Dalam praktik bisnis waralaba Teh Poci, akad yang digunakan dapat dikategorikan sebagai akad gabungan atau multiakad karena di dalamnya terdapat beberapa bentuk akad yang berjalan secara bersamaan. Akad yang paling dominan dalam praktik ini adalah akad ijarah dan akad jual beli (*ba'i*). Akad ijarah terlihat dari adanya pemberian hak penggunaan merek dagang, sistem usaha, standar operasional, dan fasilitas usaha dari pihak pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba dengan imbalan berupa pembayaran modal awal. Sedangkan akad jual beli terlihat dari adanya kewajiban pihak penerima waralaba untuk membeli bahan baku, cup, sedotan, plastik seal, serta perlengkapan usaha lainnya dari pihak perusahaan atau distributor resmi.

Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, pelaksanaan akad harus dilakukan berdasarkan prinsip suka sama suka atau saling ridha antara kedua belah pihak. Prinsip ini menjadi salah satu dasar penting dalam setiap transaksi ekonomi Islam agar tidak terjadi unsur pemaksaan ataupun tindakan yang merugikan pihak lain. Hal tersebut sebagaimana dijelaskan dalam firman Allah SWT. pada surah An-Nisa ayat 29:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِّنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya:

“Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perdagangan yang dilakukan atas dasar suka sama suka di antara kamu.” (QS. An-Nisa: 29).

Ayat tersebut menjelaskan bahwa setiap bentuk transaksi atau kerja sama usaha harus dilakukan atas dasar kerelaan para pihak. Dalam praktik waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai, pihak mitra bergabung secara sukarela setelah memperoleh penjelasan mengenai sistem usaha, ketentuan perjanjian, serta modal yang harus dipersiapkan. Tidak ditemukan adanya unsur paksaan dalam proses pembentukan kerja sama tersebut. Dengan demikian, pelaksanaan akad dalam bisnis waralaba Teh Poci telah memenuhi prinsip an-taradhin atau saling ridha sebagaimana yang diajarkan dalam hukum ekonomi syariah.

Selain prinsip kerelaan, hukum ekonomi syariah juga menekankan pentingnya kejelasan akad untuk menghindari *gharar* atau ketidakjelasan yang dapat menimbulkan perselisihan di kemudian hari. Dalam bisnis waralaba Teh Poci, kejelasan akad terlihat dari adanya perjanjian tertulis yang memuat aturan mengenai penggunaan merek dagang, lokasi usaha, kewajiban pembelian bahan baku, tata cara operasional usaha, hingga larangan menggunakan produk dari pihak lain. Adanya ketentuan tertulis tersebut menunjukkan bahwa pihak pemberi waralaba telah memberikan penjelasan mengenai sistem kerja sama kepada pihak penerima waralaba sejak awal akad dilakukan.

Kejelasan akad dalam Islam sangat penting karena berkaitan dengan perlindungan hak dan kewajiban para pihak. Hal ini juga sejalan dengan firman Allah Swt. dalam surah Al-Ma'idah ayat 1:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ ﴿١﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, penuhilah akad-akad itu.” (QS. Al-Ma'idah: 1).

Ayat tersebut menjadi dasar bahwa setiap perjanjian yang telah disepakati wajib dipenuhi oleh para pihak yang berakad. Dalam konteks bisnis waralaba Teh Poci, pihak pemberi waralaba berkewajiban menyediakan fasilitas usaha dan bahan baku sesuai ketentuan yang dijanjikan. Sementara itu, pihak penerima waralaba berkewajiban menjalankan usaha sesuai standar operasional dan menggunakan bahan baku resmi dari perusahaan. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan isi perjanjian, maka tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai wanprestasi atau pelanggaran akad.

Berdasarkan hasil penelitian, dalam praktik pelaksanaan kerja sama masih ditemukan beberapa bentuk pelanggaran terhadap isi perjanjian, seperti penggunaan cup dan plastik seal dari luar perusahaan atau perubahan perlengkapan usaha tanpa izin pihak pemberi waralaba. Pelanggaran tersebut umumnya terjadi karena keterlambatan pengiriman bahan baku dari distributor atau alasan tertentu dari pihak mitra. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, tindakan tersebut menunjukkan belum optimalnya pelaksanaan prinsip amanah dalam menjalankan akad kerja sama.

Amanah merupakan salah satu prinsip penting dalam Islam yang harus diterapkan dalam setiap aktivitas muamalah. Setiap pihak yang telah melakukan akad memiliki tanggung jawab untuk menjalankan isi perjanjian dengan jujur dan sesuai kesepakatan. Rasulullah SAW. bersabda: “Kaum muslimin terikat dengan syarat-syarat yang mereka buat, kecuali syarat yang mengharamkan yang halal atau menghalalkan yang haram.” (HR. Tirmidzi).

Hadits tersebut menjelaskan bahwa setiap perjanjian yang dibuat wajib dipatuhi selama tidak bertentangan dengan syariat Islam. Dalam praktik waralaba Teh Poci, ketentuan mengenai penggunaan bahan baku resmi dan standar operasional usaha pada dasarnya dibuat untuk menjaga kualitas produk dan keberlangsungan sistem usaha. Oleh sebab itu, pihak mitra berkewajiban menaati seluruh ketentuan yang telah disepakati bersama.

Selain itu, penyelesaian sengketa dalam bisnis waralaba Teh Poci juga lebih mengutamakan pendekatan musyawarah dan negosiasi dibandingkan penyelesaian melalui jalur hukum. Apabila terjadi pelanggaran, pihak distributor biasanya memberikan teguran secara langsung kepada pihak mitra dan melakukan komunikasi untuk mencari penyelesaian terbaik. Cara tersebut sesuai dengan prinsip penyelesaian sengketa dalam Islam yang mengutamakan perdamaian dan musyawarah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta analisis yang telah dilakukan mengenai *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Sistem Waralaba Es Teh Poci (Studi Kasus Teh Poci Geragai)*, maka dapat dirumuskan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, mekanisme pelaksanaan akad dalam bisnis waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai dilaksanakan melalui beberapa tahapan yang saling berkaitan, dimulai dari proses pencarian informasi usaha, pendaftaran calon mitra, pembentukan perjanjian kerja sama, penyerahan modal, pemberian fasilitas usaha, hingga pelaksanaan operasional usaha dan pengawasan oleh pihak pemberi waralaba. Hubungan kerja sama antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dan pihak penerima waralaba (*franchisee*) dituangkan dalam bentuk perjanjian tertulis yang memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak, seperti penggunaan merek dagang, kewajiban pembelian bahan baku, ketentuan lokasi usaha, serta aturan operasional usaha. Dalam perspektif hukum ekonomi syariah, akad yang digunakan dalam praktik waralaba Teh Poci termasuk dalam akad gabungan (*multiakad*), yang lebih dominan mengandung unsur akad ijarah dan akad jual beli (*ba'i*). Akad ijarah terlihat dari adanya pemberian hak penggunaan merek, sistem usaha, dan fasilitas usaha kepada mitra dengan imbalan modal awal, sedangkan akad jual beli terlihat dari kewajiban mitra membeli bahan baku dan perlengkapan usaha dari pihak perusahaan atau distributor resmi. Dalam praktiknya, pihak mitra tidak diwajibkan membayar royalti bulanan sehingga keuntungan hasil penjualan menjadi milik sepenuhnya pihak mitra, sementara pihak perusahaan memperoleh keuntungan melalui penjualan bahan baku dan perlengkapan usaha. Akan tetapi, dalam pelaksanaan kerja sama masih ditemukan beberapa bentuk pelanggaran terhadap isi perjanjian, seperti penggunaan cup, plastik seal, atau bahan baku dari luar perusahaan tanpa izin pihak pemberi waralaba.
2. Berdasarkan tinjauan hukum ekonomi syariah, pelaksanaan akad waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai pada dasarnya telah sesuai dengan prinsip-prinsip syariah karena dilakukan atas dasar suka sama suka (*an-taradhin*), adanya kejelasan akad, serta tidak mengandung unsur riba, gharar, maupun maisir. Praktik kerja sama ini juga mencerminkan penerapan prinsip amanah, keadilan, dan musyawarah dalam hubungan usaha antara kedua belah pihak. Adanya perjanjian tertulis menunjukkan bahwa akad dilakukan secara jelas dan transparan sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat diketahui sejak awal. Selain itu, penyelesaian permasalahan dalam praktik waralaba Teh Poci lebih mengutamakan pendekatan musyawarah dan negosiasi secara

kekeluargaan dibandingkan penyelesaian melalui jalur hukum. Meskipun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat beberapa kendala, terutama terkait kurang optimalnya kepatuhan sebagian mitra terhadap isi perjanjian dan belum adanya mekanisme penyelesaian sengketa yang tertulis serta terstruktur secara jelas.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyampaikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat memberikan manfaat serta menjadi bahan pertimbangan bagi pihak-pihak terkait, yaitu sebagai berikut:

1. Kepada pihak pemberi waralaba, yaitu PT. Poci Kreasi Mandiri, diharapkan agar lebih meningkatkan pengawasan dan pembinaan terhadap para mitra usaha, khususnya terkait pelaksanaan isi perjanjian yang telah disepakati bersama. Selain itu, perusahaan juga perlu memperjelas ketentuan perjanjian kerja sama, terutama mengenai mekanisme penyelesaian sengketa, bentuk sanksi atas pelanggaran, serta prosedur pemberian teguran agar tidak menimbulkan ketidakjelasan di kemudian hari. Pihak perusahaan juga sebaiknya meningkatkan pelayanan distribusi bahan baku kepada mitra agar keterlambatan pengiriman tidak menjadi alasan terjadinya pelanggaran dalam penggunaan bahan baku atau perlengkapan dari luar perusahaan. Dengan adanya aturan yang lebih jelas dan pembinaan yang berkelanjutan, diharapkan hubungan kerja sama antara pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba dapat berjalan lebih baik, tertib, dan sesuai dengan prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah.
2. Kepada pihak penerima waralaba atau mitra Teh Poci di Kecamatan Geragai, diharapkan agar lebih memahami pentingnya menjalankan akad dan mematuhi seluruh isi perjanjian yang telah disepakati bersama. Mitra usaha hendaknya menjaga sikap amanah, jujur, dan bertanggung jawab dalam menjalankan usaha, termasuk dalam penggunaan bahan baku, perlengkapan usaha, dan pelaksanaan operasional sesuai standar perusahaan. Selain itu, para mitra juga perlu meningkatkan pemahaman mengenai prinsip-prinsip hukum ekonomi syariah agar praktik usaha yang dijalankan tidak hanya berorientasi pada keuntungan semata, tetapi juga memperhatikan nilai keadilan, transparansi, dan keberkahan dalam berusaha. Dengan demikian, kerja sama bisnis waralaba Teh Poci di Kecamatan Geragai diharapkan dapat berkembang lebih baik serta memberikan manfaat dan kemaslahatan bagi seluruh pihak yang terlibat.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga yang dengan sabar mendukung dan mendoakan sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pimpinan Institut Islam Al-Mujaddid Sabak, seluruh dosen, dosen pembimbing dan dosen penguji.

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Kintan Kinari. (2020). "Implikasi Asas Kebebasan Berkontrak Terhadap Perjanjian Franchise di Indonesia" *Dinamika Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum*, Volume 26, 6 (Februari 2020), 716.
- Attaqia, N., & Rodhiyah, R. (2016). Pengaruh Produk dan Sistem Bisnis terhadap Keputusan Pembelian Usaha Waralaba Es Teh Poci di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(3), 17-27.
- Djayadi, H. (2021). Pola Penyelesaian Sengketa Waralaba Produk Teh Poci di Ponorogo. *Invest Journal of Sharia & Economic Law*, 1(1), 29-40.
- Dwitama, Y. T., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan usaha minuman Teh Poci Krisna Tulungagung. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), hlm.731-740.
- Esthepoci, "Profil Produk Es Teh Poci," Esthepoci, Accessed March 13, 2024, <https://Esthepoci.Id/Index.Html>.

- Haeran, Surahman, Zaenal Abidin. (2021). "Implementasi Sistem Gadai Tanah Kebun dalam Perspektif Hukum Islam", *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam (JIEI)*, Vol. 7, No. 3, p. 524-1529, <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/3483>
- Haeran. (2020). "Tradisi Maccerak Parek Sebagai Bentuk Kearifan Lokal Masyarakat Suku Bugis di Tanjung Jabung Timur" *Jurnal Sabda*, Vol. 15, No. 5, 133-147, <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/sabda/article/view/36238>
- Haeran. (2022). "Gertak Tanpa Dusta Terhadap Perekomian Masyarakat Desa Simpang Datuk Kecamatan Nipah Panjang", *Jurnal Al Mujaddid Humaniora*, Jurnal Al Mujaddid Humaniora, Vol. 8, No. 1, p. 21-37, <https://e-jurnal.iims.ac.id/index.php/JALHu/article/view/118>
- Juardi, N. A. (2024). *Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah Terhadap Praktik Kerjasama Sistem Franchise Pada Es Teh Poci di Kota Palopo* (Doctoral Dissertation, Iain Palopo).
- Maulidi, M. S. (2020). Transaksi Franchisor dan Franchisee dalam Usaha Tokkebi Malang Perspektif Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES). *Journal of Islamic Business Law*, 4(4).
- Lexy J, Moleong. (2000). *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Remaja Rosdakarya).
- Putri, N. (2024). Prinsip Perdagangan dalam Islam Menurut Tafsir Al-Qur'an: Analisis QS Al-Baqarah Ayat 275 dan QS An-Nisa ayat 29. *Sahmiyya: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 349- 355.
- Serli, S. (2023). *Analisis Hukum Islam Terhadap Praktik Waralaba Produk Teh Poci di Kabupaten Pinrang* (Doctoral dissertation, IAIN Pare-Pare).
- Slamet, S. R. (2011). Waralaba (*Franchise*) di Indonesia. *Lex Jurnalica*, 8(2), 18075.
- Sulisyarningsing, Puji. (2017) "Sistem Bagi Hasil Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Perspektif Hukum Islam," *Jurnal Hukum Novelty* Volume 8, 1 (Februari 2017), 138.
- Usman, Sabian. (2013). *Dasar-Dasar Sosiologi Hukum: Dilengkapi Proposal Penelitian Hukum Legal Research* (Yogyakarta: Pustaka Belajar).