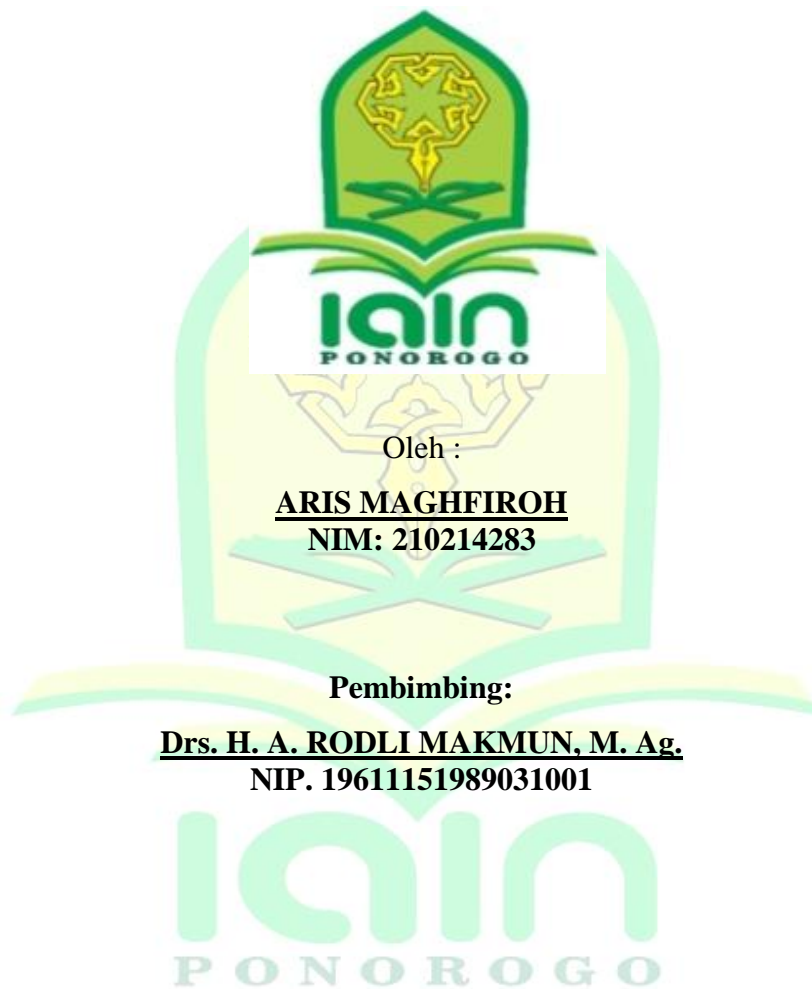


**TINJAUAN HUKUM ISLAM TERHADAP BISNIS WARALABA
TAHU Q KRISPY DI KABUPATEN MADIUN**

SKRIPSI



Oleh :

ARIS MAGHEIROH
NIM: 210214283

Pembimbing:

Drs. H. A. RODLI MAKMUN, M. Ag.
NIP. 19611151989031001

JURUSAN HUKUM EKONOMI SYARIAH FAKULTAS SYARIAH

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO

2 0 1 8

ABSTRAK

Maghfiroh, Aris. 2018. "*Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.*" Skripsi. Jurusan Hukum Ekonomi Syariah Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo. Pembimbing Drs. H. A. Rodli Makmun, M. Ag.

Kata Kunci: Hukum Islam, Bisnis, Waralaba

Jual beli sangat penting untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan yang beragam membuat manusia tidak mampu memenuhinya sendiri dan membutuhkan orang lain. Objek dalam jual beli merupakan hal yang terpenting yang harus ada dalam transaksi jual beli. Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun terdapat beberapa kejanggalan diantaranya dalam menjalin hubungan kemitraan terdapat *franchisee* yang melakukan pencabangan outlate Tahu Q Krispy di luar pengetahuan dari *franchisor*. Idealnya dalam pembukaan cabang outlate hanya dapat dilakukan oleh pihak *franchisee* dengan izin dari pihak *franchisor*. Selain itu beberapa pihak *franchisee* ada yang membeli bumbu tidak diperusahaan sedangkan dalam perjanjian awal sudah menjadi kesepakatan bahwa *franchisee* diwajibkan membeli bumbu di perusahaan.

Dari latar belakang tersebut ada dua pokok permasalahan yang perlu dibahas adalah: 1). Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Bersyarat Dalam Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun. 2). Bagaimana Tinjauan Hukum Islam Terhadap Objek Jual Beli Brand Dalam Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

Menurut jenisnya, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian lapangan (*field research*) dan cara berfikir yang *Induktif*. Pengumpulan data penelitian ini menggunakan wawancara dan dokumentasi. Kemudian data diolah melalui proses *editing, organizing*, dan penemuan hasil data.

Dari hasil pembahasan penelitian ini dapat disimpulkan bahwa 1). Jual beli yang ada di perusahaan waralaba Tahu Q Krispy tidak bertentangan dengan hukum Islam. perusahaan dalam melakukan transaksi jual beli sudah memenuhi rukun syarat jual beli yaitu ijab dan qabul, pembeli dan mitra dengan suka rela melakukan transaksi jual beli, sedangkan dari segi akad juga sudah memenuhi syarat dari jual beli itu sendiri yaitu adanya orang yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli. Dalam ketentuan jual beli bersyarat juga sudah memenuhi ketentuan hukum Islam karena lebih banyak mendatangkan masalah daripada madharatnya. 2). Objek jual beli brand diperbolehkan dalam hukum Islam dalam menentukan harga brand dan peralatannya telah diketahui oleh pihak mitra secara jelas dan sudah disepakati oleh kedua belah pihak.

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Aris Maghfroh
NIM : 210214283
Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
Fakultas : Syariah
Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q
Krispy di Kabupaten Madiun

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam ujian *munāqasah*.

Ponorogo, 21 November 2018

Mengetahui,



Dr. H. ATIK ABIDAH, M.S.I
NIP. 197605082000032001

Menyetujui,

Pembimbing

A handwritten signature in blue ink, likely belonging to the supervisor, is written above the name.

Drs. H. A RODLI MAKMUN, M. Ag.
NIP. 19611151989031001



**KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO**

PENGESAHAN

Skripsi atas nama saudara :

Nama : Aris Maghfiroh
 NIM : 210214283
 Jurusan : Hukum Ekonomi Syariah
 Judul : Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q
 Krispy di Kabupaten Madiun

Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang *munaqasah* Fakultas Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 05 Desember 2018

Dan telah diterima sebagai bagian dari persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Ilmu Syariah pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 12 Desember 2018

Tim Penguji:

1. Ketua Sidang : Hj. Atik Abidah, M.S.I.
2. Penguji 1 : Udin Safala, M.H.I.
3. Penguji 2 : Drs. M. Muhsin, M.H.

Ponorogo, 17 Desember 2018

Mengesahkan
 Dekan Fakultas Syariah,



Dr. H. Moh. Munir, I.c., M.Ag.
 NIP. 196807051999031001

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Semua sisi kehidupan manusia telah mendapatkan pengaturan menurut hukum Allah, sehingga tepat jika dikatakan bahwa Islam bersifat universal dalam hal hukum-hukumnya. Abdullah Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo dalam bukunya menyebutkan bahwa Amir Syarifuddin memberikan penjelasan tentang hukum yang dihubungkan dengan Islam, maka hukum Islam berarti seperangkat peraturan berdasarkan wahyu Allah dan sunnah Rasul tentang tingkah laku manusia mukallaf yang diakui dan diyakini berlaku dan mengikat untuk semua umat Islam. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa hukum Islam adalah hukum yang berdasarkan wahyu Allah. Sehingga hukum Islam menurut ta'rif ini mencakup hukum *syari'ah* dan hukum fiqh, karena arti *syara'* dan fiqh terkandung didalamnya.¹

Pada dasarnya lingkup kehidupan manusia di dunia ini bersandar pada dua macam hubungan, yakni vertikal kepada Allah dan horizontal yaitu berhubungan sesama manusia dan sekitarnya. Di sisi lain manusia juga senantiasa berhubungan dengan lainnya dalam bentuk *mu'amalah*,

¹ Abdul Halim Barkatullah dan Teguh Prasetyo, Hukum Islam (Menjawab Tantangan Zaman Yang Terus Berkembang) (Yogyakarta : Pustaka Pelajar, 2006), 3.

baik di bidang kekayaan maupun di bidang kekeluargaan.²

Menurut Islam, kegiatan muamalah harus sesuai dengan hukum syara'. Artinya, ada yang boleh dilakukan dan ada yang tidak boleh dilakukan atau dengan kata lain harus ada etika. Kegiatan ekonomi dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bertujuan untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat adalah merupakan ibadah kepada Allah SWT.³

Karena hukum Islam hidup ditengah-tengah masyarakat dan senantiasa mengalami perubahan, maka Hukum Islam itu perlu dan harus mempertimbangkan perubahan (modernitas) yang terjadi di masyarakat tersebut. Hal ini diperlukan agar Hukum Islam mampu mewujudkan kemaslahatan dalam setiap aspek kehidupan manusia di segala tempat dan waktu. Gambaran tentang kemampuan Syariat Islam dalam menjawab tantangan modernitas dapat diketahui dengan mengemukakan beberapa prinsip syariat Islam, diantaranya adalah prinsip yang terkait dengan mu'amalah dan ibadah. Dalam bidang mu'amalah, hukum asal segala sesuatu adalah boleh kecuali apabila ada dalil yang melarangnya. Sedangkan dalam bidang ibadah, hukum asalnya adalah terlarang kecuali ada dalil yang mendasarinya. Dan ijtihad sebagai sumber hukum Islam ketiga memberi peluang untuk berkembangnya pemikiran umat Islam dalam menghadapi segala permasalahan di era globalisasi ini.

Jual beli sangat penting untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Kebutuhan yang beragam membuat manusia tidak mampu

²Abdul Ghafur Anshori, *Pokok-Pokok Hukum Perjanjiandi Indonesia* (Yogyakarta: Citra Media, 2006),1.

³Ibid.,2-3.

memenuhinya sendiri dan membutuhkan orang lain. Praktik jual beli telah ada lebih dahulu sebelum adanya konsepsi tentang *muamalah*. Objek dalam jual beli merupakan hal yang terpenting yang harus ada dalam transaksi jual beli. Objek jual beli disebut juga dengan ma'qūd 'alāih. Dalam melakukan jual beli antara pedagang dan pembeli, maka objek yang dijadikan transaksi harus jelas, halal dan ada di hadapan kedua belah pihak agar jual beli tersebut menjadi sah menurut hukum Islam.⁴

Islam melarang umatnya berbuat batil terhadap orang lain atau menggunakan aturan yang tidak adil dalam mencari harta, tetapi mendukung penggunaan semua cara yang adil dan jujur dalam mendapatkan harta kekayaan. Hak individu untuk memiliki harta dan bekerja secara bebas diperbolehkan tetapi hendaklah menurut landasan tertentu, karena Islam tidak akan toleran terhadap tindakan penyalahgunaan hak-hak tersebut. Dengan kata lain, Islam tidak menjerumuskan orang supaya memburu harta dan kaya-raya melalui jalan-jalan yang salah dan tidak adil.⁵

Sedangkan untuk pembeli yang bertindak sebagai konsumen juga berusaha memuaskan kebutuhannya. Di dalam teori ekonomi kepuasan seseorang dalam mengkonsumsi suatu barang dinamakan *utility* atau nilai guna. Kalau kepuasan semakin tinggi, semakin tinggi pula nilai gunanya.

⁴ Muhammad Sharif Chaudry, *Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2012), 7.

⁵ Afzalur Rahman, *Doktrin Ekonomi Islam*, Terj. Soeroyo (Yogyakarta: Darn Bhakti Wakaf, 1995), 75.

Sebaliknya bila kepuasan semakin rendah, maka semakin rendah pula nilai gunanya. Banyak norma-norma penting yang berkaitan dengan larangan pembeli atau konsumen, diantaranya adalah *isrāf* dan takdi}r juga norma yang berkaitan dengan anjuran untuk melakukan infak dan sedekah. Oleh sebab itu, dalam menghapus perilaku *isrāf* dalam Islam memerintahkan untuk memprioritaskan konsumsi yang lebih diperlukan dan lebih bermanfaat serta menjauhkan konsumsi yang berlebih-lebihan untuk semua komoditi.⁶

Jual beli belum dikatakan sah sebelum *ījāb* dan *qabūl* dilakukan, sebab *ījāb qabūl* menunjukkan kerelaan. Pada dasarnya *ījāb qabūl* dilakukan dengan lisan, tetapi kalau tidak mungkin misalnya bisu atau yang lainnya boleh *ījāb qabūl* dengan surat menyurat yang mengandung arti *ījāb qabūl*. Jual beli dilakukan atas dasar suka sama suka diantara dua belah pihak, Islam mengharamkan seluruh penipuan baik dalam masalah jual beli maupun dalam seluruh macam muamalah.⁷

Bisnis waralaba merupakan kegiatan usaha penjualan secara retail kepada masyarakat luas. Begitu populernya kegiatan usaha ini sehingga cepat sekali berkembang dan meliputi berbagai jenis bidang usaha.⁸ Waralaba adalah salah satu cara melakukan kerja sama di bidang bisnis antara dua pihak atau lebih, dimana satu pihak menjadi *franchisor* dan pihak lain menjadi *franchisee*. Dalam perjanjiannya telah diatur bahwa

⁶ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 152.

⁷ Sohari Sahrani, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 70.

⁸ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia* (Bandung : Citra Aditya Bakti, 2004),335.

pihak *franchisor* selaku pemilik satu merek dari know-how terkenal memberikan hak kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis dari atau atas produk barang dan jasa, berdasarkan serta sesuai dengan rencana komersil yang telah disiapkan.⁹

Aktivitas *franchising* dalam bentuknya yang banyak ditemui saat ini merupakan fenomena bisnis yang baru. Sistem ini sudah dipakai di Indonesia walaupun belum ada badan yang menampung atau mengikuti perkembangan bidang ini. Juga *franchisee* dan sistem *franchisee* (waralaba) masih sangat terbatas yang paham.¹⁰

Perusahaan Tahu Q Krispy yang berada di Jl. Wachid Hasyim Bandar Kidul Gg. 1 Blok Jobongan Baru, Kediri, Jawa Timur merupakan salah satu perusahaan waralaba yang cukup terkenal terbukti dengan banyaknya *franchisee* yang tergabung didalamnya.

Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy penulis menemukan beberapa kejanggalan diantaranya dalam menjalin hubungan kemitraan terdapat *franchisee* yang melakukan pencabangan outlate Tahu Q Krispy di luar pengetahuan dari *franchisor*. Idealnya dalam pembukaan cabang outlate hanya dapat dilakukan oleh pihak *franchisee* dengan izin dari pihak *franchisor*.

Selain itu beberapa pihak *franchisee* ada yang membeli bumbu tidak diperusahaan sedangkan dalam perjanjian awal sudah menjadi kesepakatan bahwa *franchisee* diwajibkan membeli bumbu di perusahaan.

⁹ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung: PT Citra AdityaBakti, 2012), 339.

¹⁰ Nelly Pinangkaan, 'Franchise,' *Pinangkaan N*, 3 (2011) 82.

Dalam Waralaba Tahu Q Krispy sebenarnya terdapat *fee* yang harus dibayar oleh pihak *franchisee* kepada pihak franchisor. Hal itu dilakukan karena pihak *franchisee* telah menggunakan nama atau brand dari pihak *franchisor* berupa nama “Tahu Q Krispy” sehingga pihak *franchisee* diwajibkan membayar *fee* kepada pihak *franchisor*. Pembayaran *fee* dilakukan selama 6 bulan sekali.

Dalam ketentuan perusahaan pembayaran *fee* dapat diganti dengan *franchisee* membeli bumbu diperusahaan selama kegiatan produksi dilakukan. Namun terdapat beberapa *franchisee* yang tidak melakukan pembayaran *fee* dan juga membeli bumbu di perusahaan.¹¹

Hal menarik lain yang ditemukan dalam bisnis Tahu Q Krispy ini adalah mengenai ketentuan-ketentuan yang boleh dilakukan oleh pihak *franchisee* atau hal yang tidak boleh dilakukan oleh pihak *franchisee*. Semua ketentuan tersebut telah disebutkan semua di dalam surat perjanjian. Jika pihak *franchisee* melanggar isi perjanjian maka pihak *franchisee* bertanggung jawab sepenuhnya. Dan sanksi dari pihak *franchisor* yaitu berupa pencabutan izin usaha.¹²

Berdasarkan latar belakang yang dijabarkan di atas, penulis ingin melakukan penelitian dalam skripsi yang berjudul, “Tinjauan Hukum Islam Terhadap Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun”

¹¹Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra waralaba Tahu Q Krispy, 4 Juli 2018.

¹² Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra waralaba Tahu Q Krispy, 4 Juli 2018.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli bersyarat dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun?
2. Bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap objek jual beli Brand dalam bisnis waralaba Tahu Q krispy di Kabupaten Madiun?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam terhadap transaksi jual beli bersyarat dalam bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.
2. Untuk mengetahui tinjauan Hukum Islam terhadap objek jual beli brand dalam bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

D. Manfaat Penelitian

Harapan penulis, penelitian yang sederhana ini dapat bermanfaat dan berguna terutama bagi penulis dan kalangan umum. Diantaranya sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang *franchise* (waralaba).

2. Manfaat Praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pertimbangan bagi masyarakat yang akan membuka usaha dengan sistem *franchise* (waralaba) dan menjadi motivasi masyarakat

untuk menjadi masyarakat yang sadar hukum.

- b. Penelitian ini dapat menjadi sumber data bagi penelitian lebih lanjut. Bagi masyarakat, sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan perjanjian franchise (waralaba), dan agar masyarakat sadar akan hukum islam khususnya mengenai bisnis *franchise*. Serta bagi penulis, untuk menambah pengalaman dan mengetahui dalam menyikapi implementasi konsep bisnis *franchise* (waralaba) di masyarakat.

E. Telaah Pustaka

Hasil telaah pustaka yang dilakukan penulis sebelumnya yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti yaitu:

Skripsi karya Evy Dita yang berjudul, “Tinjauan hukum Islam terhadap perlindungan hak franchisor dalam perjanjian franchise di Tela Tela Fried cassava Yogyakarta”. Dengan rumusan masalah pertama bagaimana perlindungan hak franchisor terhadap franchise yang memanfaatkan rahasia dagang (know how) milik franchisor dalam perjanjian franchise di Tela Tela fried Cassava Yogyakarta, kedua Bagaimana upaya hukum yang ditempuh pihak franchisor terhadap franchise yang memanfaatkan rahasia dagang (Know How) Franchisor di Tela Tela Fried Cassava Yogyakarta, ketiga Bagaimana tinjaun hukum Islam terhadap perlindungan hak *franchisor* dalam perjanjian *franchise* di Tela Tela Fried Cassava Yogyakarta, menggunakan metode penelitian kualitatif dan menghasilkan kesimpulan perlindungan hak franchisor

yang berekanaan dengan hak kekayaan intelektual atas rahasia dagang (Know How) yang diterapkan pihak Tela Tela Fried Cassava menurut hukum Islam adalah sah, karena perlindungan hak franchisor tersebut sudah diatur dalam perjanjian franchise dan berdasarkan pada sifat-sifat yang dimilikinya. Hak atas kekayaan intelektual dapat dikategorikan sebagai salah satu bentuk dari harta kekayaan (benda immaterial) yang tidak bertentangan dengan hukum Islam. Namun dalam praktiknya tidak adanya ketegasan dalam penyelesaian wanprestasi yang dilakukan oleh franchise, sehingga hal ini dapat menjadi kerugian tersendiri bagi pihak Tela Tela Fried Cassava.¹³

Skripsi karya Muhammad Yusuf yang berjudul, “Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (*franchise*) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam”. Dengan rumusan masalah yang pertama bagaimanakah Konsep Bisnis Waralaba (*Franchise*) Ditinjau Dari Prespektif Hukum Islam? dan yang kedua bagaimanakah Konsep Hukum Islam Menghadapi Laju Dinamika Transaksi dengan menggunakan metode pendekatan konsep kemudian dari hasil skripsi tersebut dapat disimpulkan bahwa Perjanjian *franchise* tidak bertentangan dengan syariat islam. Tentunya dengan catatan bahwa obyek perjanjian *franchise* tersebut tidak merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam. Kalau sekiranya yang diwaralabakan tersebut obyeknya merupakan hal yang dilarang dalam syariat Islam (misalnya, makanan dan minuman yang haram) maka otomatis perjanjian tersebut bertentangan

¹³ Evy Dita, “Tinjaun Hukum Islam terhadap perlindungan hak franchisor dalam perjanjian franchise di Tela Tela Fried CassavaYogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga,2013).

dengan syari'at Islam. Hukum Islam dalam bidang mu'amalah (ekonomi) hukum asal segala sesuatu adalah boleh kecuali apabila ada dalil yang menunjukkan bahwa sesuatu itu terlarang. Konsep Hukum Islam menghadapi laju dinamika transaksi bisnis modern dapat dilihat dengan munculnya Undang-undang Nomor 3 Tahun 2006 tidak dapat dilepaskan dari adanya trend dan perkembangan perilaku masyarakat di bidang ekonomi syari'ah yang mencakup bank syari'ah, lembaga keuangan mikro syari'ah, asuransi syari'ah, obligasi syari'ah, pembiayaan syari'ah, pegadaian syari'ah, bisnis syari'ah dan lain-lain. Amatlah jelas bahwa hukum Islam tidak dapat lepas dari pengaruh modernitas dan bahkan modernitas haruslah dipertimbangkan dalam perkembangan hukum Islam agar hukum Islam mampu menciptakan kemaslahatan bagi umat manusia. Juga dapat terlihat adanya fakta yang menunjukkan bahwa revisi atas Undang-undang Nomor 7 Tahun 1989 yang telah diundangkan dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 2006 juga tidak dapat dilepaskan dari adanya modernitas yang tengah terjadi di tengah-tengah masyarakat bangsa Indonesia.¹⁴

Skripsi karya M. Azwar Nur Akbar yang berjudul, "Bisnis Waralaba (*franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam". Dengan rumusan masalah pertama bagaimanakah deskripsi waralaba dalam ekonomi? dan yang kedua bagaimanakah praktik waralaba dalam pendekatan ekonomi Islam? Dalam skripsi ini penulis menggunakan

¹⁴ Muhammad Yusuf," Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (*franchise*) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam," *Skripsi* (Surakarta: Universitas Sebelas Maret, 2009), 4.

metode kualitatif dan menghasilkan kesimpulan yaitu. konsep bisnis waralaba sesuai dengan konsep *syirkah* sebagai konsep bisnis yang sesuai dengan konsep bisnis Islam. Konsep *syirkah* adalah bentuk perkongsian, dimana kesamaan objek dan subjek yang hampir sama dengan pola waralaba, namun perbedaannya adalah bentuk perkongsian masing-masing pihak tidak sama. Dimana pewaralaba (*franchisor*) hanya menawarkan bentuk perkongsian bukan dalam bentuk uang namun dalam bentuk sistem usaha yang sudah terbukti dan diterima dikalangan masyarakat. Sedang pihak yang kedua yakni terwaralaba (*franchisee*) berkongsi dengan uang, yakni melakukan pembayaran, terhadap pemakaian apa-apa yang dimiliki oleh *franchisor*. Penulis membuktikan bahwa bisnis waralaba begitu dekat dengan sistem ekonomi Islam. Namun yang perlu diperhatikan adalah setiap kerjasama bisnis yang dilakukan sebaiknya diupayakan untuk tidak mengkhianati mitra bisnis.¹⁵

F. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Untuk mendapatkan data yang lengkap, mendalam dan memberi jawaban yang tepat serta menyeluruh terhadap permasalahan yang diajukan digunakan bentuk penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan yaitu suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi

¹⁵ M. Azwar Nur Akbar, "Bisnis Waralaba (*franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam," *Skripsi* (Makassar: UIN Alaudin, 2013), 72.

tersebut, yang dilakukan juga untuk menyusun laporan ilmiah.¹⁶

2. Kehadiran Peneliti

Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrument sekaligus pengumpul data. Status peneliti dalam mengumpulkan data diketahui peneliti. Peneliti dalam hal ini sebagai pengamat penuh, jadi peneliti tidak akan ikut secara penuh dalam kegiatan objek, namun peneliti hanya melakukan fungsi pengamatan. Di lapangan peneliti membaur dengan objek dan wawancara objek sehingga data yang dikumpulkan dapat maksimal.

3. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah tempat dimana penulis meneliti dan penulis dapat mengambil data ataupun melakukan penelitian. Disini lokasi penelitian bertempat di Desa Banjarsari Wetan Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun. Alasan penulis mengambil tempat di Desa Banjarsari Wetan Kecamatan Dagangan Kabupaten Madiun merupakan salah satu lokasi yang sangatlah strategis, tidak jauh dari tempat asal penulis dan sangat layak untuk diteliti. Dan juga belum pernah dilakukan penelitian di tempat ini mengenai permasalahan yang penulis angkat menjadi skripsi. Maka penulis berinisiatif untuk melakukan penelitian disini.

4. Data dan Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan

¹⁶ Addurrahmat Fathoni, *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006), 96.

sumber data sekunder.

1). Sumber data primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan, diolah dan disajikan oleh peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer adalah data yang diperoleh dari hasil interview (wawancara) dengan objek penelitian yaitu mitra bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

2). Sumber data sekunder

Adapun sumber data sekunder merupakan data hasil dokumentasi, buku-buku, artikel-artikel, atau karya ilmiah lain sebagai penunjang atau pelengkap sumber primer.¹⁷

5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan pada *natural setting* (kondisi yang alamiah), sumber data primer serta wawancara mendalam dan dokumentasi

Dalam proses pengumpulan data, instrumen yang digunakan oleh peneliti diantaranya wawancara dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara atau interviu (interview) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian

¹⁷ Peter Muhammad Marzuki, *Penelitian Hukum* (Jakarta: Prenada Media, 2005), 141.

deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif. Wawancara dilaksanakan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual. Adakalanya juga wawancara dilakukan secara kelompok, kalau memang tujuannya untuk menghimpun data dari kelompok seperti wawancara dengan suatu keluarga, pengurus yayasan, Pembina pramuka, dll. Wawancara yang diajukan untuk memperoleh data dari individu dilaksanakan secara individual.¹⁸ Dalam hal ini penulis melakukan wawancara terhadap mitra waralaba Tahu Q Krispy. Wawancara yang dilakukan bersifat terbuka yaitu pihak yang diwawancara bahwa mereka bertindak sebagai responden. Metode wawancara yang digunakan yaitu wawancara semi terstruktur dimana sebelum penelitian telah membuat daftar pertanyaan wawancara, kemudian pada saat wawancara daftar tersebut digunakan namun adakalanya pertanyaan yang diajukan mengalir sesuai dengan situasi kondisi pada saat wawancara berlangsung.

b. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu cara pengumpulan data yang menghasilkan catatan-catatan penting yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, sehingga akan diperoleh data yang lengkap, sah dan bukan berdasarkan perkiraan. Untuk melengkapi data-data yang

¹⁸Ibid., 216.

terkumpul, maka pelaksanaan dokumentasi ini sangat penting untuk menguatkan data-data yang ada.¹⁹

6. Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.²⁰

Teknik analisis data yang digunakan dalam pembahasan skripsi ini adalah metode induktif.²¹ Dalam penelitian ini, dengan menguraikan teori-teori atau dalil-dalil yang bersifat umum tentang tinjauan hukum Islam terhadap bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun, kemudian melakukan analisis terhadap transaksi jual beli bersyarat dan objek jual beli brand dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penyusunan skripsi maka pembahasan

¹⁹ Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008), 158-160.

²⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&G* (Bandung: Alfabeta, 2012), 244.

²¹ Suharsini Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. 277.

dalam laporan penelitian ini dikelompokkan menjadi 5 bab yang masing-masing bab terdiri sub-sub yang saling berkaitan satu sama lain, sehingga diperoleh pemahaman yang utuh dan padu. Adapun sistematika pembahasan adalah sebagai berikut:

Bab pertama, yaitu pendahuluan, yang merupakan pola dasar yang memberikan gambaran secara umum dari seluruh isi skripsi yang meliputi: latar belakang masalah dari penelitian, penegasan istilah, yang kemudian ditarik secara eksplisit dalam perumusan masalah. Sebagai acuan dari keseluruhan penelitian ini akan ditegaskan dalam tujuan penelitian secara final agar lebih jelas serta terarah serta kegunaan dari penelitian itu sendiri baik secara teoritis maupun praktis, serta telaah pustaka untuk mengetahui perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya serta sistematika penulisan yang menunjuk pada panduan penulisan skripsi.

Bab kedua, dipaparkan mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini, yang meliputi pengertian jual beli. Dasar hukum jual beli, rukun dan syarat sahnya jual beli, Objek jual beli, macam-macam jual beli.

Bab ketiga, berisi tentang profil perusahaan, dan profil mitra, transaksi atau akad bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun dan brand sebagai objek bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun .

Bab keempat, berisi tentang analisis dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli bersyarat dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun dan tinjauan hukum Islam terhadap objek jual beli brand Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

Bab kelima, berisi tentang kesimpulan akhir dari penelitian serta beberapa saran yang kiranya dapat dijadikan masukan dan sumbangan pemikiran yang berguna bagi pembaca maupun pihak-pihak yang terkait.



BAB II

JUAL BELI DALAM HUKUM ISLAM

A. Pengertian, Dasar Hukum, Rukun dan Syarat Jual Beli

1. Pengertian Jual Beli

Pada umumnya, orang memerlukan benda yang ada pada orang lain (pemilikinya) dapat dimiliki dengan mudah, akan tetapi terkadang pemiliknya tidak mau memberikannya. Adanya *shāriah* jual beli menjadi wasilah (jalan) untuk mendapatkan keinginan tersebut, tanpa berbuat salah. Jual beli (*al-bai*) menurut bahasa artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai* merupakan sebuah kata yang mencakup pengertian dari kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Dengan demikian kata *al-bai* disamping bermakna kata jual beli sekaligus kata beli.²²

Dalam buku Fiqh Muamalah karya Prof. Dr. H. Hendi Suhendi, perdagangan atau jual beli menurut bahasa berarti *al-Bai*, *al-Tijārah* dan *al-Mubadalah*.²³ sebagaimana Allah swt. berfirman QS Fathir /35:

29

إِنَّ الَّذِينَ يَتْلُونَ كِتَابَ اللَّهِ وَأَقَامُوا الصَّلَاةَ وَأَنفَقُوا مِمَّا رَزَقْنَاهُمْ سِرًّا
وَعَلَانِيَةً يَرْجُونَ تِجَارَةً لَّن تَبُورَ

Artinya: mereka itu mengharapkan Tijarah (perniagaan) yang tidak akan merugi²⁴

²² Ru'fah Abdulah, *Fiqh Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 65.

²³ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* Cet. VI (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010), 67.

²⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV. Kathoda, 2005), 620.

Adapun jual beli menurut terminologi, para ulama berbeda pendapat dalam mendefinisikannya, antara lain:²⁵

a. Menurut Ulama Hanafiyah:

مُبَا دَلَةٌ شَيْئٍ مَرَّ غُوبٍ فِيهِ بِمِثْلِ عَلَى وَجْهِ مُقَيَّدٍ مَخْصُوصٍ

Artinya: “Tukar menukar sesuatu yang diinginkan dengan yang sepadan melalui cara tertentu yang bermanfaat”.²⁶

b. Menurut Taqiyuddin

مبا دلة مال قا بلين للتصرف بايجاب وقبول على الوجه
المادون فيه²⁷

Artinya: Saling menukar harta (barang) oleh dua orang untuk dikelola (ditasharafkan) dengan cara ijab dan qabul sesuai dengan syara’.

c. Menurut Wahbah az-Zuhaili

مبا دلة مال بمال على وجه مخصوص²⁸

Artinya: saling tukar menukar harta dengan cara tertentu.

Definisi lain dikemukakan ulama mazhab Maliki, Syafi’i, dan Hanbali. Menurut mereka, jual beli adalah saling menukar harta dengan harta dalam bentuk pemindahan milik dan kepemilikan. Dalam hal ini mereka melakukan penekanan pada kata “milik dan kepemilikan,” karena

²⁵ Andi Intan Cahyani, *Fiqh Muamalah* Cet. I (Makassar: Alauddin University Press, 2013), 49-50.

²⁶ Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000), 113.

²⁷ Taqiyuddin Abi Bakr bin Muhammad al-Husaini, *Kifayah al-Akhyar, juz 1* (Surabaya: Syirkah Piramida, t.t), 147.

²⁸ Wahabah az-Zuhaili, *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, juz 5, 3304.

ada juga tukar-menukar harta tersebut yang sifatnya bukan pemilikan, seperti sewa-menyewa (*Ijarah*).²⁹

Dari beberapa definisi diatas dapat dipahami bahwa inti jual beli adalah suatu perjanjian tukar-menukar benda yang bernilai secara sukarela diantara kedua belah pihak yang satu menerima benda-benda dan pihak lain menerimanya sesuai perjanjian atau ketentuan yang telah dibenarkan syara' dan disepakati.

2. Dasar Hukum jual beli

Landasan hukum diperbolehkannya jual beli yaitu berdasarkan al-Qur'an, sunnah, kaidah fikih, dan ijma', sebagai berikut:

a. al-Qur'an

Dasar hukum jual beli dalam al-Qur'an diantaranya terdapat dalam ayat:

1) Surat al-Baqarah ayat 275

الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ
مِنَ الْمَسِّ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ
وَحَرَّمَ الرِّبَا فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَى فَلَهُ مَا سَلَفَ
وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ وَمَنْ عَادَ فَأُولَئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

Artinya: Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan setan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya

²⁹ Abdul Azis Dahlan, ed., *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3, 827.

dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang mengulangi (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya.³⁰

Kata البيع (penjualan atau barter) secara lebih umum dipakai untuk perdagangan dan perniagaan serta berbagai macam transaksi.

2) Surat an-Nisaa' ayat 29

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

Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”
.(QS. An-Nisaa’:29)³¹

Dalam ayat ini telah terdapat larangan bagi orang-orang yang beriman dari memakan harta sesamanya secara batil, dan dijelaskan bentuk keuntungan yang halal dalam pemutaran harta, yaitu perdagangan yang dilakukan dengan suka sama suka. Perniagaan merupakan jalan tengah yang bermanfaat antara produsen dan konsumen yang dilakukan dengan memasarkan barang.³²

³⁰ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV. Kathoda, 2005), 58.

³¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2012), 83.

³² Sayyid Quthb, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an*, jilid 2, terj. As'ad Yasin, Abdul azis Salim Basyarakil, Muchthob Hamzah, *Tafsir Fi Zhilalil Qur'an: Dibawah Naungan Al-Qur'an*, jilid 2 (Jakarta: Gema Insani, 2001), 341-342.

b. *as-Sunnah*

Diantara hadisth yang menjadi dasar jual beli yaitu hadisth yang diriwayatkanoleh HR. Bazzar dan Hakim;

عَنْ رِفَا عَةَ بْنِ رَافِعِ بْنِ رَضَانَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ سُئِلَ أَيُّ الْكَسْبِ أَطْيَبُ؟ قَالَ: يَا قَالَ عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُورٍ [رواه البزار وصححه الحاكم]³³

Artinya:“Rifa’ah bin Rafi’. Sesungguhnya Nabi SW. Ditanya tentang mata pencaharian yang paling baik, Nabi SAW menjawab: seseorang bekerja dengan tangannya dan setiap jul beli yang mabrur”. (HR. Bazzar dan Hakim)³⁴

Hadist lain menyebutkan:

مَا أَكَلَ أَحَدٌ طَعَامًا قَطُّ خَيْرٌ مِنْ أَنْ يَأْكُلَ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ وَإِنَّ نَبِيَّ اللَّهِ دَاوُدَ عَلَيْهِ السَّلَامُ كَانَ يَأْكُلُ مِنْ عَمَلِ يَدِهِ³⁵

Artinya:“Seseorang tidak memakan sesuatu makanan yang lebih baik dari pada dia makan hasil usaha tangannya sendiri, sesungguhnya Nabi Allah Daud selalu memakan hasil usaha tangannya sendiri”.

c. Kaidah Fikih

Dalam fikih muamalah, hukum asal sesuatu itu dibolehkan selama tidak ada dalil yang mengharamkan. Pada dasarnya dalam hal-hal yang sifatnya bermanfaat bagi manusia hukumnya adalah boleh dimanfaatkan.

الْأَصْلُ فِي الْأَشْيَاءِ إِلَّا بَأْهَ حَتَّى يَدُلَّ الدَّلِيلُ عَلَى التَّحْرِيمِ³⁶

³³ Imam Ahmad Ibn Hajar ‘Asqalani, *Musnad al-Imam Ahmad Ibn Hambal Juz VI* (Beirut: Darul Fikri, 1991),112.

³⁴ Ahmad Wardi Muslich, *Fiqh Muamalat* (Jakarta: Amzah, 2010), 178.

³⁵ Al-Bukhari, *Sahih Bukhari Jus II* (Damaskus: Dar al-Fikr, tt), 9.

Artinya: Hukum asal segala sesuatu itu adalah kebolehan sampai ada dalil yang menunjukkan keharamannya.

Adat kebiasaan suatu masyarakat dibangun atas dasar nilai-nilai yang dianggap oleh masyarakat tersebut. Nilai-nilai itu diketahui, dipahami, disikapi, dan dilaksanakan atas dasar kesadaran masyarakat tersebut.

أَلْعَادَةُ مُحْكَمَةٌ³⁷

Artinya: Adat kebiasaan dapat dijadikan (pertimbangan) hukum.

3. Rukun dan syarat sahnya jual beli

Disyariatkannya jual beli adalah untuk mengatur kemerdekaan individu dalam melaksanakan aktifitas ekonomi dan tanpa disadari secara spontanitas akan terikat oleh kewajiban dan hak terhadap sesama pelaku ekonomi yang mana semua itu berdasarkan atas ketentuan al-Qur'an dan hadisth sebagai pedoman dalam ajaran Islam.

Dengan jual beli, maka aktivitas dalam dunia *mu'amalah* manusia akan teratur, masing-masing individu dapat mencari rezeki dengan aman dan tenang tanpa ada rasa khawatir terhadap suatu kemungkinan yang tidak diinginkan. Hal tersebut dapat terwujud bila jual beli tersebut sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli.

Adapun rukun jual beli ada 3, yaitu *Aqid* (penjual dan pembeli),

Ma'qud Alaih (objek akad), dan *Shigat* (lafaz ijab qabul).³⁸

³⁶ Ridho Rokomah, *Al-Qawa'id Al-Fiqhiyyah (Kaidah-kaidah Pengembangan Hukum Islam)* (Ponorogo: STAIN PO Press, 2015), 53.

³⁷ A. Djazuli, *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis* (Cet. III; Jakarta: Kencana, 2010), 78.

1. *Aqid* (penjual dan pembeli) yang dalam hal ini dua atau beberapa orang melakukan akad, adapapun syarat-syarat bagi oarang yang melakukan akad ialah:

a) Baligh dan berakal

Disyari'atkannya aqidain baligh dan berakal yaitu agar tidak mudah ditipu orang maka batal akad anak kecil, orang gila dan oarang bodoh, sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta, bisa dikatakan tidak sah. Oleh karena itu anak kecil, oarang gila dan oarang bodoh tidak boleh menjual harta sekalipun miliknya.³⁹

Sebagaiman firman Allah

وَلَا تُؤْتُوا السُّفَهَاءَ أَمْوَالَكُمُ الَّتِي جَعَلَ اللَّهُ لَكُمْ قِيَامًا وَارْزُقُوهُمْ فِيهَا
وَاكْسُوهُمْ وَقُولُوا لَهُمْ قَوْلًا مَعْرُوفًا

Artinya: “Dan janganlah kamu serahkan kepada orang-orang yang belum sempurna akalnya, harta (mereka yang ada dalam kekuasaanmu) yang dijadikan Allah sebagai pokok kehidupan. berilah mereka belanja dan pakaian (dari hasil harta itu) dan ucapkanlah kepada mereka kata-kata yang baik”.(QS. An-Nissa : 5).

b) Kehendaknya sendiri (tanpa paksaan)

Adapun yang dimaksud kehendaknya sendiri, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lainnya, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebabkan oleh kemauannya sendiri, tapi adanya unsur

³⁸ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), 7.

³⁹ Ibid, 74.

paksaan. Jual beli yang demikian itu adalah tidak sah.

Sebagaimana firman Allah:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ إِلَّا أَنْ
تَكُونَ تِجَارَةً عَنْ تَرَاضٍ مِنْكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنْفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا

“.....kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu.”.....(QS. An-Nisa: 29)⁴⁰

c) Keduanya tidak mubazir

Keadaan tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan diri dalam perbuatan jual beli tersebut bukanlah manusia boros (*mubazir*), karena orang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap dalam bertindak, maksudnya dia tidak melakukan suatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.⁴¹

2. *Ma'qud Alaih* (objek akad)

Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberi manfaat menurut syara', tidak digantungkan pada sesuatu, tidak dibatasi waktu, dapat diserahkan, milik sendiri, dan diketahui.

⁴⁰ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 83.

⁴¹ Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam* (Jakarta: 1996), 35-37.

3. *Shigat* (lafazd ijab qabul)

Jual beli dianggap sah, jika terjadi sebuah kesepakatan (*shigat*) baik secara lisan (*sighat qauliyah*) maupun dengan cara perbuatan (*sighat fi'liyah*). *Sighat qauliyah* yaitu perkataan yang terucap dari pihak penjual dan pembeli. Sedangkan *sighat fi'liyah* yaitu sebuah proses serah terima barang yang diperjualbelikan yang terdiri dari proses pengambilan dan penyerahan.⁴²

Menurut beberapa ulama, lafad (*ijab qabul*) ada beberapa syarat:

- 1) Kedua pelaku akad saling berhubungan dalam satu tempat, tanpa terpisahkan yang dapat merusak.
- 2) Orang yang mengucapkannya telah akil baligh dan berakal.
- 3) Ijab dan qabul harus tertuju pada suatu obyek yang merupakan obyek akad.
- 4) Adanya kemufakatan walaupun lafad keduanya berlainan
- 5) Waktunya tidak dibatasi, sebab jual beli berwaktu seperti sebulan, setahun dan lain-lain adalah tidak sah.⁴³

Dari uraian diatas dapat diketahui bahwa terpenuhinya rukun syarat jual beli merupakan suatu ukuran dimana jual beli itu dapat dikatakan sah menurut hukum islam. Selain itu, dengan terpenuhinya rukun dan syarat jual beli dimaksudkan agar jual beli

⁴² Saleh AlFauzan, *Mulakhasul Fiqhiyah*, Abdul Khayyi Al-Kahani, Terj, "Fiqh sehari-hari" (Jakarta: Gema Insani Pers, Cet. Ke-1, 2005), 364.

⁴³ Sudarsono, *pokok-pokok Hukum Islam* (Jakarta: Rineka Cipta, 2001), 124.

itu didasarkan atas dasar suka sama suka, tidak ada unsur pemaksaan dari salah satu pihak sehingga dalam jual beli tersebut tidak ada pihak yang merasa dirugikan.

B. Objek Jual beli (Ma'qud alāyh)

1. Pengertian Ma'qud alāyh

Secara umum Ma'qud alāyh ialah sesuatu yang dapat dikenali melalui sejumlah kriteria tertentu atau perkara yang menjadi tentu dengan ditentukan.

2. Hukum atas Ma'qud alāyh

a. Jika barang rusak semuanya sebelum diterima pembeli

1) Ma'qud alāyh rusak dengan sendirinya atau rusak oleh penjual, jual beli batal.

2) Ma'qud alāyh rusak oleh pembeli, akad tidak batal dan pembeli harus membayar.

3) Ma'qud alāyh rusak oleh orang lain, jual beli tidaklah batal tetapi pembeli harus khiyār antara membeli dan membatalkan.

b. Jika barang rusak semuanya setelah diterima pembeli

1) Ma'qud alāyh rusak dengan sendirinya atau rusak oleh penjual, pembeli atau orang lain, jual beli tidaklah batal sebab telah keluar dari tanggungan si penjual. Apabila yang merusak orang lain, maka tanggung jawabnya diserahkan kepada perusaknya.

2) Jika Ma'qud alāyḥ rusak oleh penjual

- a) Jika pembeli telah memegangnya baik dengan seizin penjual atau tidak tetapi telah membayar harga penjual bertanggung jawab.
- b) Jika penjual tidak mengizinkan untuk memegangnya dan harga belum diserahkan, akad batal.

C. Macam dan Bentuk jual beli

Jual beli dapat ditinjau dari beberapa segi:

1. Ditinjau dari segi hukumnya

Ditinjau dari segi hukumnya jual beli dibedakan menjadi tiga yaitu jual beli *shahih*, *bathil* dan *Fasid*.⁴⁴

a. Jual beli *shahih*

Dikatakan jual beli *shahih* karena jual beli tersebut sesuai dengan ketentuan *shara'*, yaitu terpenuhinya syarat dan rukun jual beli yang telah ditentukan, barangnya bukan milik orang lain dan terikat *khiyar* lagi.

b. Jual beli *bathil*

Yaitu jual beli yang salah satu rukunnya tidak terenuhi atau jual beli itu pada dasarnya dan sifatnya tidak disyari'atkan. Misalnya, jual beli yang dilakukan oleh anak-anak, orang gila atau barang-

⁴⁴ M. Ali Hasan, *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Pesada, 2003), 128.

barang yang diharamkan shara' (bangkai, darah, babi dan khamar).⁴⁵

c. Jual beli *Fasid*

Menurut Ulama Hanafi yang dikutip dari bukunya Gemala Dewi yang berjudul Hukum Perikatan Islam di Indonesia bahwa jual beli *Fasid* dengan jual beli batal itu berbeda. Apabila kerusakan dalam jual beli terkait dengan barang yang diperjualbelikan, maka hukumnya batal, misalnya jual beli benda-benda haram. Apabila kerusakan itu pada jual beli itu menyangkut harga barang dan boleh diperbaiki, maka jual beli dinamakan *fasid*. Namun jumhur ulama tidak membedakan antara kedua jenis jual beli tersebut.⁴⁶

Dengan demikian suatu yang telah dinyatakan *fasid* berarti suatu yang tidak sesuai dengan tujuan syara'. *Fasid* dengan pengertian ini, sama dengan batal menurut madzhab syafi'i. Akad yang *fasid* tidak membawa akibat apa pun bagi kedua belah pihak. Sedangkan menurut Imam Hanafi bahwa muamalah yang *fasid* pada hakikatnya telah dianggap sah, sedangkan yang rusak atau tidak sah adalah sifatnya.

⁴⁵ Ibid., 128.

⁴⁶ Gemala Dewi, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia* (Jakarta: Kencana, 2005), 108.

d. Ditinjau dari segi objeknya

Ditinjau dari segi benda yang dijadikan objek jual beli, menurut Imam Taqiyuddin bahwa jual beli dibagi menjadi tiga bentuk yaitu:⁴⁷

2. Jual beli benda yang kelihatan

Yaitu pada saat melakukan akad jual beli, benda atau barang yang diperjualbelikan ada di depan pembeli dan penjual.

a. Jual beli yang disebutkan sifat-sifatnya dalam janji

Yaitu jual beli salam (pesanan) atau jual beli barang secara tangguh dengan harga yang dibayarkan dimuka, atau dengan kata lain jual beli dimana harga dibayarkan dimuka sedangkan barang dengan kriteria tertentu akan diserahkan pada waktu tertentu.

b. Jual beli benda yang tidak ada

Yaitu jual beli yang dilarang oleh agama Islam karena barangnya tidak tentu atau masih gelap sehingga dikhawatirkan barang tersebut merupakan barang curian salah satu pihak.⁴⁸

3. Ditinjau dari Subjeknya

a. Akad jual beli dengan lisan

Akad jual beli yang dilakukan dengan lisan adalah akad yang dilakukan dengan mengucapkan ijab qabul secara lisan.

⁴⁷ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), 75.

⁴⁸ Ibid, 76.

Bagi orang yang bisu diganti dengan isyarat karena isyarat merupakan pembawaan alami dalam penampakan kehendaknya.

b. Akad jual beli dengan perantara

Akad jual beli dilakukan dengan melalui utusan, perantara, tulisan atau surat menyurat sama halnya dengan *ijab qabul* dengan ucapan. Jual beli ini dilakukan antara penjual dan pembeli yang tidak berhadapan dalam satu majlis. Dan jual beli ini diperbolehkan *syara'*.

c. Akad jual beli dengan perbuatan

Jual beli dengan perbuatan (saling memberikan) atau dikenal dengan istilah *mu'athah* yaitu pengambilan dan memberikan barang tanpa *ijab qabul*. Seperti seseorang mengambil rokok yang sudah bertuliskan label harganya. Jual beli demikian dilakukan tanpa shigat *ijab qabul* antar penjual dan pembeli, menurut sebagian Syafi'iyah bahwa hal ini dilarang sebab *ijab qabul* sebagai rukun jual beli, tetapi menurut mazhab Hanafiah membolehkan karena *ijab qabul* tidak hanya berbentuk perkataan tetapi dapat berbentuk perbuatan pula yaitu saling memberi (penyerahan barang dan penerimaan uang).⁴⁹

D. Jual Beli yang dilarang

Berkaitan dengan jual beli yang dilarang oleh Islam, para ulama menjabarkannya sebagai berikut:

⁴⁹ Ibid, 77-78.

1. Terlarang sebab Ahliyah (Orang yang berakad)

Jual beli oleh orang gila, Jual beli oleh anak kecil, Jual beli oleh orang buta, Jual beli terpaksa, Jual beli *fuḍul*, yaitu jual beli milik orang lain tanpa seizin pemiliknya, jual beli orang yang terhalang,⁵⁰ maksudnya adalah terhalang karena kebodohan, bangkrut (*taflis*), ataupun sakit, Jual beli *malja'*, yaitu jual beli orang yang sedang dalam bahaya, yakni untuk menghindari perbuatan zalim.

2. Jual beli terlarang karena tidak memenuhi syarat dan rukun

a. Jual beli barang yang zatnya haram, najis, atau tidak boleh diperjualbelikan. Barang yang najis atau haram dimakan haram juga untuk diperjualbelikan, seperti babi, berhala, bangkai, dan khamar (minuman yang memabukkan).

b. Jual beli yang bersifat spekulasi atau samar-samar, karena dapat merugikan salah satu pihak.⁵¹

c. Jual beli bersyarat

Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, yaitu segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan dilarang untuk diperjualbelikan, seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno.

⁵⁰ Suqiyah Musafa'ah dkk, *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam* (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013), 69.

⁵¹ Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), 80.

- d. Jual beli yang dilarang karena dianiaya, yaitu segala bentuk jual beli yang mengakibatkan penganiayaan hukumnya haram, seperti menjual anak binatang yang masih membutuhkan (bergantung) kepada induknya.
- e. Jual beli muhalaqah, yaitu menjual tanam-tanaman yang masih di ladang atau di sawah.
- f. Jual beli mukhdarat, yaitu menjual buah-buahan yang masih hijau (belum pantas dipanen).
- g. Jual beli mulamasah, yaitu jual beli secara sentuh-menentuh.⁵²
- h. Jual beli munabadhah, yaitu jual beli secara lempar-melempar. Seperti orang berkata Lemparkan: kepadaku apa yang ada padamu, nanti kulemparkan pula kepadamu apa yang ada padaku. Setelah terjadi lempar-melempar terjadilah jual beli.
- i. Jual beli muzabanah, yaitu menjual buah yang basah dengan buah yang kering. Seperti menjual padi kering dengan bayaran padi basah sedang ukurannya dengan ditimbang sehingga merugikan pemilik padi kering.

E. Takaran dan timbangan dalam jual beli

Dalam setiap perdagangan, Islam sangat menekankan pada pentingnya penegakan ukuran takaran dan timbangan secara adil dan benar agar tidak ada pihak yang dirugikan. Diantara prinsip perdagangan

⁵² Ibid,82

dalam Islam adalah jujur dan adil. Islam mengajarkan setiap Muslim melakukan kegiatan produksi maupun perdagangan agar bersikap jujur dan adil terhadap sesama. Sikap ini akan tertanam dengan adanya keharusan untuk memenuhi takaran dan timbangan.⁵³

Dalam al-Qur'an Allah telah menggariskan bahwa setiap Muslim harus menyempurnakan takaran dan timbangan secara adil. Malah hal itu diungkap secara berulang dal al-Qur'an. Dalam . (Q.S. al-Isra' :35)

وَأَوْفُوا الْكَيْلَ إِذَا كِلْتُمْ وَزِنُوا بِالْقِسْطَاسِ الْمُسْتَقِيمِ ذَلِكَ خَيْرٌ وَأَحْسَنُ تَأْوِيلًا

Artinya: dan sempurnakanlah takaran apabila kamu menakar, dan timbanglah dengan neraca yang benar. Itulah yang lebih utama (bagimu) dan lebih baik akibatnya. (Q.S. al-Israa':35).⁵⁴

Dari ayat diatas jika seorang yang telah bertransaksi di dalam jual beli berlaku jujur, akan mendapatkan kepuasan lebih besar dibandingkan dengan berlaku yang tidak jujur. Dari sini dapat disimpulkan bahwa pilihan terbaik bagi penjual adalah bersikap "jujur". Muamalah seperti inilah suatu contoh harus dilaksanakan setiap muslim di dalam kehidupan, pergaulan, dan muamalah, mereka tidaklah diperkenankan untuk menakar dengan dua takaran atau menimbang dengan dua timbangan, yakni timbangan pribadi untuk umum, yang timbangan untuk menguntungkan dirinya sendiri serta khusus bagi orang-orang yang telah

⁵³ rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi)*, (Jakarta: raja Grafindo Persada,2015), 184.

⁵⁴ Departemen Agama RI, *al-Qur'an, dan Terjemahannya* (Depok: PT. Cahaya Qur'an,1987), h. 228.

disenanginya dan timbangan untuk orang lain, kalau untuk dirinya sendiri dan serta bagi para pengikutnya dia memenuhinya, akan tetapi untuk orang lain mereka mengurangi. Bagi perilaku penjual yang tidak jujur disamping merugikan diri sendiri juga tentu akan merugikan bagi pihak konsumen (pembeli).⁵⁵

sebagaimana firman Allah swt, dalam surat al-Muthaffifiin, Surat 1-3

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ
الَّذِينَ إِذَا أَكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَوْ وَزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ

Artinya: 1. kecelakaan besarlah bagi orang-orang yang curang 2. (yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dipenuhi, 3 dan apabila mereka menakar atau menimbang untuk orang lain, mereka mengurangi.⁵⁶

Berdasarkan ayat-ayat al-Quran di atas, bahwa fiqh sangat menganjurkan sikap jujur di dalam transaksi praktek jual beli adalah berlaku jujur dalam timbangan dan menakar. Hal demikian harus di pahami bahwa betapa Islam ingin menghindari ketidakadilan terjadi dalam jual beli. Jika transaksi ketidakjujuran dalam hal takaran dan timbangan ini akan berakibat dalam jual beli yang mengandung unsur penipuan, dan tentu akan merugikan dari satu pihak yakni konsumen (pembeli). Jual beli demikian dapat dikategorikan sebagai jual beli yang

⁵⁵ Ibid, 184-185.

⁵⁶ Departemen Agama RI, *al-Qur'an dan Terjemahannya* (Depok: PT. Cahaya Qur'an, 1987), 587-588.

sah tapi dilarang untuk dilakukan, bahkan orang yang melakukannya jelas akan mendapat dosa.

Landasan perdagangan mengedepankan nilai dari kejujuran dengan cara memenuhi timbangan dengan baik dan sempurna, sesungguhnya telah menunjukkan bahwa fiqh menetapkan dan menempatkan perilaku jual beli dalam kerangka yang terhormat. Kondisi ideal di dalam pasar adalah apabila penjual dan pembeli sama-sama mempunyai informasi tentang barang yang akan diperjualbelikan jika di antara salah satu pihak tidak mempunyai informasi, seperti yang dimiliki oleh pihak-pihak lain, maka salah satu pihak akan merasa dirugikan dan terjadi kecurangan atau penipuan.

F. Penetapan Harga dalam jual beli

Harga dalam bahasa Inggris dikenal dengan *price*, sedangkan dalam bahasa arab berasal dari kata sir al-mithl qimah al-'adl, yang merupakan istilah lain dari harga yang adil.⁵⁷ Harga merupakan nilai yang diberikan pada apa yang diperuntukkan. Harga bisa juga berarti kekuatan membeli untuk mencapai kepuasan dan manfaat.⁵⁸ Semakin tinggi manfaat yang dirasakan seseorang maka semakin tinggi pula harga atau nilai tukar barang atau jasa tersebut.

Salah satu penunjang perekonomian negara adalah kesehatan pasar, baik pasar barang dan jasa, pasar uang, maupun pasar tenaga kerja,

⁵⁷ Boedi Abdullah, *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. 1 (Bandung: Pustaka Setia, 2010), 338.

⁵⁸ Rozalinda, *Ekonomi Islam Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*, Cet.1 (Jakarta: Rajawali Press, 2014), 154.

kesehatan pasar, sangat tergantung pada mekanisme pasar yang mampu menciptakan tingkat harga yang seimbang, yakni tingkat harga yang dihasilkan oleh interaksi antara kekuatan permintaan dan penawaran yang sehat.

Konsep Islam memahami betul bahwa pasar dapat berperan efektif dalam kehidupan ekonomi salah satunya penetapan harga, karena pasar merupakan ruang bertemunya antara penjual dan pembeli dan selain itu prinsip persaingan bebas dapat berlaku secara efektif. Karena pada dasarnya pasar tidak membutuhkan kekuasaan yang besar untuk menentukan apa yang harus dikonsumsi dan diproduksi. Sebaliknya, biarkan tiap individu dibebaskan untuk memilih sendiri apa yang dibutuhkan dan bagaimana memenuhinya. Inilah pola normal dari pasar atau “keteraturan alami” dalam istilah Al-Ghazali terkait dengan ilustrasi dari evolusi pasar. Selanjutnya, Adam Smith serahkan saja pada *invisible hand*, dan “dunia akan teratur dengan sendirinya”.⁵⁹

Dari pemahaman itu, harga sebuah komoditas, (barang dan jasa) ditentukan oleh permintaan dan penawaran. Hal ini sesuai dengan hadis yang diriwayatkan dari Anas bahwasannya suatu hari terjadi kenaikan harga yang luar biasa di masa Rasulullah Saw, maka sahabat meminta Nabi untuk menentukan harga pada saat itu lalu Nabi bersabda:

Islam menghargai baik penjual maupun pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya. Ulama Fiqih sepakat

⁵⁹ Mustafa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2007), 160.

menyatakan bahwa ketentuan penetapan harga tidak dijumpai dalam al-Quran. Faktor dominan yang menjadi landasan hukum al-Tas'ir al-Jabari, menurut ulama adalah al-Mas}lah}ah al-Mursalah (kemaslahatan).⁶⁰

Dalam penentuan harga *output* ajaran islam menggunakan dua pedoman, yaitu:

- a. Selama pasar masih berjalan dengan normal, maka harga sepenuhnya ditentukan oleh mekanisme permintaan dan penawaran.
- b. Akan tetapi pemerintah dapat mengeluarkan kebijakan penetapan harga seandainya pasar yang normal terjadi penyimpangan oleh faktor-faktor yang tidak bersifat.

Konsep harga yang adil dalam al-Qur'an sangat ditekankan agar memperoleh keseimbangan antara pihak penjual dan pembeli. Gagasan ini berhubungan dengan pasar khususnya dalam harga, karena itu Rasulullah menyatakan sebagai riba seorang menjual dengan harga yang mahal kepada pelanggan. Sebutan harga yang adil dan jujur ada pada Hukum Islam sejak awal. Sebab yang terlihat bahwa harga Transaksi ekonomi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga. Agar transaksi memberikan keadilan bagi seluruh pelakunya, maka harga juga harus mencerminkan keadilan. Dalam perdagangan islam transaksi harus

⁶⁰ Adiwarmam A. Karim, *Ekonomi Mikro Islam* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), 185.

dilakukan secara suka rela (*antaradimminkum*) dan memberikan keuntungan yang proposional bagi para pelakunya.⁶¹

Harga yang adil dalam perspektif ekonomi islam adalah harga yang tidak menimbulkan dampak *negative* (bahaya) ataupun kerugian bagi para pelaku pasar, baik dari si penjual maupun pembeli. Harga tidak dapat terlalu tinggi, karena akan berdampak pada daya beli pembeli dan konsumen. Harga yang adil adalah harga yang dapat menutupi semua biaya operasional produsen dengan margin laba tertentu serta tidak merugikan pembeli.

Transaksi ekonomi pasar bekerja berdasarkan mekanisme harga. Agar transaksi memberikan keadilan bagi seluruh pelakunya, maka harga juga harus mencerminkan keadilan. Dalam perdagangan Islam transaksi harus dilakukan secara sukarela dan memberikan keuntungan yang proposional bagi para pelakunya.

Sedangkan yang dimaksud dengan penetapan harga adalah pemasangan nilai tertentu untuk barang yang akan dijual dengan wajar, penjual tidak zalim dan tidak menjerumuskan pembeli. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya.⁶²

Menurut Ibnu Taimiyah yang dikutip oleh Yusuf Qardhawi: "Penentuan harga mempunyai dua bentuk: ada yang boleh dan ada yang haram. *Tas'ir* ada yang *dzalim*, itulah yang diharamkan dan ada yang

⁶¹ A. A. Islahi, *Konsepsi Ekonomi ibn Taymiyah*, Terj. H. Anshori Thayib (Surabaya: Bina Ilmu, 1997), 93.

⁶² Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 204.

adil, itulah yang dibolehkan.⁶³ Penetapan harga yang tak adil dan haram, naiknya harga akibat kompetisi kekuatan pasar yang bebas, yang mengakibatkan terjadinya kekurangan suplai atau menaikkan permintaan. Misalnya “memaksa penduduk menjual barang-barang dagangan tanpa ada dasar kewajiban untuk menjual, merupakan tindakan yang tidak adil dan ketidakadilan itu dilarang”. Jika penentuan harga dilakukan dengan memaksa penjual menerima harga yang tidak mereka ridai, maka tindakan ini tidak dibenarkan oleh agama. Namun jika penentuan harga itu menimbulkan suatu keadilan bagi seluruh masyarakat, seperti menetapkan Undang-undang untuk tidak menjual di atas harga resmi, maka hal ini diperbolehkan dan wajib diterapkan.

Sedangkan penetapan harga yang adil dan sah sebagaimana pada penjelasan diatas yaitu penetapan harga diberlakukan apabila ada kedzliman dalam penetapan harga atau karena ada ketimpangan harga yang kiranya diperlukan adanya *ta'sir*. Dan sah jika untuk kemaslahatan bersama.

Konsep harga yang adil telah dikenal oleh Rosulullah Saw, yang kemudian banyak menjadi bahasan dari para ulama dimasa kemudian. Secara umum harga yang adil ini adalah harga yang tidak menimbulkan eksploitasi atau penindasan (kedhaliman) sehingga merugikan salah satu pihak dan menguntungkan pihak yang lain.

Firman Allah SWT dalam Q.S. al-Nisa' ayat 29:

⁶³ Yusuf Qardhawi, *Norma Dan Etika Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani, 1997), 257.

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang Berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu; Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.⁶⁴

Dari definisi tersebut jelaskan bahwa yang menentukan harga adalah permintaan produk atau jasa oleh para pembeli dan pemasaran produk atau jasa dari para pengusaha atau perdagangan, oleh karena jumlah pembeli adalah banyak, maka permintaan tersebut dinamakan permintaan pasar. Adapun penawaran pasar terdiri dari pasar, tidak dilarang oleh agama Islam selama tidak berlaku *dzalim* terhadap para konsumen.

Sedangkan yang dimaksud dengan penetapan harga adalah pemasangan nilai tertentu untuk barang yang akan dijual dengan wajar, penjual tidak zalim dan tidak menjerumuskan pembeli. Islam menghargai hak penjual dan pembeli untuk menentukan harga sekaligus melindungi hak keduanya.⁶⁵

Dalam menetapkan harga, para pihak memiliki kebebasan untuk menyatakan kehendaknya, pada tingkat jumlah nilai berapa yang diajukan kepada masing-masing pihak. Namun saat menyatakan kehendak berwujud sejumlah nominal tertentu, mestinya para pihak juga wajib menjaga angka pagu yang patut dan wajar, paling tidak selaras dengan fluktuasi pasar. Mana kala harga yang diajukan para pihak

⁶⁴ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2012), 83.

⁶⁵ Heri Sudarsono, *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002), 204.

menemukan persamaan, lalu disepakati, inilah prinsip konsensualisme, yang kemudian akan dipergunakan oleh para pihak untuk melangkah selanjutnya, baik dalam melunasi pembayaran ataupun perbuatan melakukan penyerahan.



BAB III
PRAKTIK BISNIS WARALABA TAHU Q KRISPY DI KABUPATEN
MADIUN

A. Profil Perusahaan Waralaba dan Mitra Tahu Q Krispy

1. Profil Perusahaan Waralaba Tahu Q Krispy

Tahu Q Krispy adalah salah satu produk dari CV. AGHISNA yang beralamatkan di Jl. Wachid Hasyim Bandar Kidul Gg. 1 Blok Jobongan Baru, Kediri, Jawa Timur adalah perusahaan yang bergerak di bidang kemitraan dan mempunyai beberapa anak perusahaan seperti aghisna food, aghisna water, aghisna water treatment, aghisna food training center dan bengkel hp. Dari berbagai jenis kemitraan yang dimiliki CV AGHISNA, Tahu Q Krispy merupakan salah satu produk yang terbaik dari bidang lainnya.¹

Perusahaan ini mempunyai perkembangan yang signifikan, baik dari penjualan perkembangan kemitraan dan segala aspek yang mendorong kemajuan demi kemajuan. Semangat dan kompak dalam kerjasama menghadirkan sebuah usaha yang menjanjikan.

Dimulai pada bulan november 2010 dari gerobak sederhana, kemudian mempunyai peningkatan strategi penjualan. Pada semester pertama AGHISNA hanya mendapatkan satu mitra atau partner dan itupun konsep pemasakannya belum begitu matang, dan akhirnya pada

¹ Hasil wawancara dengan Aghist Badrut Tamam direktur perusahaan waralaba Tahu Q Krispy 18 Juni 2018.

semester kedua mulai mendapatkan lebih dari satu dengan Standart Operasional Produksi. Hingga saat ini Tahu Q Krispy sudah memiliki 300 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia.²

Tahu Q Krispy adalah produk yang mengusung tema tahu sebagai bahan dasarnya dengan balutan tepung yang khas di goreng hingga menjadi krispy dengan berbagai varian rasa yang tersedia karena sebagian besar kalangan dari anak kecil, orang dewasa, sampai orang tua pasti menyukai tahu dan bisa mengonsumsi tahu.

Adapun visi dari bisnis waralaba Tahu Q Krispy tersebut adalah mengangkat produk-produk lokal yang berkualitas dan teruji profit menjadi produk multi nasional dan juga menciptakan lapangan kerja yang tangguh dan mandiri. Misi dari bisnis waralaba Tahu Q Krispy adalah menjadikan dan membentuk pribadi-pribadi yang bermanfaat bagi orang lain (*an fa'uhum linnas*).

Dalam menjalankan usaha Tahu Q Krispynya AGHISNA mempunyai dua sistem. Sistem pertama adalah bisnis waralaba adalah mitra mengeluarkan biaya 100% dan mendapatkan fasilitas lengkap, mitra akan di dampingi dalam opening serta mitra berhak mendapatkan konsultasi selama 24 jam berlaku selama menjadi mitra, mitra tidak akan dikenakan biaya royalti kemudian bagi mitra yang sudah mempunyai booth ketika membeli lisensi yang ke dua akan mendapatkan potongan. Sistem ke dua adalah bisnis oportunitas yaitu

²Hasil wawancara dengan Aghist Badrut Tamam direktur perusahaan waralaba Tahu Q Krispy 18 Juni 2018.

konsepnya adalah semua peralatan, lokasi, bahan serta accounting management dibackup oleh perusahaan termasuk bahan baku, catatan pembelian bahan yang keluar semua di backup oleh perusahaan. Sistem ke dua ini mitra tidak mengeluarkan biaya sama sekali dan bagi hasilnya adalah mitra mendapatkan 60% sedangkan perusahaan mendapat 40%.

Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy perusahaan mempromosikan produk tersebut melalui media sosial seperti facebook, twitter dan juga iklan di beberapa web produk-produk franchise dan juga melakukan promosi lewat cara offline yakni presentasi person to person, grouping, event dan dengan cara menggali daftar nama dari para mitra yang sudah bergabung. Kemudian pemasaran produk yang dilakukan perusahaan adalah dengan cara langsung bersentuhan dengan konsumen dengan sistem fried (goreng) at the place. Hal itu menjadikan produknya selalu segar dan senantiasa baru, sehingga konsumen percaya dengan kualitas produknya.³

Persyaratan menjadi mitra Tahu Q Krispy adalah:

- a. Memiliki modal yang cukup untuk investasi sesuai harga paket franchise.
- b. Mereferensikan lokasi.
- c. Bersedia menandatangani surat perjanjian.
- d. Bersedia menaati peraturan yang ada dalam surat perjanjian.

³ Hasil wawancara dengan Aghist Badrut Tamam direktur perusahaan waralaba Tahu Q Krispy 18 Juni 2018.

- e. Memahami resiko bisnis warlaba.
- f. Bersedia pro aktif kepada perusahaan.
- g. Wajib membeli bahan baku dari perusahaan.

Fasilitas yang diperlukan untuk mendukung outlet:

- a. Lokasi berada ditempat yang strategis
- b. Luas ukuran temoat sewa minimal sesuai ukuran counter (2x2 meter)
- c. karyawan penjaga outlet

Varian rasa yang di berikan Tahu Q Krispy:

Balado, BBQ, Jagung Bakar, Ayam Bakar, Sapi Panggang, Keju, Chili, Sambal Setan, Sambal Ijo, Sambal Jahannam

Dalam perusahaan Tahu Q Krispy disediakan berbagai 3 fasilitas untuk menunjang bisnis mitra. Fasilitas-fasilitas tersebut tergabung dalam sebuah paket.

2. Profil Tahu Q Krispy di Banjarsari wetan, Dagangan, Madiun

Tahu Q Krispy merupakan salah satu outlet Tahu Q Krispy yang berada di wilayah desa Banjarsari wetan Dagangan Madiun. Pada tanggal 16 Oktober 2015, outlet Tahu Q Krispy ini mulai beroperasi. Dengan memilih paket franchise booth, Heri Cahyono memulai berbisnis ini di depan rumahnya kadang Heri Cahyono juga berjualan didepan sekolah ataupun ditempat-tempat keramaian dengan memanfaatkan bagian belakang motornya untuk berjualan tanpa bantuan karyawan di awal usahanya.

Pada tahun berikutnya, outlet Tahu Q Krispy Heri Cahyono mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dengan hanya memiliki satu booth saja beliau dapat memenuhi peringkat target yang ditetapkan oleh perusahaan.⁴

Setahun kemudian, setelah merasakan sukses dalam berbisnis Heri Cahyono menambah satu outlet di wilayah Dagangan di depan MI Al-Islam Dagangan. Outlet milik Heri Cahyono di depan MI Al-Islam Dagangan yang mana lokasi itu merupakan wilayah yang tepat untuk mendirikan outlet Tahu Q Krispy sebagaimana tertulis dalam fasilitas yang diperlukan untuk menjadi mitra Tahu Q Krispy yaitu berada di lingkungan sekolah dan ditempat strategis lain yang bisa mendapatkan pelanggan. Dalam bisnis booth kedua tersebut, Heri Cahyono memperkerjakan karyawan yang mana pembagian bagi hasil dalam bisnis tersebut sistemnya flat bulan.

B. Transaksi atau Akad dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun

Terdapat dua sistem kerjasama di Tahu Q Krispy yaitu bisnis waralaba dan bisnis oportunitas. Akan tetapi dalam Tahu Q Krispy menggunakan sistem bisnis waralaba. Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy modal kerjasama antara perusahaan dan mitra 100% berasal dari mitra.

⁴ Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra bisnis waralaba Tahu Q Krispy 4 Juli 2018.

Modal kerjasama yang dikeluarkan oleh mitra digunakan untuk membeli paket-paket yang disediakan oleh perusahaan ataupun digunakan untuk membeli peralatan-peralatan produksi secara pribadi.

Pembagian keuntungan dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy sangat berbeda dengan sistem waralaba pada umumnya. Perusahaan hanya mendapatkan keuntungan usaha dari pembelian bahan baku produksi yang dilakukan oleh mitra. Oleh sebab itu mitra diwajibkan membeli semua bahan baku produksi kepada perusahaan.⁵

Bahan baku produksi tersebut meliputi tepung dan aneka bumbu, sedangkan untuk tahunya mitra bisa membeli secara bebas.

Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy pembayaran royalty fee yang seharusnya dibebankan pada mitra setiap bulan ditiadakan. Alasan gak ada royalty fee. Karena menurut perusahaan dari presentase pembelian bahan baku keuntungan perusahaan sudah sangat besar, karena bumbu yang disediakan oleh perusahaan adalah bumbu-bumbu yang sudah disederhanakan dan disesuaikan oleh kebutuhan mitra, hanya saja jika ada mitra yang kesulitan menjalankan bisnisnya perusahaan ikut membantu menjanlankan bisnis tersebut, tetapi keuntungan yang diperoleh mitra hanya 70% sedangkan perusahaan mendapatkan keuntungan 30%.

Mitra memperoleh keuntungan usaha sebesar 100% dari hasil penjualan Tahu Q Krispy dilakukan. Walaupun perusahaan tidak mengambil keuntungan dari hasil penjualan Tahu Q Krispy oleh mitra,

⁵ Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra bisnis waralaba Tahu Q Krispy 4 Juli 2018.

namun perusahaan telah memperoleh laba yang cukup besar dari hasil penjualan bahan baku Tahu Q Krispy yaitu tepung dan bumbu. Selain itu perusahaan telah melakukan analisa keuntungan di mana diperoleh kesimpulan bahwa mitra yang tergabung dalam bisnis Tahu Q Krispy tidak selamanya mendapatkan keuntungan, sebab customer yang pasang surut. Sehingga perusahaan membebaskan royalti fee bagi mitra. Sedangkan mitra yang membuka cabang lebih dari satu dan mempekerjakan karyawan bagi hasilnya adalah flat bulan.⁶

Setiap pekerjaan pasti mempunyai resiko, dimana resiko tersebut harus tetap dihadapi meskipun terkadang berat. Seperti halnya dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy. Banyak hal yang mungkin terjadi dalam bisnis tersebut, salah satunya adalah jika terjadi resiko seperti kerusakan pada peralatan memasak seperti wajan bocor. Kerusakan tersebut sangatlah mungkin terjadi pada saat wajan tersebut digunakan untuk memasak. Oleh karena itu, para pihak yang terlibat dalam kerjasama terutama pada mitra harus selalu siap untuk menghadapi kemungkinan terjadinya resiko tersebut.

Jika terjadi kerusakan pada peralatan memasak, aka akan ditanggung oleh mitra. Dengan cara memperbaiki kerusakan tersebut atau mitra membeli peralatan lagi.⁷

Apabila kerusakan fasilitas terjadi ketika barang belum sampai di tangan mitra maka resiko tersebut ditanggung oleh perusahaan.

⁶ Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra Tahu Q Krispy 4 Juli 2018.

⁷ Hasil wawancara dengan Heri Cahyono mitra Tahu Q Krispy 4 Juli 2018.

C. Objek dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun

Dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy mitra mendapat fasilitas-fasilitas sesuai paket yang disediakan. Pertama, paket booth yaitu mitra mendapat fasilitas lengkap berupa fasilitas A, fasilitas B, fasilitas C dan siap beroperasi dengan membeli paket seharga Rp 5.500.000,-. Kedua, paket licensy yaitu mitra hanya mendapat fasilitas berupa fasilitas A, yang disediakan perusahaan seharga Rp 2.500,000,-. Ketiga, paket second booth yaitu mitra mendapatkan fasilitas A, fasilitas B, fasilitas C namun perbedaannya dengan paket booth adalah dalam paket second booth gerobak atau outlet merupakan outlet bekas. Fasilitas-fasilitas tersebut antara lain.⁸

Fasilitas (A) dasar

- a. Berhak akan licensy merk dagang “tahu q krispy” untuk 1 cabang
- b. Member card business opportunity aghisnafood
- c. Pelatihan melalui media toolsbook dan parameter laba rugi,
- d. Kupon gratis 50 lembar
- e. Selebaran opening 100 lembar
- f. Banner promosi untuk di pohon 4 buah
- g. Spanduk/stiker tahu_q krispy untuk di rombongan/gerobak dagang.

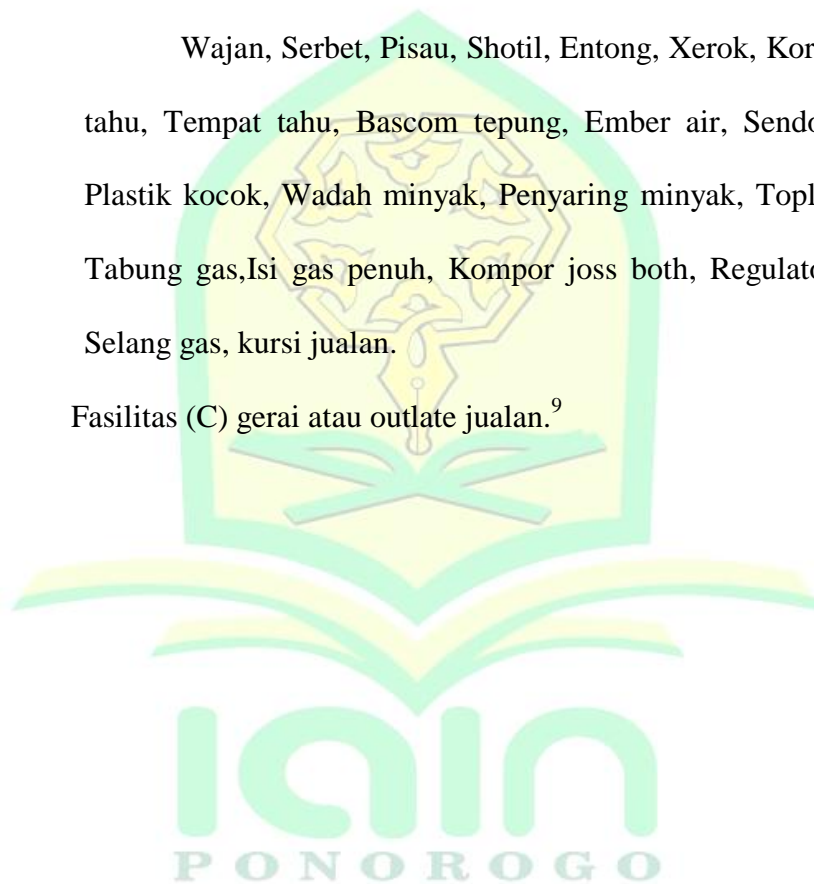
⁸ Hasil wawancara dengan Aghist Badrut Tamam direktur perusahaan waralaba Tahu Q Krispy 18 Juni 2018.

- h. Support promosi cabang-cabang lewat iklan di media lokal / nasional.
- i. Seragam karyawan 2 unit,
- j. Plus bahan inti untuk 100 porsi
- k. 8 toples bumbu khusus dan 1 toples shake

Fasilitas (B) peralatan

Wajan, Serbet, Pisau, Shotil, Entong, Xerok, Korek, Peniris tahu, Tempat tahu, Bascom tepung, Ember air, Sendok bumbu, Plastik kocok, Wadah minyak, Penyaring minyak, Toples bumbu, Tabung gas, Isi gas penuh, Kompor joss both, Regulator + clam, Selang gas, kursi jualan.

Fasilitas (C) gerai atau outlate jualan.⁹



⁹ Hasil wawancara dengan Aghist Badrut Tamam direktur perusahaan waralaba Tahu Q Krispy 18 Juni 2018.

BAB IV

ANALISA HUKUM ISLAM TERHADAP BISNIS WARALABA TAHU Q KRISPY DI KABUPATEN MADIUN

Setelah mengadakan penelitian dilapangan dan dicermati, terdapat beberapa masalah. Disisni penulis akan menganalisis sesuai dengan hukum islam. Terdapat dua masalah yang penulis angkat, yang pertama yaitu bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap transaksi jual beli bersyarat dalam bisnis waralaba Tahu Q krispy di Kabupaten Madiun, yang kedua bagaimana tinjauan hukum Islam terhadap jual beli Brand dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun.

A. Analisa Hukum Islam Terhadap Transaksi Jual Beli Bersyarat dalam Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun

Pada dasarnya dalam memulai suatu bisnis harus mengetahui bagaimana tata cara memulai bisnis tersebut dengan baik, bisnis dalam dunia usaha mungkin sudah tidak asing bagi masyarakat tetapi banyak juga masyarakat yang belum mengetahui bisnis dengan sistem waralaba. Seperti halnya dengan bisnis sistem waralaba Tahu Q Krispy, dimana jika seseorang ingin memulai bisnis tersebut harus mengetahui semua hal yang berkaitan dengan waralaba Tahu Q Krispy, mulai dari transaksi atau akad serta mengetahui objek yang diperjualbelikan sampai dengan isi surat perjanjian dalam melakukan bisnis supaya dikemudian hari antara kedua belah pihak dapat menghindari hal-hal atau resiko yang tidak diinginkan.

Kegiatan muamalah harus sesuai dengan hukum syara' artinya, ada yang boleh dilakukan dan ada yang tidak boleh dilakukan atau dengan kata lain harus ada etika. Kegiatan ekonomi dan kegiatan-kegiatan lainnya yang bertujuan untuk kehidupan di dunia maupun di akhirat adalah merupakan ibadah kepada Allah SWT. Islam pun tidak melarang jual beli, mayoritas ulama membolehkan jual beli dengan alasan bahwa manusia tidak bisa mencukupi kebutuhannya sendiri. Namun demikian, bantuan atau barang milik orang lain yang dibutuhkannya itu harus diganti dengan barang lainnya yang sesuai.

Pada umumnya, orang memerlukan benda yang ada pada orang lain (pemiliknya) dapat dimiliki dengan mudah, akan tetapi terkadang pemiliknya tidak mau memberikannya. Adanya *sharikah* jual beli menjadi wasilah (jalan) untuk mendapatkan keinginan tersebut, tanpa berbuat salah. Jual beli (*al-bai*) menurut bahasa artinya menjual, mengganti dan menukar sesuatu dengan sesuatu yang lain. Kata *al-bai* merupakan sebuah kata yang mencakup pengertian dari kebalikannya yakni *al-syira'* (membeli). Dengan demikian kata *al-bai* disamping bermakna kata jual beli sekaligus kata beli.¹⁰

Akad adalah suatu perikatan antara ijab dan qabul dengan cara yang dibenarkan syara' yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada objeknya. Ijab adalah pertanyaan pihak pertama mengenai isi perikatan yang diinginkan sedangkan qabul adalah pertanyaan pihak

¹⁰ Ru'fah Abdulah, *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), 65.

kedua untuk menerimanya. Jual beli belum dikatakan sah sebelum ijab dan qabul dilakukan. Sebab ijab qabul menunjukkan ke relakaan (keridhohan). Sedangkan ke relakaan tidak dapat di lihat karena kerelaan berhubungan dengan hati. Namun, kerelaan dapat di ketahui melalui tanda lahirnya yaitu dengan ijab qabul.

Adapun rukun jual beli ada 3, yaitu *Aqid* (penjual dan pembeli), *Ma'qud Alaih* (objek akad), dan *Shigat* (lafaz ijab qabul).¹¹

1. *Aqid* (penjual dan pembeli) yang dalam hal ini dua atau beberapa orang melakukan akad, adapapun syarat-syarat bagi oarang yang melakukan akad ialah:

a) Baligh dan berakal

Disyari'atkannya aqidain baligh dan berakal yaitu agar tidak mudah ditipu orang maka batal akad anak kecil, orang gila dan orang bodoh, sebab mereka tidak pandai mengendalikan harta, bisa dikatakan tidak sah.

b) Kehendaknya sendiri (tanpa paksaan)

Adapun yang dimaksud kehendaknya sendiri, bahwa dalam melakukan perbuatan jual beli tersebut salah satu pihak tidak melakukan suatu tekanan atau paksaan kepada pihak lainnya, sehingga pihak lain tersebut melakukan perbuatan jual beli bukan lagi disebabkan oleh kemauannya

¹¹ Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Rajawali Pres, 2010), 7.

sendiri, tapi adanya unsur paksaan. Jual beli yang demikian itu adalah tidak sah.

c) Keduanya tidak mubazir

Keadaan tidak mubazir, maksudnya para pihak yang mengikatkan diri dalam perbuatan jual beli tersebut bukanlah manusia boros (*mubazir*), karena orang boros dalam hukum dikategorikan sebagai orang yang tidak cakap dalam bertindak, maksudnya dia tidak melakukan suatu perbuatan hukum walaupun kepentingan hukum itu menyangkut kepentingannya sendiri.¹²

2. *Ma'qud Alaih* (objek akad)

Syarat-syarat benda yang dapat dijadikan objek akad yaitu: suci, memberi manfaat menurut syara', tidak digantungkan pada sesuatu, tidak dibatasi waktu, dapat diserahkan, milik sendiri, dan diketahui.

3. *Shigat* (lafazd ijab qabul)

Jual beli dianggap sah, jika terjadi sebuah kesepakatan (*shigat*) baik secara lisan (*sighat qauliyah*) maupun dengan cara perbuatan (*sighat fi'liyah*). *Sighat qauliyah* yaitu perkataan yang terucap dari pihak penjual dan pembeli. Sedangkan *sighat fi'liyah*

¹² Chairuman Pasaribu dan Suhrawardi K. Lubis, *Hukum Perjanjian dalam Islam* (Jakarta: 1996), 35-37.

yaitu sebuah proses serah terima barang yang diperjualbelikan yang terdiri dari proses pengambilan dan penyerahan.¹³

Disini perusahaan menyediakan nama atau brand dari franchise yang telah dipatenkan yaitu Tahu Q Krispy yang sudah terkenal bahkan menjamur dimasyarakat, tidak hanya dikalangan anak-anak, orang dewasa bahkan sampai orang tua. Karena Tahu Q Krispy ini selain rasanya enak juga mempunyai rasa yang khas, beda dengan Tahu Krispy produk lain sehingga banyak peminatnya sekaligus dengan harga yang terjangkau yang sesuai dengan saku anak-anak. Selain nama atau brand Tahu Q Krispy perusahaan yang terkait bagaimana pengelolaan usaha berupa pembinaan, pelatihan dan cara atau ilmu mengolah tahu supaya rasanya tetap Tahu Q Krispy yang asli serta bagaimana cara pemasarannya misalnya ditempat umum atau ramai.

Dalam transaksi jual beli brand telah terpenuhi pada saat terjadinya akad. Kedua elah pihak sama-sama dewasa, objek transaksi jelas, barang dapat dilihat saat terjadinya akad. Pelaku akad sama-sama rela dan bersepakat mengenai harga yang telah ditentukan pada saat akad. Waktu pembayaran juga telah ditentukan pada saat akad. Karena dalam proses transaksi jual beli brand dalam bisnis waralaba Tahu Q Krispy mitra langsung datang ke lokasi untuk mengutarakan keinginan dan kebutuhannya dan tidak ada unsur keterpaksaan antara penjual dan pembeli untuk menghindari jual beli yang di larang agama yaitu harus

¹³ Saleh AlFauzan, *Mulakhasul Fiqhiyah*, Abdul Khayyi Al-Kahani, Terj, "Fiqh sehari-hari" (Jakarta: Gema Insani Pers, Cet. Ke-1, 2005), 364.

terhindar dari berbagai macam penipuan, kecurangan serta penyamaraan barang dagangan, karena keuntungan yang di dapat dari jual beli yang mengandung unsur-unsur tersebut adalah harap tanpa di perselisihkan lagi. Dalam akad transaksinya perusahaan selalu memberikan keterangan dan penjelasan semua fasilitas-fasilitas yang di produksinya. Dalam macam-macam jual beli terdapat jual beli bersyarat yang artinya Jual beli yang menimbulkan kemudharatan, yaitu segala sesuatu yang dapat menimbulkan kemudharatan, kemaksiatan, bahkan kemusyrikan dilarang untuk diperjualbelikan, seperti jual beli patung, salib, dan buku-buku bacaan porno. atau hampir sama dengan jual beli dengan menentukan dua harga, hanya saja di sini dianggap sebagai syarat, seperti seorang berkata, “aku jual rumahku yang butut ini kepadamu dengan syarat kamu mau menjual mobilmu padaku”. Lebih jelasnya, jual beli ini sama dengan jual beli dengan dua harga arti yang kedua menurut al syafi’i.

Dari analisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa jual beli yang ada di perusahaan waralaba Tahu Q Krispy tidak bertentangan dengan hukum Islam. perusahaan dalam melakukan transaksi jual beli sudah memenuhi rukun syarat jual beli yaitu ijab dan qabul, pembeli dan mitra dengan suka rela melakukan transaksi jual beli, sedangkan dari segi akad juga sudah memenuhi syarat dari jual beli itu sendiri yaitu adanya orang yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli. Dalam ketentuan jual beli bersyarat juga sudah memenuhi ketentuan hukum Islam karena lebih banyak mendatangkan masalah daripada madharatnya.

B. Analisa Hukum Islam Terhadap objek jual beli Brand dalam Bisnis Waralaba Tahu Q Krispy di Kabupaten Madiun

Syariat memberikan izin untuk meningkatkan laba atas kontrak kontribusi masing-masing pihak dalam asset bisnis ini. Meskipun demikian, syariat mengharuskan agar kerugian dibagi secara proposional berdasarkan besarnya kontribusi terhadap modal.¹⁴

Jual beli ialah suatu perjanjian tukar menukar barang yang mempunyai nilai secara sukarela diantara kedua belah pihak, yang satu menerima benda dan pihak lain menerima sesuai dengan perjanjian yang disepakati atau ketentuan yang telah dibenarkan oleh *syara*". Kerelaan antara kedua belah pihak menjadi syarat yang mutlak dalam melakukan transaksi jual beli. Sebagaimana terdapat dalam QS. al-Nisa>: 29, berikut:

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

Artinya: Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. dan janganlah kamu membunuh dirimu. Sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”¹⁵.

Jual beli dikatakan sah apabila telah memenuhi rukun dan syarat sah jual beli. Salah satu syarat sahnya jual beli yang harus dipenuhi terkait

¹⁴ Muhammad Umer Capra, *Al-Qur'an Menuju Sistem Ekonomi Moneter Yang Adil*, (Yogyakarta: Dana Bakti Prima Yasa, 1997), 238.

¹⁵ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, 83.

objek jual beli (maqud alaih). Syarat objek jual beli harus jelas dan terbebas dari unsur penipuan.

Dalam melakukan jual beli penjual dan pembeli harus berkata jujur dengan dilandasi keinginan untuk saling tolong menolong dalam kebaikan dan saling membantu diantara keduanya. Penjual dan pembeli dilarang melakukan kecurangan demi mendapatkan keuntungan yang besar dan mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak. Jual beli yang dilandasi dengan sikap jujur dapat menjalin hubungan silaturahmi dan kekeluargaan yang baik yang nantinya dapat menguntungkan kedua belah pihak. Terkait objek dalam bisnis waralaba Tahu Q Kripsy yaitu brand serta fasilitas-fasilitasnya. Dalam penentuan harga brand lebih mahal daripada harga peralatannya. dikarenakan brand lebih di unggulkan daripada lain-lainnya sebab adanya brand sesuatu perusahaan atau usaha tersebut terkenal. dan masyarakat lebih percaya dengan adanya brand tersebut. Penjual dan pembeli dilarang melakukan kecurangan demi mendapatkan keuntungan yang besar dan mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak.

Objek Jual beli (Ma'qud alayh)

3. Pengertian Ma'qud alayh

Secara umum Ma'qud alayh ialah sesuatu yang dapat dikenali melalui sejumlah kriteria tertentu atau perkara yang menjadi tentu dengan ditentukan.

4. Hukum atas Ma'qud alayh

- a. Jika barang rusak semuanya sebelum diterima pembeli

- 4) Ma'qud alayh rusak dengan sendirinya atau rusak oleh penjual, jual beli batal.
 - 5) Ma'qud alayh rusak oleh pembeli, akad tidak batal dan pembeli harus membayar.
 - 6) Ma'qud alayh rusak oleh orang lain, jual beli tidaklah batal tetapi pembeli harus khayar antara membeli dan membatalkan.
- b. Jika barang rusak semuanya setelah diterima pembeli
- 2) Ma'qud alayh rusak dengan sendirinya atau rusak oleh penjual, pembeli atau orang lain, jual beli tidaklah batal sebab telah keluar dari tanggungan si penjual. Apabila yang merusak orang lain, maka tanggung jawabnya diserahkan kepada perusaknya.
 - 2) Jika Ma'qud alayh rusak oleh penjual
 - c) Jika pembeli telah memegangnya baik dengan seizin penjual atau tidak tetapi telah membayar harga penjual bertanggung jawab.
 - d) Jika penjual tidak mengizinkan untuk memegangnya dan harga belum diserahkan, akad batal.

Dengan demikian menurut analisa penulis, objek jual beli brand diperbolehkan dalam hukum Islam dalam menentukan harga telah diketahui oleh pihak mitra secara jelas dan sudah disepakati oleh kedua belah pihak

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari pembahasan pada bagian-bagian sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Jual beli yang ada di perusahaan waralaba Tahu Q Krispy tidak bertentangan dengan hukum Islam. perusahaan dalam melakukan transaksi jual beli sudah memenuhi rukun syarat jual beli yaitu ijab dan qabul, pembeli dan mitra dengan suka rela melakukan transaksi jual beli, sedangkan dari segi akad juga sudah memenuhi syarat dari jual beli itu sendiri yaitu adanya orang yang melakukan akad, yaitu penjual dan pembeli. Dalam ketentuan jual beli bersyarat juga sudah memenuhi ketentuan hukum Islam karena lebih banyak mendatangkan masalah daripada madharatnya.
2. Objek jual beli brand diperbolehkan dalam hukum Islam dalam menentukan harga brand dan peralatannya telah diketahui oleh pihak mitra secara jelas dan sudah disepakati oleh kedua belah pihak.

B. Saran

Setelah menyelesaikan tugas akhir ini, penulis mencoba mengemukakan saran yang penulis harapkan bisa bermanfaat bagi penulis sendiri khususnya dan bagi umat muslim secara umum. Adapun saran penulis sebagai berikut:

Diharapkan kepada penjual ataupun pembeli yang terjun dalam usaha bisnis atau jual beli hendaklah mengetahui, memahami dan mengamalkan aturan-aturan yang ada atau hukum-hukum Islam dalam bermuamalah sehingga terhindar dari segala bentuk yang tidak diinginkan oleh semua pihak seperti kecurangan yang berakibat merugikan salah satu pihak. Islam menganjurkan orang-orang dalam mencari harta dengan jalan yang benar dan menjauhi perkara yang dilarang oleh Allah. Karena orang yang melakukan dengan cara yang benar akan mendapat barokah dari Allah.



Daftar Pustaka

- Abdullah, Boedi. *Peradaban Pemikiran Ekonomi Islam*, Cet. 1. Bandung: Pustaka Setia, 2010.
- Abdullah, Ru'fah. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Akbar, Muhamamd Azwar Nur. "Bisnis Waralaba (*franchise*) dalam Pendekatan Sistem Ekonomi Islam," *Skripsi*, UIN Alaudin, 2013.
- Al-Bukhari, *Sahih Bukhari Jus II* (Damaskus: Dar al-Fikr, tt.
- Al-Fauzan, Saleh. *Mulakhasul Fiqhiyah*, Abdul Khayyi Al-Kahani, Terj, "Fiqh sehari-hari". Jakarta: Gema Insani Pers, Cet. Ke-1, 2005.
- Al-Husaini, Taqiyyudin Abi Bakr bin Muhammad al-Husaini. *Kifayah al-Akhyar, juz 1*. Surabaya: Syirkah Piramida, t.t.
- Anshori, Abdul Ghofur. *Hukum Perjanjian Islam di Indoneisa (konsep, regulasi, dan implementasi)*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2010.
- Arikunto, Suharsini. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Bumi Aksara, 2002.
- Asqalani, Imam Ahmad Ibn Hajar. *Musnad al-Imam Ahmad Ibn Hambal Juz VI*. Beirut: Darul Fikri, 1991.
- Az-Zuhaili, Wahabah. *al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, juz 5, 3304.
- Barkatullah, Abdul Halim dan Prasetyo, Teguh. *Hukum Islam Menjawab (Menjawab Tantangan Zaman yang Terus Berkembang)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2006.
- Basrowi, *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2008.
- Cahyani, Andi Intan. *Fiqh Muamalah* Cet. I. Makassar: Alauddin University Press, 2013.
- Capra, Muhammad Umer, *Al-Quran Menuju Sistem Ekonomi Moneter yang Adil*. Yogyakarta: Dana Bakti Prime Yasa, 1997.
- Chaundry, Muhammad Sharif Chaudry. *Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Kharisma Putra Utama, 2012.

- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Bandung: Media Fitrah Rabbani, 2012).
- Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* (Jakarta: CV. Kathoda, 2005).
- Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*.
- Departemen Agama RI, *al-Qur'an, dan Terjemahannya* (Depok: PT. Cahaya Qur'an, 1987).
- Dewi, Gemala Dewi. *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Djazuli, A. *Kaidah-kaidah Fikih: Kaidah-kaidah Hukum Islam dalam Menyelesaikan Masalah-masalah yang Praktis*. Cet. III; Jakarta: Kencana, 2010.
- Ed, Abdul Azis Dahlan. *Ensiklopedi Hukum Islam*, Jilid 3.
- Fathoni, Abdurrahmat. *Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2006.
- Fuady, Munir. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2012.
- Ghazali, Abdul Rahman Ghazaly, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: Prenada Media Group, 2010).
- Haroen, Nasrun Haroen, *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Gaya Media Pratama, 2000.
- Hasan, M. Ali. *Berbagai Macam Transaksi dalam Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Huda, Qomarul. *Fiqh Muamalah*. Yogyakarta: Teras, 2011.
- Karim, Adiwarmanto A. *Ekonomi Mikro Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.
- Khairi, Miftakhul. *Ensiklopedia Fiqh Muamalah dalam Pandangan Madzhab*. Yogyakarta: Maktabah Al-Hanif, 2014.
- Mansur. *Seluk Beluk Ekonomi Islam*, Cet 1. Salatiga: STAIN Salatiga Press, 2009.
- Marzuki, Peter Muhammad, . *Penelitian Hukum*. Jakarta: Prenada Media, 2005.

- Muhammad Yusuf,” Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (*franchise*) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam,” *Skripsi*, Universitas Sebelas Maret, 2009.
- Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung : Citra AdityaBakti, 2004.
- Musafa’ah, Suqiyah dkk. *Hukum Ekonomi dan Bisnis Islam*. Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press, 2013.
- Muslich, Ahmad Wardi. *FiqhMuamalat* (Jakarta: Amzah, 2010).
- Nasution, Mustafa Edwin. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*, Cet. 1. Jakarta: Kencana, 2007.
- Pasaribu, ChairumandanLubis, SuhrawardiK.*HukumPerjanjiandalam Islam*. Jakarta: 1996.
- Pinangkaan, Nelly. “Franchise,” dalam <http://nuonline/jurnal/> , (diakses pada 22 mei 2018, jam 23.30).
- Quthb, Sayyid. *Tafsir Fi Zhilalil Qur’an*, jilid 2, terj. As’adYasin, Abdul azisSalimBasyarakil, MuchthobHamzah, *Tafsir Fi Zhilalil Qur’an: DibawahNaungan Al-Qur’an*, jilid 2. Jakarta: Gema Insani, 2001.
- Rahman, Afzalur . *Doktrin Ekonomi Islam, Terj. Soeroyo*. Yogyakarta: Darn Bhakti Wakaf, 1995.
- Rokamah, Ridho. *Al- Qawa'id Al-Fiqhiyyah (Kaidah-kaidahPengembanganHukum Islam)*, Ponorogo: STAIN PO Press, 2015.
- rozalinda, *Ekonomi Islam (Teori dan Aplikasinya padaAktivitasEkonomi)*. Jakarta: raja Grafindo Persada,2015.
- Sahrani, Sohari. *Fikih Muamalah*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Sudarsono, *pokok-pokokHukum Islam* (Jakarta: RinekaCipta, 2001).
- Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonisia, 2002.
- Sugiyono, *MetodePenelitianKuantitatif, Kualitatifdan R&G* Bandung: Alfabeta, 2012.
- Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2002.

Islahi, A. A. *Konsepsi Ekonomi ibn Taymiyah*, Terj. H. Anshori Thayib. Surabaya: Bina Ilmu, 1997.

Sudarsono, Heri. *Konsep Ekonomi Islam* (Yogyakarta: Ekonisia, 2002).

Qardhawi, Yusuf . *Norma Dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani, 1997.

Abdullah, Ru'fah. *Fikih Muamalah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011).

Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahnya* ,83.

Evy Dita, “Tinjauan Hukum Islam terhadap perlindungan hak franchisor dalam perjanjian franchise di Tela Tela Fried Cassava Yogyakarta”, *Skripsi*, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2013.

