AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam, 6(2), 2026: 185-202
doi: 10.36701/al-khiyar.v6i1.3724

AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam

Journal homepage: **https://journal.stiba.ac.id/index.php/khiyar/index**

Dekonstruksi Akad *Musyārakah* pada Label Kerjasama Kemitraan: Studi Kasus terhadap Waralaba Teh Poci

Deconstructing the Musharaka Contract under Partnership Labels: a Study Case of Teh Poci Franchise

Maula Faizatul Husna

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Indonesia; Email: maulafaizatulhusna@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 05 September 2026
Revised: 10 November 2026
Accepted: 16 November 2026
Published: 16 November 2026

ABSTRACT

This research aims to deconstruct the contractual qualification of the Teh Poci franchise scheme, which is commonly presented as a manifestation of a *musharaka* partnership. Using a descriptive-analytical qualitative approach with normative-juridical, conceptual, and socio-legal perspectives, primary data were obtained through in-depth interviews with the management of the Teh Poci Partnership Office in Surabaya, East Java, and eight business partners, supplemented by written partnership agreements and Islamic commercial jurisprudence literature. The findings show that the scheme does not substantively satisfy the pillars and conditions of *musharaka*. The initial payment is more appropriately understood as consideration for equipment and raw-material packages rather than a joint capital contribution; no agreed profit sharing ratio is established; and risks relating to location, operating costs, labour, marketing, and failed sales are borne predominantly by the partners. The relationship is therefore better understood as a hybrid contract (*al-'uqūd al-murakkabah*) containing a bai' element for equipment and raw materials and an element of granting usage rights over the trademark, logo, recipes, and operating system, which may be qualified as ijārah insofar as the relevant contractual requirements are fulfilled. From *maqāsid al-syarī'ah* and socio-legal perspectives, the mismatch between the label and the substance may create unequal risk allocation, weaken the protection of property (*ḥifẓ al-māl*), and obscure Islamic financial literacy. The study recommends transparent disclosure of contractual qualifications, revenue sources, responsibilities, and risk allocation, alongside harmonization of franchise and partnership regulation with the KHES to strengthen justice and legal protection for partners and UMKM.

Keywords:
Contract deconstruction, partnerhip, Teh Poci franchise, socio-legal

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendekonstruksi kualifikasi akad pada skema waralaba Teh Poci yang secara umum dicitrakan sebagai manifestasi akad *musyārakah*. Menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis dengan perspektif yuridis-normatif, konseptual, dan *socio-legal*, data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan pihak manajemen Kantor Kemitraan Teh Poci Jawa Timur Wilayah Surabaya serta delapan mitra usaha, yang dilengkapi dengan dokumen perjanjian kemitraan dan literatur fikih muamalah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa skema tersebut secara substansial tidak memenuhi rukun dan syarat *musyārakah.* Pembayaran awal lebih tepat dipahami sebagai pembayaran atas paket peralatan dan bahan baku, bukan penyertaan modal bersama; tidak terdapat nisbah bagi hasil yang disepakati; dan risiko lokasi, biaya operasional, tenaga kerja, pemasaran, serta kegagalan penjualan lebih banyak ditanggung oleh mitra. Hubungan tersebut lebih tepat dipahami sebagai akad gabungan (*al-'uqūd al murakkaba*h) yang memuat unsur *bai'* atas peralatan dan bahan baku serta

unsur pemberian hak guna atas merek, logo, resep, dan sistem operasional yang dapat dikualifikasikan sebagai *ijārah* sepanjang memenuhi ketentuan akadnya. Ditinjau dari perspektif *maqāsid al-syarī'ah* dan *socio-legal*, ketidaksesuaian label dan substansi akad berpotensi menimbulkan ketimpangan alokasi risiko, melemahkan prinsip *ḥifẓ al-māl*, dan mengaburkan literasi keuangan syariah. Penelitian ini merekomendasikan transparansi kualifikasi akad, sumber pendapatan, pembagian tanggung jawab, dan pembebanan risiko, serta harmonisasi pengaturan waralaba atau kemitraan dengan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) guna memperkuat keadilan dan perlindungan hukum bagi mitra serta pelaku UMKM.

***How to cite*:**
Maula Faizatul Husna, "Dekonstruksi Akad Musyārakah pada Label Kerjasama Kemitraan: Studi Kasus terhadap Waralaba Teh Poci", *AL-KHIYAR: Jurnal Bidang Muamalah dan Ekonomi Islam* Vol. 6, No. 2 (2026): 133-150. doi: 10.36701/al-khiyar.v6i1.3724

PENDAHULUAN

Dalam kerangka hukum Islam, aktivitas muamalah memiliki peran penting guna memfasilitasi masyarakat muslim untuk terus berinovasi dan mengembangkan usaha sesuai dinamika perkembangan zaman. Perkembangan ini memicu lahirnya berbagai gagasan bisnis baru dengan beragam mekanisme dan strategi pemasaran untuk memperluas jangkauan usahanya.[1] Salah satu bentuk konkretnya dapat diamati pada pertumbuhan sektor industri makanan dan minuman (*food and beverage*) ritel di Indonesia melalui skema kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*).[2] Skema kerjasama ini memberikan berbagai keuntungan, seperti penggunaan merek dagang terkemuka, sistem operasional terstandar, hingga bantuan pemasaran periodik guna memperluas skala usaha.[3]

Popularitas skema kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*) didorong oleh kemampuannya untuk menekan risiko kegagalan usaha baru secara efisien. Di samping itu, skema kerjasama ini dinilai dapat memberikan kemanfaatan timbal balik bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam suatu kegiatan usaha.[4] Dengan adanya hubungan kemitraan, pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dapat memperluas skala bisnis dalam jangkauan pasar secara cepat dan efisien. Sementara, pihak penerima waralaba (*franchisee*) dapat memperoleh kepastian bisnis dengan adanya penggunaan merek dagang bereputasi, pendampingan operasional, hingga pelatihan. Sebagai kompensasinya, pihak penerima waralaba (*franchisee*) tersebut berkewajiban untuk membayar biaya (modal) pada awal kerjasama dan royalty berkala sebagaimana telah diatur dalam kesepakatan tertulis.[5]

[1] Norhayati, "Analisis Yuridis Perjanjian Kerjasama Waralaba Dengan Mitra Usaha Es Teh Anak Negeri Menurut Hukum Positif Dan Hukum Islam," *Indonesian Journal of Islamic Jurisprudence,Economic and Legal Theory (IJIJEL)* 1, no. 3 (Desember 2023): h. 517, https://doi.org/10.62976/ijijel.v1i3.87.

[2] Desy Amiliyah and Abdul Halim, "A Sharia Economic Law Analysis of Franchising in The Poci Tea Sales Business on Bawean Island," *COSTING: Journal of Economic, Business, and Accounting* 9, no. 3 (Juni 2026): h. 610, https://doi.org/10.31539/mdrqek33.

[3] Aldi Cahyo Prayogo et al., "Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Wedrink Di Indonesia," *JERBUM: Journal of Economic Research and Business Management* 1, no. 2 (Desember 2024): h. 135.

[4] Achmad Tarmidzi Anas and Ahmad Andry Budianto, "Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam," *ANAYASA: (Journal of Legal Studies)* 1, no. 1 (Juli 2023): h. 2, https://doi.org/10.61397/ays.v1i1.2.

[5] Revania Putri Ramadhani et al, "Analisis Fikih Muamalah Terhadap Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) Di Indonesia: Kajian Akad, Royalti, Dan Lisensi Merek," *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 5, no. 3 (Juli 2026): h. 269, https://doi.org/10.30640/inisiatif.v5i3.6737.

Salah satu entitas bisnis yang merepresentasikan dinamika skema kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*) pada sektor industri makanan dan minuman (*food and beverage*) ritel di Indonesia adalah *franchise* minuman Teh Poci. Bisnis ini berada di naungan PT. Gunung Slamat, bagian dari produsen teh nasional legendaris yang dirintis oleh keluarga Sosrodjojo sejak tahun 1953.[6] Dengan rekam jejak panjang dalam mengelola merek dagang terkemuka, seperti Teh Cap Botol hingga Teh Cap Poci, serta dukungan pasokan bahan baku utama dari perkebunan mandiri, perusahaan ini mengoptimalkan reputasi merek dagangnya dengan menawarkan skema komersial yang dipasarkan kepada masyarakat dengan sebutan kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*).

Pada diskursus hukum ekonomi syariah, kualifikasi hukum atas penggunaan istilah kemitraan dalam skema bisnis waralaba (*franchise*) ini masih menyisakan ruang perdebatan.[7] Terdapat kecenderungan umum untuk menyepadankan skema kerjasama ini sebagai manifestasi dari akad *musyārakah* atau *syirkah*, yang mana hal tersebut bertumpu pada asumsi bahwa setiap kerjasama bisnis yang melibatkan 2 (dua) pihak atau lebih, alokasi modal, serta penggabungan sumber daya. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Farhan Putra Pratama et.al, para ulama kontemporer masih terus mengkaji apakah hubungan antara pihak pemberi dan penerima waralaba lebih tepat dikategorikan sebagai murni akad kerjasama (*musyārakah* atau *syirkah*), akad jual beli (*bai'*), akad sewa-menyewa (*ijārah*), atau akad muamalah kontemporer lainnya. Di samping kualifikasi akad, sistem pemungutan biaya royalty secara berkala juga memicu pertanyaan akademis terkait dasar hukum pemberian imbalan atas pemanfaatan sistem bisnis dan Hak Kekayaan Intelektual.[8]

Dalam konteks pembaharuan hukum ekonomi syariah, pendekatan dekonstruksi dapat menjadi sarana krusial dalam melakukan pembacaan ulang dan menafsirkan kembali terhadap konsepsi akad. Penting untuk dipahami bahwa dekontruksi dalam kajian ini bukanlah sebagai upaya untuk membongkar total, melainkan sebuah analisis kritis guna merekontruksi pemahaman akad agar selaras dengan dinamika bisnis modern tanpa mengabaikan prinsip-prinsip syariah.[9] Pendekatan ini digunakan untuk mendeteksi kontradiksi internal, menguji konsistensi antara klausa-klausa perjanjian dengan doktrin fikih, serta menguliti jurang pemisah antara bentuk formalitas hukum dan realitas substansi ekonomi.

Berkaitan dengan hal tersebut, penelitian ini diposisikan untuk menguji kesesuaian antara label akad yang digunakan dalam skema kerjasama kemitraan Teh Poci dengan substansi hubungan hukum dan transaksi yang sebenarnya berlangsung. Dalam hal ini dekonstruksi tidak dimaksudkan untuk membatalkan transaksi secara keseluruhan atau menyatakan bahwa praktik kemitraan tersebut tidak sah secara hukum Islam, melainkan diarahkan untuk mengidentifikasi ketidaksesuaian antara istilah *musyārakah* atau *syirkah* yang digunakan dalam mekanisme pembayaran, kepemilikan aset, pembagian keuntungan, hingga pertanggungjawaban atas risiko para pihak. Melalui

[6] PT. Gunung Slamat, "Overview of PT. Gunung Slamat" dalam https://www.gunungslamat.com/home/index.php diakses 10 Agustus 2026.

[7] Ramadhani et al, "Analisis Fikih Muamalah", h. 269.

[8] Farhan Putra Pratama et al., "Leasing Dan Waralaba Dalam Hukum Syariah Di Era Digital: Konsep Ijarah Dalam Leasing Syariah Serta Franchise Halal Dan Regulasi Bisnis Waralaba," *Legalitas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 10, no. 2 (Desember 2025): h. 144, https://doi.org/10.31293/lg.v10i2.8683.

[9] Ainil Fhadilah, "Mengkonstruksi Makna Akad Dalam Produk Digital Bank Syariah: Analisis Fikih Kontemporer," *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah* 7, no. 2 (September 2025): h. 166, https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i2.1089.

prosses tersebut, penelitian ini melakukan rekualifikasi terhadap akad yang digunakan dan menilai apakah hubungan hukum pada akad kerjasama tersebut lebih tepat dipahami sebagai akad jual beli, sewa menyewa, atau multi-akad.

Kajian mengenai konseptualisasi akad kerjasama (*musyārakah* atau *syirkah*) serta implementasinya dalam skema bisnis kontemporer, khususnya pada kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*) telah menjadi fokus perhatian para akademisi hingga praktisi dalam bidang fikih muamalah kontemporer. Perkembangan skema kerjasama kemitraan ini memerlukan penelusuran kritis untuk memastikan apakah substansi hubungan hukum yang terjadi murni sebagai manifestasi dari akad *musyārakah* atau *syirkah*, atau sebuah periklanan jual beli paket usaha dan lisensi merek dagang atas suatu produk.

Pada riset terkait praktik waralaba yang terjadi di Indonesia, Achmad Tarmidzi Anas dan Ahmad Andry Budianto menguraikan dasar-dasar bisnis waralaba dalam perspektif hukum ekonomi syariah dengan menekankan bahwa setiap bentuk perikatan wajib memenuhi asas keadilan, kejelasan objek, serta keterbukaan antara pihak pemberi (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).[10] Secara lebih spesifik pada aspek usaha sejenis, Norhayati menganalisis perjanjian kerjasama waralaba mitra usaha dari produk Es Teh Anak Negeri menggunakan sudut pandang hukum positif dan hukum Islam, yang menyoroti adanya potensi ketimpangan klausul perjanjian antara pemilik merek dagang dan mitra usaha.[11] Selanjutnya, penelitian yang berfokus pada objek sejenis dilakukan oleh Desy Amiliyah dan Abdul Halim mengenai analisis hukum ekonomi syariah terhadap waralaba Teh Poci di Pulau Bawean. Penelitian tersebut menganalisis praktik operasional jual beli paket usaha dan pasokan bahan baku dari produk Teh Poci, namun belum membedah secara mendalam terkait struktur dekonstruksi akad *musyarakah* atau *syirkah*.[12]

Disamping itu, dalam kerangka analisis kontruksi akad, lisensi, dan Hak Kekayaan Intelektual (HKI) pada bisnis waralaba, Revania Putri Ramadhani, Siti Kulsumiati, dan Syaeful Bahri menerangkan bahwa sebagian besar waralaba di Indonesia pada hakikatnya bertumpu pada akad jual beli (*bai'*) peralatan dan lisensi pemanfaatan merek dagang, bukan pembagian modal usaha.[13] Hal ini diperkuat oleh Farhan Putra Pratama, Mahfud Fadli, Kustiana, dan Jefik Zulfikar Hafizd yang mengkaji bahwasannya waralaba dalam syariah dijalankan melalui konsep sewa menyewa (*ijārah*), yang menjadikan hubungan bisnis tersebut kerap kali lebih dekat dengan sewa manfaat atau dalam hal ini adalah merek dagang.[14] Siti Walida Mustamin dalam penelitiannya menjelaskan bahwa merek dagang yang dimaksud merupakan aset tak berwujud (*māl gairu al-maddi*) serta hak atas inovasi (*haqq al-ibtikār*) yang dilindungi oleh syariat melalui prinsip *ḥifẓ al-māl* dan *maqāsid al-syarī'ah*.[15] Pemikiran ini dapat mempertegas bahwa hak atas merek dagang Teh Poci yang dimanfaatkan oleh pihak mitra (*franchisee*) merupakan objek lisensi, bukan bentuk dari penyertaan modal sebagai dimaksud dalam ketentuan dari akad *musyārakah* atau *syirkah*.

Selanjutnya, perihal dekonstruksi dan rekonstruksi makna akad dalam hukum ekonomi syariah, Ainil Fhadilah mengkaji proses mengkonstruksi makna akad pada

[10] Anas and Budianto, "Analisis Bisnis Waralaba," h. 7.
[11] Norhayati, "Analisis Yuridis Perjanjian," h. 523.
[12] Amiliyah and Halim, "A Sharia Economic," h. 616.
[13] Ramadhani et al, "Analisis Fikih Muamalah," h. 278.
[14] Pratama et al, "Leasing Dan Waralaba," h. 144.
[15] Siti Walida Mustamin, "Konsep Penggunaan Dan Perlindungan Merek Dagang Dalam Perspektif Fiqh Kontemporer Dan Maqāṣid Al-Syarī'Ah," *AL-QANUN: Kajian Syariah Dan Hukum Islam* 01, no. 01 (Februari 2025): h. 53.

produk keuangan atau bisnis modern melalui analisis fikih kontemporer. Penelitian tersebut menggaris bawahi pentingnya menyelaraskan antara substansi hukum dengan bentuk formal akad agar tidak terjadi kekeliruan dalam penamaan akad yang digunakan.[16] Berkaitan dengan riset tersebut, May Laylatul Istiqomah menawarkan kerangka rekonstruksi hukum ekonomi syariah berbasis *maqāsid al-syarī'ah* untuk menilai keabsahan dan keadilan dalam sebuah perikatan bisnis modern, sehingga akad yang tidak sesuai dengan hakikatnya dapat dikoreksi demi menegakkan kemaslahatan dan keadilan bagi para pihak.[17]

Berdasar pada beberapa literatur sebagaimana diuraikan sebelumnya, penelitian ini mengambil posisi untuk memfokuskan analisis pada 3 (tiga) permasalahan utama, yaitu terkait struktur operasional dan mekanisme skema kerjasama kemitraan Teh Poci, kesesuaian antara penggunaan label kemitraan dengan esensi akad *musyārakah* melalui analisis kritikal pada praktik kerjasama tersebut, serta tinjauan skema kerjasama kemitraan Teh Poci dalam perspektif *maqāsid al-syarī'ah* beserta implikasi *socio-legal*. Sejalan dengan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan struktur operasional dan mekanisme kerjasama pada kemitraan Teh Poci khususnya di wilayah Surabaya, menganalisis kesesuaian penggunaan label kemitraan dengan rukun dan syarat akad, serta mengidentifikasi kualifikasi akad dan mengetahui implikasinya terhadap keadilan dan perlindungan para pihak dalam perspektif *maqāsid al-syarī'ah* dan *socio-legal*. Penelitian ini tidak hanya dapat dijadikan sebagai bahan literasi untuk penelitian berikutnya, namun diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah dalam pengembangan pemikiran hukum ekonomi syariah melalui dekonstruksi akad dan perlindungan mitra usaha, sekaligus merumuskan rekomendasi bagi praktisi bisnis guna menciptakan ekosistem kerjasama kemitraan yang adil, transparan, dan sesuai dengan prinsip perikatan syariah.

Lebih lanjut, penelitian hukum empiris ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif-analitis yang dipadukan dengan analisis yuridis-normatif, yang dalam hal ini dipilih karena tujuan penelitian berfokus pada pengamatan fakta hukum di lapangan serta telaah dokumen perjanjian untuk menguji kesesuaian fakta perikatan pada waralaba Teh Poci di Surabaya, Jawa Timur dengan menggunakan prinsip akad *musyārakah*. Pendekatan yang mencakup pendekatan konseptual dipilih untuk mengkaji konsep dasar akad dan kaidah pertanggungan risiko kerugian, serta pendekatan *socio-legal* untuk menganalisis realitas operasional antara pihak pemberi dan penerima waralaba. Data penelitian bersumber dari data primer berupa hasil wawancara dengan pihak manajemen kantor kemitraan Teh Poci Jawa Timur wilayah Surabaya dan 8 mitra, naskah Perjanjian Kerjasama Kemitraan Teh Poci, situs resmi PT. Gunung Slamat, serta beberapa regulasi terkait. Kemudian, disandingkan dengan data sekunder berupa literatur fikih muamalah kontemporer, buku teks, dan karya ilmiah lain yang relevan. Pengumpulan data dilakukan secara terstruktur melalui studi kepustakaan, dokumentasi, serta wawancara guna menggali fakta perjanjian, kontribusi modal usaha, serta pola pengelolaan usaha. Lebih lanjut, seluruh data dianalisis menggunakan teknis analisis kualitatif deskriptif dengan pendekatan dekonstruktif untuk mengidentifikasi label dan konstruksi akad yang digunakan, memetakan mekanisme pembayaran, kepemilikan aset, pembagian keuntungan, penggunaan merek dagang, hingga penanggungan risiko, lalu temuan dari

[16] Fhadilah, "Mengkonstruksi Makna Akad," h. 173.

[17] May Laylatul Istiqomah, "Rekonstruksi Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Maqashid Al-Shari'ah," *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (Mei 2025): h. 8, https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v3i1.125.

data empiris tersebut dibandingkan dengan rukun dan syarat akad *musyārakah* atau *syirkah,* kemudian mengidentifikasi kontradiksi antara label akad dan substansi hubungan hukum, serta merumuskan kualifikasi akad yang tepat dan menganalisis implikasinya terhadap keadilan dan perlindungan para pihak.

PEMBAHASAN

Struktur Operasional dan Mekanisme Skema Kerjasama Kemitraan Teh Poci

Mengacu pada perspektif hukum Islam, skema bisnis modern termasuk kerjasama kemitraan atau waralaba (*franchise*) dapat dievaluasi berdasarkan prinsip-prinsip dan nilai dasar muamalah, meskipun tidak ada hukum khusus yang secara spesifik mengatur terkait skema bisnis tersebut. Konsep-konsep umum dalam syariah dapat memberikan panduan komperhensif dalam menilai kehalalan, kepatuhan, serta keadilan pada praktik bisnis yang terjadi di era kontemporer ini.[18] Ketepatan kenetapan kualifikasi hukum Islam terhadap skema bisnis ini memerlukan pemahaman yang mendalam perihal mekanisme operasional, substansi hak dan kewajiban para pihak, hingga mekanisme aliran dana dalam sebuah kerjasama kemitraan.[19]

Uraian mengenai struktur operasional dan mekanisme kerjasama dalam pembahasan ini merupakan tahap awal dari proses dekonstruksi akad. Penelitian tidak secara langsung menerima label kemitraan atau akad *musyārakah* yang digunakan, melainkan terlebih dahulu membedah struktur hubungan hukum berdasarkan data konkrit yang didapatkan dari para pihak. Adapun aspek yang dianalisis meliputi sumber pendapatan pemberi waralaba, status kepemilikan asset, pola pembagian keuntungan, kewajiban pembelian bahan baku, penggunaan merek dagang, serta mekanisme penanggungan risiko.

Berdasarkan pada informasi yang didapatkan melalui wawancara mendalam (*in depth interview*) bersama dengan pihak Devisi Survei Kantor Kemitraan Teh Poci Jawa Timur Wilayah Surabaya mengonfirmasi bahwasannya pihak pengelola merek Teh Poci membuka peluang usaha bagi masyarakat umum melalui penawaran berbagai jenis paket usaha yang bernilai konstan, dengan kisaran harga antara Rp.5.000.000 (lima juta rupiah) hingga Rp.20.000.000 (dua puluh juta rupiah) yang disesuaikan dengan tipe gerobak serta fasilitas yang diminati. Lebih lanjut, pihaknya juga menginformasikan bahwa calon mitra (*franchisee*) harus melalui serangkaian tahapan prosedural sebelum dapat secara resmi mengoperasikan gerai Teh Pocinya. Praktik waralaba ini diawali dengan pengisian formulir pendaftaran, verifikasi lokasi serta kelayakan administrasi, hingga pelunasan pembayaran paket usaha secara tunai yang bersifat tidak bisa ditarik kembali (*non-refundable*). Penandatanganan perjanjian tertulis dilakukan setelah kewajiban pembayaran selesai dilakukan oleh calon mitra. Dengan adanya pelunasan tersebut, pihak mitra secara hukum memperoleh hak kepeilikan atas hak milik atas unit gerobak (*booth*), mesin penyegel gelas (*cup sealer*), peralatan pembuatan teh, media promosi, serta stok bahan baku berupa teh lengkap dengan beberapa varian rasa tambahan serta gelas plastik berlogo resmi dari Teh Poci.[20]

Sistem operasional Teh Poci memiliki karakteristik khusus di mana pihak mitra (*franchisee*) diberikan kebebasan penuh dalam mengelola *outlet* dan mendapatkan 100% (seratus persen) keuntungan ritel tanpa adanya pemotongan biaya royalti (*royalty fee*)

[18] Anas and Budianto, "Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam," h. 6.
[19] Pratama et al., "Leasing Dan Waralaba," h. 141.
[20] Huda, "Syarat Dan Ketentuan Calon Mitra" (Sidoarjo: Wawancara Pribadi, 2022).

yang dibayarkan secara berkala kepada pihak pemberi waralaba (*franchisor*). Selain tidak adanya pemotongan biaya royalti (*royalty fee*), kemitraan ini juga tidak mengenakan adanya biaya perpanjangan kontrak yang dibebankan kepada mitranya. Berdasarkan penelusuran dokumen dan wawancara bersama dengan perwakilan dari Kantor Kemitraan Teh Poci Jawa Timur Wilayah Surabaya serta para mitra, kesepakatan kerjasama diawali dengan perjanjian tertulis berjangka waktu 1 (satu) tahun sebagai masa evaluasi operasional. Apabila kinerja operasional gerai selama periode tersebut dinilai baik, maka kerjasama kemitraan akan secara otomatis berlanjut untuk periode seterusnya tanpa kewajiban membayarkan biaya lisensi tambahan kepada pihak pemberi waralaba (*franchisor*).[21]

Di samping itu, kebebasan opersional ini diimbangi dengan kewajiban yang terikat sebagai syarat *muqayyid*, di mana pihak mitra (*franchisee*) diwajibkan untuk melakukan pembelian seluruh bahan baku utama yakni teh lengkap dengan beberapa varian rasa tambahan serta gelas plastik berlogo resmi dari Teh Poci secara berkelanjutan dari kantor pelayanan atau distributor resmi pengelola merek dagang Teh Poci. Dalam realitas operasionalnya, salah satu mitra menginformasikan bahwasannya rata-rata penjualan harian tiap mitra mencapai 100 (seratus) gelas per hari, di mana sekitar 30% hingga 40% dari total pendapatan harian tersebut dialokasikan kembali secara berkala tiap 1-2 minggu oleh pihak mitra untuk membeli ulang stok bahan baku utama kepada distributor.[22] Apabila pihak penerima waralaba tidak lagi aktif beroperasi, maka hak milik atas peralatan tetap berada pada pihak tersebut, namun atribut dan logo merek Teh Poci wajib dihilangkan.

Dengan demikian, keuntungan yang didapatkan oleh pengelola pusat Teh Poci tidak diperoleh dari bagian laba operasional yang dijalankan oleh masing-masing *outlet*, melainkan diekstraksi dari margin penjualan paket kerjasama di awal akad serta penjualan bahan baku yang dikirimkan kepada penerima waralaba secara berkala. Realitas ini menunjukkan adanya indikasi awal bahwa hubungan kerjasama tersebut tidak berjalan sebagai bentuk perserikatan modal dan usaha, melainkan sebagai hubungan transaksi antara penjual dan pembeli yang disertai dengan pemberian hak guna atas suatu merek dagang.

Lebih lanjut, aspek krusial lain dalam struktur perjanjian kerjasama walaraba Teh Poci terletak pada skema penanggungjawab risiko kerugian. Berdasarkan temuan empiris melalui wawancara bersama para mitra, seluruh kerugian operasional maupun finansial yang dialami oleh mitra sepenuhnya ditanggung mandiri oleh pihak mitra. Sejak pelunasan paket usaha dan penandatanganan perjanjian di awal, pihak pemberi waralaba (*franchisor*) tidak memberikan intervensi maupun kompensasi apa pun terhadap dinamika naik-turunnya pendapatan gerai.[23] Tidak adanya mekanisme pembagian kerugian dari pihak pemberi waralaba (*franchisor*) menandakan bahwa transfer risiko terjadi secara mutlak kepada mitra setelah fasilitas paket usaha dan bahan baku diserahterimakan di awal akad.

[21] Musi (Perwakilan dari Kantor Kemitraan Teh Poci Jawa Timur Wilayah Surabaya) et al., "Perjanjian Kerjasama Antara Pihak Pemberi Dan Penerima Waralaba" (Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022). Keterangan serupa juga dikonfirmasi dan divalidasi oleh 8 (delapan) responden atau mitra Teh Poci lainnya yang berada di wilayah Surabaya dan Sidoarjo, Jawa Timur.

[22] Rohmat (Pemilik Gerai Teh Poci yang beralamat di Jln. Jenderal S. Parman No. VA, Waru, Sidoarjo), "Mekanisme Bagi Hasil Kerjasama Kemitraan Teh Poci" (Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022).

[23] Rohmat et al., "Penanggungjawab Kerugian Pada Waralaba Teh Poci" (Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022). Keterangan serupa juga dikonfirmasi dan divalidasi oleh 7 (tujuh) responden atau mitra Teh Poci lainnya yang berada di wilayah Surabaya dan Sidoarjo, Jawa Timur.

Antara Label Kemitraan dan Esensi *Syirkah*: Analisis Kritis pada Skema Kerjasama Kemitraan Teh Poci

Secara kontekstual, skema kemitraan idealnya terbentuk sebagai wujud kolaborasi antara pelaku usaha berskala besar dengan UMKM yang berlandaskan pada prinsip saling membutuhkan, memperkuat, dan menguntungkan. Adanya kerangka regulasi kemitraan dalam hal ini bertujuan untuk menjamin keadilan hubungan bisnis serta mempercepat peningkatan kapasitas UMKM melalui alih teknologi, memperluas akses pasar, serta pelatihan berkelanjutan.[24]

Isu utama dalam skema kemitraan Teh Poci bukan hanya terletak pada ketidaksesuaian antara praktik usaha dan rukun akad, tetapi juga pada proses konstruksi hubungan tersebut sebagai kemitraan atau waralaba. Secara pemaknaan, istilah kemitraan dibangun melalui penawaran paket usaha, pemberian akses terhadap merek dan sistem operasional, kebebasan mitra dalam mengelola gerai, serta pemberian hak kepada mitra untuk memperoleh keuntungan dari hasil penjualan produk.[25] Unsur-unsur tersebut dapat menciptakan persepsi bahwa calon mitra terlebih dahulu menyertakan modalnya dalam suatu usaha bersama, bukan membeli aset atau memperoleh hak guna atas suatu merek dagang.

Namun, apabila hubungan tersebut dibaca berdasarkan aliran nilai dan distribusi risiko, konstruksinya menunjukkan karakter yang berbeda. Dalam konteks waralaba, asas keadilan kontraktual sangat penting karena pihak penerima waralaba, yang dalam hal ini adalah UMKM tidak jarang memiliki tawaran posisi yang lebih lemah dibandingkan dengan pihak pemberi waralaba.[26] Pada skema hukum kontrak di Indonesia, keadilan dalam sebuah kerjasama kemitraan mulai dari keseimbangan kewajiban finansial antar pihak hingga kesempatan negosiasi yang setara guna meminimalisir terjadinya perlindungan hukum yang merugikan salah satu pihak.[27] Di sisi lain, keabsahan hubungan kontraktual ini juga mencakup tuntutan pemenuhan kapasitas hukum para pihak yang terlibat serta kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku, khususnya mencakup aspek hak kekayaan intelektual dan hukum persaingan usaha.[28]

Berdasar pada hal tersebut, skema kemitraan Teh Poci perlu dianalisis berdasarkan prinsip *syirkah,* karena label kemitraan yang digunakan mengandung klaim adanya hubungan perserikatan usaha. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Asyari, apabila ditinjau dari karakteristik serta ragam bentuk *syirkah,* struktur operasional waralaba pada dasarnya merepresentasikan skema kerjasama yang sesuai dengan prinsip akad *syirkah*. Di mana pihak pemberi waralaba menyertakan kontribusi berupa hak kekayaan intelektual berupa merek, logo, dan reputasi bisnis, sedangkan pihak mitra

[24] Heru Wardoyo, "Rekonstruksi Perlindungan Hukum UMKM Dalam Hubungan Bisnis Dengan Korporasi," *Jurnal Serambi Hukum* 19, no. 01 (Februari 2026): h. 547, https://doi.org/10.59582/sh.v19i01.1522.

[25] Ramadhani et al, "Analisis Fikih Muamalah," h. 271.

[26] Daniela Rica Bairam, "Analisis Yuridis Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Keadilan Kontraktual Di Indonesia," *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (Juni 2026): h. 94, https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v5i1.595.

[27] Moh. Adam Sugiono, Sayyidah Dewi Hasanah, and Sumriyah, "Analisis Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata," *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (Desember 2023): h. 1086, https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.463.

[28] Sugiono et al, " Analisis Aspek Hukum ," h. 1085.

memberikan kontribusi berupa tenaga serta pengelolaan operasional untuk memasarkan produk atau layanan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.[29]

Secara etimologis, *syirkah* mengandung makna persekutuan atau berbagi, yang mana dalam doktrin hukum Islam, *syirkah* atau *musyārakah* merupakan instrumen perikatan muamalah yang melibatkan 2 (dua) pihak atau lebih untuk menjalankan usaha bersama berlandaskan prinsip kejujuran, keadilan, kesepakatan bersama, serta saling menguntungkan.[30] Kualifikasi konseptual ini memiliki akar historis yang kuat dengan praktik muamalah pada era Rasulullah saw. di mana kerjasama perdagangan dijalankan atas dasar kepercayaan (*amanah*), serta pembagian keuntungan secara proporsional dan berkeadilan.[31] Pada lanskap fikih muamalah kontemporer, Wahbah az-Zuḥayli menegaskan bahwa konsep *syirkah* memiliki relevansi yang strategis dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), khususnya pada skema kerjasama kemitraan berbasis bagi hasil hadir sebagai solusi atas keterbatasan modal melalui penanggungan risiko dan keuntungan secara adil. Konsep perserikatan ini dijiwai oleh semangat saling membantu (*ta'āwun*) dan mengikat para pihak untuk menjalankan usaha bersama yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.[32]

Walaupun secara fikih ketetapan hukum akad *musyārakah* atau *syirkah* memiliki keragaman penafsiran lintas mazhab, seluruh ulama sepakat bahwasannya esensi utama dari perserikatan ini berakar pada transparansi tata kelola serta keseimbangan dalam pembagian keuntungan dan penanggungan risiko.[33] Namun demikian, temuan empiris atas praktik kemitraan Teh Poci di lapangan menunjukkan ketidaksesuaian mendasar dengan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* serta kaidah-kaidah fundamental lainnya dalam fikih *muamalah*.

Ketidaksesuaian pertama terletak pada kualifikasi modal. Ketentuan modal (*ra's al-māl*) dalam akad *syirkah* mensyaratkan kriteria yang jelas, baik berupa uang tunai (*nuqūd*) maupun barang atau aset (‘*urūḍ*) yang nilainya dihitung secara pasti (*qīmah al-*‘*urūḍ*) pada saat akad berlangsung.[34] Apabila disandingkan dengan substansi hukum akad *syirkah,* fakta hasil wawancara dengan pihak Devisi Survei Kantor Kemitraan Teh Poci Jawa Timur Wilayah Surabaya justru menunjukkan kontradiksi yang nyata. Ketentuan bahwa calon mitra harus terlebih dahulu membayar paket usaha yang dipilih dengan nominal sebesar Rp.5.000.000 (lima juta rupiah) hingga Rp.20.000.000 (dua puluh juta rupiah) kepada pemberi waralaba (*franchisor*).[35] Secara hukum menunjukkan bahwa transaksi tersebut bukan merupakan ikatan penyertaan modal bersama (*ra's al-māl*) untuk mengelola unit bisnis kolektif, melainkan pembayaran harga (*ṡaman*) atas aset jual beli yang kepemilikannya langsung berpindah secara mutlak (*milkuttām*). Dana tersebut pada hakikatnya merupakan pembayaran atas transaksi jual beli putus untuk akuisisi aset fisik berupa unit gerobak (*booth*), mesin penyegel gelas (*cup sealer*), serta perlengkapan

[29] Asyari, “Bisnis Waralaba (Franchise): Studi Pendekatan Hybrid Contract Dalam Tinjauan Hukum Bisnis Islam,” *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 4, no. 4 (Oktober 2026): h. 388, https://doi.org/10.5281/zenodo.23638263.

[30] Miftahurohman et al, “Penerapan Syirkah Dan Ziro’ah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah,” *Al-Imtiyaz: Journal of Holistic Education* 1, no. 2 (Juli 2025): h. 26.

[31] Ramadhani et al, “Analisis Fikih Muamalah,” h. 273.

[32] Syukri M. Yusuf, “Pemikiran Wahbah Az-Zuhaili Tentang Akad Syirkah: Relevansi Dengan Perkembangan Ekonomi Syariah Kontemporer,” *SYARIAH: Journal of Islamic Law* 7, no. 1 (Juni 2025): h. 30, https://doi.org/10.55721/nc99ph74.

[33] Miftahurohman et al, “Penerapan Syirkah,” h. 28.

[34] H. Muhammad Yazid, *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*, Cetakan I, (Surabaya: Imtiyaz, 2017), h. 207.

[35] Huda, “Syarat Dan Ketentuan Calon Mitra” (Sidoarjo: Wawancara Pribadi, 2022).

produksi lainnya. Begitu pelunasan dilakukan, hak kepemilikan atas aset fisik tersebut berpindah secara mutlak menjadi milik mitra (*franchisee*).

Ketidaksesuaian kedua ditemukan pada ketiadaan pembagian keuntungan. Mengingat adanya kemungkinan perbedaan porsi kontribusi kerja yang menyebabkan salah satu pihak menanggung beban operasional lebih besar, mekanisme pembagian keuntungan di dasarkan pada persentase penyertaan modal atau kesepakatan bersama dari para pihak yang terlibat.[36] Hal tersebut telah dikuatkan dalam ketentuan Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* bahwa salah satu rukun mutlak dalam akad *musyārakah* adalah penetapan *nisbah* bagi hasil yang dinyatakan dalam bentuk persentase dari hasil usaha bersama, bukan dalam bentuk nominal pasti maupun alokasi laba secara sepihak.[37] Mengingat keuntungan merupakan objek akad (*ma'qūd 'alaihi*) yang wajib diketahui secara pasti (*ma'lūm*) guna menghindarkan transaksi dari unsur gharar.[38] Namun, dalam skema kerjasama kemitraan Teh Poci tidak mengenal sistem *nisbah* bagi hasil dari omzet maupun laba yang diperoleh dari hasil penjualan tiap mitranya. Pihak pemberi waralaba juga tidak mengenakan adanya pemotongan *royalty fee* dan membiarkan mitra untuk mengantongi 100% (seratus persen) keuntungan dari hasil penjualan produk. Sebaliknya, pihak pemberi waralaba (*franchisor*) memperoleh aliran pendapatan murni dari pembelian paket peralatan di awal kesepakatan serta penjualan pasokan bahan baku secara terikat sebesar kurang lebih 30% hingga 40% dari omzet harian mitra.[39] Ketiadaan rukun *nisbah* bagi hasil usaha ini secara eksplisit telah menggugurkan kualifikasi akad *musyārakah* secara hukum.

Di samping itu, perihal mekanisme penanggungjawab risiko kerugian merupakan salah satu hal mendasar dalam skema akad *musyārakah* atau *syirkah*. Dalam fikih muamalah secara tegas telah mensyaratkan bahwa perihal kerugian finansial wajib ditanggung bersama secara proporsional berdasarkan pada besarnya penyertaan modal oleh masing-masing *'aqidaini*.[40] Hal tersebut juga telah diterangkan secara eksplisit dalam Fatwa DSN-MUI No.114/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad *Syirkah* bahwasannya kerugian finansial dalam sebuah usaha perserikatan wajib ditanggung bersama secara proporsional sesuai dengan porsi modal masing-masing pihak, selama kerugian tersebut bukan akibat dari kelalaian atau pelanggaran pihak pengelola atau penerima waralaba.[41] Prinsip ini sejalan dengan kaidah *al-gunmu bil gunmi* yang menegaskan bahwa hak mendapatkan keuntungan muncul bersamaan dengan kewajiban menanggung risiko kerugian.

Landasan ini sejalan dengan standar intenasional yang telah dirumuskan oleh *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institution* (AAOIFI) dan *Islamic Financial Services Board* (IFSB) yang menekankan pentingnya transparansi tata kelola serta perlindungan terhadap prinsip pembagian risiko (*risk sharing*) dalam perikatan berbasis kemitraan. Tanpa adanya kerangka tata kelola dan regulasi yang kokoh, praktik yang mengatasnamakan kemitraan berisiko mengalami penyimpangan menjadi pengalihan risiko (*risk transfer*) secara sepihak. Hal tersebut secara terang

[36] Fatmah, *Kontrak Bisnis Syariah* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), h. 192.

[37] Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017," Pub. L. No. 114/DSN-MUI/IX/201 (2017).

[38] Farah Auliya Muti et al., "Syirkah Tanpa Tatap Muka: Analisis Fiqih Atas Kerja Sama Virtual Di Era Ekonomi Digital," *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* 4, no. 2 (Februari 2026): h. 519.

[39] Rohmat (Pemilik Gerai Teh Poci yang beralamat di Jln. Jenderal S. Parman No. VA, Waru, Sidoarjo), "Mekanisme Bagi Hasil Kerjasama Kemitraan Teh Poci" (Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022)

[40] Saiful Jazil, *Fiqih Muamalah* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), h. 143.

[41] Dewan Syariah Nasional MUI, "Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017," Pub. L. No. 114/DSN-MUI/IX/201 (2017)

merupakan suatu kondisi yang bertentangan dengan nilai-nilai dasar ekonomi Islam.[42] Pada waralaba produk Teh Poci yang berkarakter *franchise* lepas, risiko kerugian sepenuhnya ditanggung mandiri oleh pihak mitra (*franchisee*), tanpa adanya intervensi atau mekanisme pembagian risiko kerugian dari pihak pemberi waralaba (*franchisor*). Bersamaan dengan hal tersebut secara eksplisit juga telah membatalkan esensi utama dari akad *musyārakah*.

Pada konteks penelitian ini, penggunaan istilah kemitraan tidak serta merta membuktikan adanya akad *musyārakah,* karena kualifikasi akad harus ditentukan berdasarkan substansi transaksi dan pembagian hak serta kewajiban masing-masing pihak. Dalam praktiknya, pihak pemberi waralaba memperoleh pendapatan dari pembayaran paket usaha pada awal transaksi serta penjualan bahan baku secara berkelanjutan. Sedangkan, pihak mitra menanggung risiko kegagalan usaha, ketidaktepatan lokasi, biaya operasional, serta kerugian penjualan secara mandiri. Dengan demikian, istilah kerjasama kemitraan dalam produk Teh Poci ini berfungsi sebagai konstruksi bisnis yang menekankan adanya peluang usaha dan akses terhadap suatu merek dagang, tetapi belum tentu menunjukkan adanya, penyertaan modal usaha, pembagian keuntungan, dan penanggungan risiko secara bersama.

Perlu ditegaskan kembali, analisis terhadap akad *musyārakah* dalam penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menganggap bahwa setiap hubungan kemitraan pasti merupakan akad *musyārakah*, melainkan untuk menguji apakah karakteristik perserikatan yang ditampilkan kepada calon mitra benar-benar terpenuhi secara substantif. Pengujian tersebut dilakukan melalui tiga indikator utama, yaitu kualifikasi modal, mekanisme pembagian keuntungan, dan penanggungan risiko kerugian. Berdasarkan konstruksi hubungan tersebut, temuan empiris atas praktik kemitraan Teh Poci menunjukkan bahwa label kemitraan tidak sepenuhnya mencerminkan substansi transaksi yang berlangsung. Ketidaksesuaian tersebut kemudian diuji melalui prinsip akad *musyārakah*, khususnya pada aspek modal, pembagian keuntungan, dan penanggungan risiko.

Dalam doktrin hukum Islam, keabsahan suatu akad perserikatan sangat bergantung pada terpenuhinya rukun dan syarat secara utuh agar dikategorikan sebagai akad yang sah (*saḥiḥ*). Sebaliknya, apabila terdapat prinsip dasar atau rukun akad yang terabaikan, akad tersebut terindiksikan mengalami kecacatan hukum (*fāsid*) yang berimplikasi pada tidak sahnya pelekatan label hukum tersebut, serta ketidaksesuaian hak dan kewenangan para pihak di dalamnya.[43] Meskipun skema kerjasama kemitraan produk Teh Poci tidak memenuhi kualifikasi akad *musyārakah*, praktik waralaba ini pada dasarnya tetap memenuhi rukun dan syarat sah transaksi dalam hukum Islam. Ditinjau dari perspektif perjanjian kontemporer, skema ini merupakan bentuk dari penerapan akad gabungan (*al-'uqūd al-murakkabah*) yang mengintegrasikan 2 (dua) akad sekaligus.

Pertama, akad jual beli (*bai'*). Secara *syara*', akad jual beli (*bai'*) didefinisikan sebagai kegiatan saling menukar sesuatu dengan barang atau harta yang memiliki nilai atas dasar rela sama rela (*tarāḍin*), sehingga berdampak pada pemindahan hak kepemilikan atas suatu barang secara mutlak.[44] Karakteristik ini terwujud melalui penyerahan modal atau dana investasi pada awal akad sebagai bentuk pembayaran atas kepemilikan aset fisik berupa gerobak jual (*booth*), mesin penyegel gelas (*cup sealer*), dan peralatan produksi minuman Teh Poci lainnya. Begitu aset berhasil diserahterimakan,

[42] Nia Handayani and Arbanur Rasyid, "Implementasi Akad Syirkah Dalam Bisnis Syariah Modern: Tinjauan Fikih Muamalah Dan Tantangan Kelembagaan," *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (Januari 2026): h. 878.

[43] Farah Auliya Muti et al, "Syirkah Tanpa Tatap," h. 519.

[44] Hendi Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016), h. 67.

hak kepemilikan atas aset tersebut berpindah secara mutlak menjadi milik mitra (dalam konsep jual beli disebut dengan "Pembeli"). Selain itu, transaksi jual beli bahan baku secara berkelanjutan dalam jangka waktu yang ditentukan yang mana kurang lebih 30% hingga 40% dari omzet penjualan harian pihak mitra dialokasikan kembali kepada pihak pemberi waralaba sebagai distributor resmi (dalam konsep jual beli disebut dengan "Penjual").

Kedua, akad sewa menyewa (*ijārah*). Apabila ditinjau dari pengertian *syara',* akad sewa menyewa (*ijārah*) merupakan perikatan yang di dasarkan pada pengambilan manfaat atas suatu barang atau jasa dengan memberikan imbalan (*ujrah*) kepada pemberi sewa atas adanya perpindahan hak guna atau kemanfaatan (*intiqāl al-manfa'at*).[45] Lebih lanjut, manfaat sewa tersebut harus diketahui secara sempurna (*ma'lūm*) dengan menjelaskan secara rinci beberapa manfaat yang menjadi objek akad, guna menghindarkan transaksi dari unsur ketidakjelasan (gharar).[46] Hal ini dapat dilihat pada pemberian hak guna atas manfaat tak terwujud berupa penggunaan merek dagang, logo, dan resep pembuatan produk kepada pihak mitra (dalam konsep sewa menyewa disebut dengan "Penerima Sewa"). Pemanfaatan atas hak kekayaan intelektual ini dikategorikan sebagai penerapan dari akad *ijārah*, yang mana kompensasi imbalan jasanya (*ujrah*) telah terintegrasi dalam paket pembayaran di awal kerjasama.

Penggabungan beberapa akad (*al-'uqūd al-murakkabah*) dalam 1 (satu) skema bisnis diperbolehkan dalam kajian fikih muamalah kontemporer, selama tidak melanggar larangan-larangan yang telah ditentukan dalam syariat. Dengan demikian, skema kerjasama kemitraan dalam Teh Poci ini pada dasarnya adalah transaksi yang sah menurut hukum Islam dengan kualifikasi akad jual beli (*bai'*) dan sewa menyewa (*ijārah*), namun label penamaannya sebagai praktik dari akad *musyārakah* atau kemitraan bagi hasil merupakan bentuk kekeliruan konseptual yang perlu untuk diluruskan. Penataan dan pembetulan kualifikasi akad ini menjadi sangat krusial sebab dalam tatanan ekonomi Islam, keabsahan dan keberhasilan suatu perikatan tidak hanya ditentukan oleh pemenuhan rukun formal semata, melainkan juga dijiwai oleh nilai-nilai moral lainnya, seperti amanah, kejujuran (*siddiq*), transparansi, dan keadilan ('*adl*) antara para pihak yang bertransaksi.[47]

Skema Kerjasama Kemitraan Teh Poci dalam Perspektif *Maqāsid Al-Syarī'ah* dan Implikasi *Socio-Legal*

Pada hakikatnya, perjanjian waralaba (*franchise*) merupakan perikatan di mana pemberi waralaba memberikan hak kepada mitra untuk memasarkan produk atau jasa dalam kurun waktu serta wilayah tertentu di bawah pengawasan pemberi waralaba, sementara pihak mitra berkewajiban membayar atas hak yang diperolehnya.[48] Apabila dikaitkan dengan kemitraan Teh Poci, perlu adanya pemetaan hubungan hukum yang berlapis antara pihak pemberi waralaba dengan mitra untuk menguji akibat hukum dari konstruksi tersebut.

Lapisan pertama, terjadinya transaksi jual beli atas paket usaha dan bahan baku produk Teh Poci. Dilanjutkan dengan lapisan kedua berupa pemberian hak guna atas merek, logo, resep, dan sistem operasional yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada

[45] H. Muhammad Yazid, *Fiqh Muamalah*, h. 188.
[46] Abdul Azam Al-Hadi, *Fiqh Muamalah Kontemporer* (Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014), h. 82.
[47] Handayani and Rasyid, "Implementasi Akad Syirkah," h. 878.
[48] Lilis Diah Sugiarti et al., "Kajian Hukum Terhadap Kontrak Franchise Di Indonesia (Pengaturan, Pelaksanaan, Dan Perlindungan Bagi Para Pihak)," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (Januari 2026): h. 188, https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3096.

pihak mitra. Penggunaan istilah waralaba (*franchise*) pada produk Teh Poci ini tidak dengan sendirinya membentuk hubungan perserikatan antar pihak, status akad harus diuji melalui pemeliharaan unsur-unsur esensial akad, seperti kejelasan para pihak, kepastian objek, keabsahan modal usaha, penetapan bagi hasil, serta proporsi penanggungan atau pembebanan risiko kerugian antar pihak.[49]

Berkaitan dengan hal tersebut, realitas operasional pada waralaba (*franchise*) Teh Poci ini menunjukkan dinamika yang lebih kompleks dibanding dengan idealitas normatifnya. Adanya pembayaran atas paket usaha di awal tidak semata-mata langsung diposisikan sebagai *ra's al-māl* atau modal usaha sebagaimana konstruksi dalam akad *musyārakah,* karena pembayaran tersebut diikuti dengan perpindahan kepemilikan aset kepada mitra. Perihal pendapatan, pihak pemberi waralaba memperoleh hal tersebut dari hasil penjualan paket usaha di awal dan pembelian bahan baku oleh mitra secara berkelanjutan. Sedangkan, pihak mitra memperoleh pendapatan sekaligus keuntungan sebesar 100% dari hasil penjualan. Pola transaksi tersebut tidak identik dengan skema akad *musyārakah* yang mensyaratkan terjadinya bagi hasil dalam suatu kerjasama.

Terlebih, perihal pembebanan risiko kerugian yang terjadi pada waralaba (*franchise*) Teh Poci memperkuat ketidaksesuaian label tersebut. Di samping mendapatkan keuntungan penjualan secara utuh, pihak mitra juga dikenai beban untuk menanggung potensi kerugian dalam penjualan. Devia Fasha Prasmifta dan Suraji dalam penelitiannya menyatakan bahwa pada suatu instrumen hukum, khususnya berkaitan dengan skema waralaba (*franchise*) idealnya memuat klausul esensial seperti kejelasan SOP, lisensi Hak Kekayaan Intelektual, hingga perlindungan proporsional agar hak kedua belah pihak dapat terlindung dari tindakan atau pembebanan risiko yang tidak adil.[50] Lebih lanjut, jika ditinjau dari perspektif *maqāsid al-syarī'ah,* penguatan regulasi dan kelembagaan dalam akad perserikatan bertujuan secara substansial untuk menjaga harta (*ḥifẓ al-māl*), menegakkan keadilan (*al-'adl*), serta mencegah unsur gharar maupun ketimpangan dalam suatu hubungan kemitraan.[51]

Dalam lanskap ekonomi Islam modern, konsep *syirkah* memegang peran krusial sebagai fondasi utama untuk membangun suatu bisnis atau kerjasama, dengan pembiayaan berbasis bagi hasil serta kolaborasi investasi yang berkeadilan.[52] Lebih lanjut, konsep *syirkah* diposisikan sebagai akad pembiayaan partisipatif yang menghendaki keterlibatan aktif para pihak, baik dalam penyertaan modal maupun penanggungan risiko usaha secara berimbang.[53] eUntuk itu, dalam hal ini akad *syirkah* digunakan sebagai standar pembanding untuk menguji klaim kemitraan pada skema waralaba (*franchise*) Teh Poci, sedangkan kualifikasi hubungan hukumnya tetap diarahkan pada substansi jual beli dan pembagian hak guna sebagaimana telah diuraikan.

Melakukan dekonstruksi akad tidak semata-mata bertujuan untuk menata ulang terminologi hukum, melainkan serta merta untuk mengevaluasi dampak sosial-ekonomi

[49] Halimah et al., "Evaluasi Kepatuhan Syariah Pada Akad Musyarakah Dalam Pembiayaan Usaha Mikro," *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah Volume.* 4, no. 3 (Juli 2026): h. 14, https://doi.org/10.59059/maslahah.v4i3.3077.

[50] Devia Fasha Prasmifta and Suraji, "Aspek Hukum Perjanjian Franchise Dalam Mewujudkan Singkronisasi Kepastian Dan Keadilan Hukum Waralaba Di Indonesia," *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities* 6, no. 2 (September 2026): h. 392, https://doi.org/10.67434/ijssh.v6i2.2637.

[51] Handayani and Rasyid, "Implementasi Akad Syirkah," h. 881.

[52] Handayani and Rasyid, h. 876.

[53] Erika Rishan Adillah, Oyo Sunaryo Mukhlas, and Atang Abd Hakim, "Pergeseran Paradigma Musyarakah Mutanaqisah: Analisis Sociolegal Keadilan Distributif Antara Idealitas Kemitraan Dan Tuntutan Prudential Banking Di Indonesia," *Al-Kainah: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (Juni 2026): h. 50, https://doi.org/10.69698/jis1.1626.

serta perlindungan hukum para pihak berdasarkan kerangka *maqāsid al-syarī'ah*.[54] Penggunaan label kemitraan yang tidak sesuai dengan substansi akad yang berlaku dapat membawa implikasi serius terhadap keadilan distributif dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha. Dalam perspektif *maqāsid al-syarī'ah*, pemanfaatan lisensi dalam skema kerjasama kemitraan pada dasarnya memiliki dimensi maslahah yang sejalan dengan prinsip *ḥifẓ al-māl*, karena dianggap mampu mendorong efisiensi operasional melalui standarisasi proses, sekaligus memberikan perlindungan modal usaha bagi mitra dengan pengakuan merek dagang dan sistem operasional yang teruji.[55]

Meski demikian, adanya pengelabuhan kualifikasi akad yang digunakan dalam sebuah praktik perikatan akan melahirkan implikasi *socio-legal* yang mencederai prinsip *ḥifẓ al-māl* itu sendiri. Menurut Satjipto Rahardjo dalam karyanya berjudul Penegakan Hukum Progresif bahwa hukum tidak pernah bekerja dalam ruang hampa, melainkan selalu berinteraksi dengan relasi kekuasaan, kepentingan ekonomi, serta pola budaya masyarakat.[56] Hal ini membuktikan bahwa persoalan dalam klausula perjanjian tidak dapat disederhanakan dengan sekedar isu kepatuhan terhadap teks hukum formal semata. Lebih dari itu, sebuah perjanjian harus ditelaah sebagai bentuk relasi sosial yang dibentuk dan dipertahankan melalui mekanisme hukum. Kontrak tidak lagi hanya berkedudukan sebagai pertukaran hak dan kewajiban, melainkan telah bergeser menjadi instrumen struktural yang mengatur alokasi risiko, beban operasional, serta tanggung jawab yang seimbang.[57]

Pengalihan risiko secara tidak seimbang menjadi dampak utama yang dirasakan oleh pihak penerima waralaba selaku pengelola. Dengan menggunakan narasi kemitraan, pihak pemberi waralaba menikmati citra publik sebagai penyedia lapangan kerja dan pemberdaya UMKM. Namun, secara finansial pihak tersebut mengamankan keuntungan tanpa risiko melalui penjualan aset di awal serta pembelian bahan baku oleh pihak mitra secara berkala. Sebaliknya, segala risiko yang mungkin terjadi seperti kegagalan pasar, ketidaktepatan lokasi, pembengkakan biaya operasional dialihkan sepenuhnya kepada pihak penerima waralaba. Maka dari itu, ketika sebuah kontrak baku terus diproduksi tanpa mekanisme koreksi struktural, hukum justru berpotensi memproduksi ketimpangan alih-alih menguranginya.[58]

Hubungan kemitraan usaha pada hakikatnya harus dibangun atas landasan kesetaraan kedudukan hukum serta etika bisnis yang ideal, yang mencakup hubungan yang saling menguntungkan, saling memperkuat, saling mempercayai, dan saling membutuhkan.[59] Terjadinya ketimpangan tersebut menunjukkan adanya hal yang bertentangan dengan etika bisnis Islam, yang mana dalam sebuah ikatan kerjasama tidak hanya berorientasi pada perolehan keuntungan semata, tetapi juga menitikberatkan pada penegakan keadilan serta keberlanjutan usaha. Orientasi tersebut sejalan dengan prinsip

[54] Fhadilah, "Mengkonstruksi Makna Akad," h. 166.

[55] Muh. Syamikh Abdillah Kurniawan and Ahmad Ridha, "Efektivitas Lisensi Waralaba "Es Teh Indonesia" Cabang Kota Kendari Perspektif Hifz Al-Mal," *FAWAID: Sharia Economic Law Review* 7, no. 2 (November 2025): h. 134, https://doi.org/10.31332/flr.v7i 2.12456.

[56] Satjipto Rahardjo, *Penegakan Hukum Progresif* (Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2010).

[57] Jufianty Trisna Putri et al, "Ketimpangan Di Balik Lembar Kontrak: Analisis Sosio-Legal Perjanjian Finance Di Indonesia," *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, Vol. 4 No. 1 (2026): h. 7173, https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4408.

[58] Putri et al, "Ketimpangan Di Balik,", h. 7172

[59] Rumi Suwardiyati and Ranitya Ganindha, "Sinergi Pengawasan Kemitraan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Potensi Dalam Dunia Usaha Ekonomi Kreatif," *Arena Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 3 (2023): h. 659, 10 21776/ub arenahukum.

maqashid syariah yang secara substansial selaras dengan tujuan pembangunan berkelanjutan.[60]

Penyimpangan literasi keuangan syariah merupakan implikasi jangka panjang dari adanya pelabelan yang tidak sesuai ini. Pembiasaan melabeli akad jual beli (*bai'*) terikat sebagai akad kerjasama (*musyārakah*) dapat mengaburkan pemahaman masyarakat terhadap esensi akad syariah yang sebenarnya diterapkan. Padahal, keberlanjutan suatu usaha sangat bergantung pada integritas dan pemahaman etika bisnis Islam yang utuh. Dalam hukum perjanjian, tercapainya kesepakatan antar pihak tidak sebatas diukur dari adanya persetujuan formal, namun harus bersumber dari keeimbangan hak dan kewajiban serta tidak memberatkan salah satu pihak.[61] Untuk itu, adanya penataan kembali label akad akan menjadi sangat krusial untuk menjamin terpenuhinya prinsip transparansi (*tabyīn*) dan saling rela (*tarāḍin*) antar masing-masing pihak.

Prospek pengaturan kerjasama kemitraan atau waralaba di masa mendatang menuntut adanya regulasi yang mewajibkan kepada pihak pemberi waralaba sebagai pemilik merek dagang untuk mencantumkan kualifikasi akad secara transparan. Secara yuridis, hal ini sejalan dengan amanat hukum perjanjian di Indonesia yang mana asas keseimbangan merupakan manifestasi dari asas persamaan yang bertujuan untuk mewujudkan keselarasan nyata antara hak dan kewajiban bagi para pihak.[62] Untuk itu, harmonisasi antara regulasi hukum positif dan Kompilasi Hukum Ekonomi Syariah (KHES) yang berkaitan dengan kerjasama kemitraan ini diperlukan untuk mencegah adanya praktik eksploitasi terselubung atas nama kerjasama kemitraan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dekonstruksi terhadap struktur operasional, mekanisme pembayaran, serta pembagian risiko sebagaimana disebutkan di atas, penelitian ini menyimpulkan bahwa skema kerjasama kemitraan Teh Poci tidak memenuhi rukun dan syarat sah akad *musyārakah* secara substansial. Meskipun dicitrakan sebagai bentuk kemitraan berbasis perserikatan usaha, struktur operasionalnya menunjukkan bahwa dana yang disetorkan oleh mitra pada awal kesepakatan berkedudukan sebaagai pembayaran atas aset atau paket usaha produk Teh Poci, bukan sebagai *ra's al-māl* atau penyertaan modal bersama. Selain itu, tidak terdapat penentuan *nisbah* bagi hasil yang disepakati antara pemberi waralaba dengan mitra, sementara risiko kerugian dan kegagalan dalam penjualan produk Teh Poci dilimpahkan kepada pihak mitra. Atas dasar itulah, label kemitraan tidak dengan sendirinya membentuk hubungan sebagaimana akad *syirkah,* dan akad *syirkah* dalam penelitian ini berfungsi sebagai standar pembanding untuk menguji kesesuaian label kemitraan dengan substansi.

Praktik kerjasama kemitraan dalam produk Teh Poci, khususnya di wilayah Surabaya ini secara mutlak telah menggugurkan kualifikasi akad *musyārakah*. Apabila dikualifikasikan, jenis perikatan ini pada dasarnya merupakan bentuk akad gabungan (*al-'uqūd al-murakkabah*) yang sah, yang mengintegrasikan akad jual beli (*bai'*) atas peralatan dan pasokan bahan baku terikat dengan akad sewa menyewa (*ijārah*) atas pemanfaatan hak kekayaan intelektual.

[60] Ari Asriadi et al., *Pengembangan Sinergi Pembiayaan Dalam Membangun Ekosistem Ekonomi Syariah*, Januari (Medan: CV. Larispa, 2025), h. 174.

[61] Ilham Fajar Janwar Sadeli et al., "Analisis Kontrak Baku Dalam Perspektif Asas Keseimbangan Hak Dan Kewajiban," *INLAW: Indonesian Journal of Law*, 1, no. 12 (Desember 2024): h. 334.

[62] Siti Malikhatun Badriyah, *Sistem Penemuan Hukum Dalam Masyarakat Prosmatik* (Jakarta: Sinar Grafika, 2016), h. 139.

Lebih lanjut, ditinjau dari perspektif *maqāsid al-syarī'ah* dan *socio-legal*, ketidakesuaian antara label dan substansi akad tersebut berpotensi menimbulkan ketimpangan alokasi risiko dan melemahkan prinsip *ḥifẓ al-māl*. Oleh karena itu, perjanjian kemitraan perlu mencantumkan kualifikasi akad, sumber pendapatan, pembagian tanggung jawab, serta pembebanan risiko kerugian secara transparan untuk menjamin kesetaraan, transparansi (*tabyīn*), dan kerelaan (*tarāḍin*), serta perlindungan hukum bagi mitra selaku pelaku UMKM. Harmonisasi pengaturan waralaba atau kemitraan dengan KHES juga diperlukan sebagai langkah preventif terhadap ketidaksesuaian label dan substansi akad.

DAFTAR PUSTAKA

Adillah, Erika Rishan, Oyo Sunaryo Mukhlas, and Atang Abd Hakim. "Pergeseran Paradigma Musyarakah Mutanaqisah: Analisis Sociolegal Keadilan Distributif Antara Idealitas Kemitraan Dan Tuntutan Prudential Banking Di Indonesia." *Al-Kainah: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (2026). https://doi.org/10.69698/jis1.1626.

Al-Hadi, Abdul Azam. *Fiqh Muamalah Kontemporer*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Amiliyah, Desy, and Abdul Halim. "A Sharia Economic Law Analysis of Franchising in The Poci Tea Sales Business on Bawean Island." *COSTING: Journal of Economic, Business, and Accounting* 9, no. 3 (2026). https://doi.org/10.31539/mdrqek33.

Anas, Achmad Tarmidzi, and Ahmad Andry Budianto. "Analisis Bisnis Waralaba Dalam Perspektif Hukum Ekonomi Islam." *ANAYASA: (Journal of Legal Studies)* 1, no. 1 (2023). https://doi.org/10.61397/ays.v1i1.2.

Asriadi, Ari, Andri Soemitra, Tuti Anggraini, Saparuddin Siregar, and Muhammad Yafiz. *Pengembangan Sinergi Pembiayaan Dalam Membangun Ekosistem Ekonomi Syariah*. Januari. Medan: CV. Larispa, 2025.

Asyari. "Bisnis Waralaba (Franchise): Studi Pendekatan Hybrid Contract Dalam Tinjauan Hukum Bisnis Islam." *Socius: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial* 4, no. 4 (2026). https://doi.org/10.5281/zenodo.23638263.

Badriyah, Siti Malikhatun. *Sistem Penemuan Hukum Dalam Masyarakat Prosmatik*. Jakarta: Sinar Grafika, 2016.

Bairam, Daniela Rica. "Analisis Yuridis Terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Keadilan Kontraktual Di Indonesia." *Al-Wasathiyah: Journal of Islamic Studies* 5, no. 1 (2026). https://doi.org/10.56672/alwasathiyah.v5i1.595.

Fatmah. *Kontrak Bisnis Syariah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Fhadilah, Ainil. "Mengkonstruksi Makna Akad Dalam Produk Digital Bank Syariah: Analisis Fikih Kontemporer." *ISTIKHLAF: Jurnal Ekonomi, Perbankan Dan Manajemen Syariah* 7, no. 2 (2025). https://doi.org/10.51311/istikhlaf.v7i2.1089.

Halimah, Defina Alfiyanti, Serly Amelika Putri, Muhamad Faozi Alrizki, Falah Alkautsar, Dian Agustin, Viandilan, et al. "Evaluasi Kepatuhan Syariah Pada Akad Musyarakah Dalam Pembiayaan Usaha Mikro." *Maslahah: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Syariah Volume.* 4, no. 3 (2026). https://doi.org/10.59059/maslahah.v4i3.3077.

Handayani, Nia, and Arbanur Rasyid. "Implementasi Akad Syirkah Dalam Bisnis Syariah Modern: Tinjauan Fikih Muamalah Dan Tantangan Kelembagaan." *Sinergi: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 2, no. 1 (2026): 872–84.

Huda. "Syarat Dan Ketentuan Calon Mitra." Sidoarjo: Wawancara Pribadi, 2022.

Istiqomah, May Laylatul. "Rekonstruksi Hukum Ekonomi Syariah Dalam Perspektif Maqashid Al-Shari'ah." *Jurnal Pustaka Cendekia Hukum Dan Ilmu Sosial* 3, no. 1 (2025). https://doi.org/10.70292/pchukumsosial.v3i1.125.

Jazil, Saiful. *Fiqih Muamalah*. Surabaya: UIN Sunan Ampel Press, 2014.

Kurniawan, Muh. Syamikh Abdillah, and Ahmad Ridha. "Efektivitas Lisensi Waralaba "Es Teh Indonesia" Cabang Kota Kendari Perspektif Hifz Al-Mal." *FAWAID: Sharia Economic Law Review* 7, no. 2 (2025). https://doi.org/10.31332/flr.v7i2.12456.

Miftahurohman, Istisaroh, and Qurotul A'yun. "Penerapan Syirkah Dan Ziro'ah Dalam Perspektif Fiqih Muamalah." *Al-Imtiyaz: Journal of Holistic Education* 1, no. 2 (2025).

MUI, Dewan Syariah Nasional. Fatwa DSN-MUI No. 114/DSN-MUI/IX/2017, Pub. L. No. 114/DSN-MUI/IX/201 (2017).

Musi, Rohmat, Utami, Didik, Inge, Nizar, Ratna, Ria, and Bagus. "Perjanjian Kerjasama Antara Pihak Pemberi Dan Penerima Waralaba." Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022.

Mustamin, Siti Walida. "Konsep Penggunaan Dan Perlindungan Merek Dagang Dalam Perspektif Fiqh Kontemporer Dan Maqāṣid Al-Syarī'Ah." *AL-QANUN: Kajian Syariah Dan Hukum Islam* 01, no. 01 (2025).

Muti, Farah Auliya, Alya Rahma Paramita, Hayatunnisa, and Aliifah Fidhiyaa Lestari. "Syirkah Tanpa Tatap Muka: Analisis Fiqih Atas Kerja Sama Virtual Di Era Ekonomi Digital." *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ)* 4, no. 2 (2026).

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

Prasmifta, Devia Fasha, and Suraji. "Aspek Hukum Perjanjian Franchise Dalam Mewujudkan Singkronisasi Kepastian Dan Keadilan Hukum Waralaba Di Indonesia." *Indonesian Journal of Social Sciences and Humanities* 6, no. 2 (2026). https://doi.org/10.67434/ijssh.v6i2.2637.

Pratama, Farhan Putra, Mahfud Fadli, Kustiana, and Jefik Zulfikar Hafizd. "Leasing Dan Waralaba Dalam Hukum Syariah Di Era Digital: Konsep Ijarah Dalam Leasing Syariah Serta Franchise Halal Dan Regulasi Bisnis Waralaba." *Legalitas: Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum* 10, no. 2 (2025). https://doi.org/10.31293/lg.v10i2.8683.

Prayogo, Aldi Cahyo, Azmi Fahilatus Sholehah, Desta Wahyuni, and Vicky F. Sanjaya. "Strategi Mempertahankan Usaha Franchise Pada Minuman Wedrink Di Indonesia." *JERBUM: Journal of Economic Research and Business Management* 1, no. 2 (2024).

Putri, Jufianty Trisna, Dina Fitriani Wulandari, and Triananda Genedin. "Ketimpangan Di Balik Lembar Kontrak: Analisis Sosio-Legal Perjanjian Finance Di Indonesia." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (2026). https://doi.org/https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.4408.

Rahardjo, Satjipto. *Penegakan Hukum Progresif*. Jakarta: PT. Kompas Media Nusantara, 2010.

Ramadhani, Revania Putri, Siti Kulsumiati, and Syaeful Bahri. "Analisis Fikih Muamalah Terhadap Praktik Bisnis Waralaba (Franchise) Di Indonesia: Kajian Akad, Royalti, Dan Lisensi Merek." *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi Dan Manajemen* 5, no. 3 (2026). https://doi.org/10.30640/inisiatif.v5i3.6737.

Rohmat. "Mekanisme Bagi Hasil Kerjasama Kemitraan Teh Poci." Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022.

Rohmat, Utami, Didik, Inge, Nizar, Ratna, Ria, and Bagus. "Penanggungjawab Kerugian Pada Waralaba Teh Poci." Surabaya: Wawancara Pribadi, 2022.

Sadeli, Ilham Fajar Janwar, Tjahyo Putro Baskoro, Helsa Arama, Sharla Naswa Aurelia Rasyidin, and Dwike Ayu Rachmalia. "Analisis Kontrak Baku Dalam Perspektif Asas Keseimbangan Hak Dan Kewajiban." *INLAW: Indonesian Journal of Law* 1, no. 12 (2024).

Slamat, PT. Gunung. "Overview of PT. Gunung Slamat," 2019. https://www.gunungslamat.com/home/index.php.

Sugiarti, Lilis Diah, Reyna Amalia Pumieda, Tatang Astarudin, and Sumiati. "Kajian Hukum Terhadap Kontrak Franchise Di Indonesia (Pengaturan, Pelaksanaan, Dan Perlindungan Bagi Para Pihak)." *Al-Zayn: Jurnal Ilmu Sosial & Hukum* 4, no. 1 (2026). https://doi.org/10.61104/alz.v4i1.3096.

Sugiono, Moh. Adam, Sayyidah Dewi Hasanah, and Sumriyah. "Analisis Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata." *Jurnal Sains Student Research* 1, no. 2 (2023). https://doi.org/10.61722/jssr.v1i2.463.

Suhendi, Hendi. *Fiqh Muamalah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2016.

Suwardiyati, Rumi, and Ranitya Ganindha. "Sinergi Pengawasan Kemitraan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Sebagai Upaya Peningkatan Potensi Dalam Dunia Usaha Ekonomi Kreatif." *Arena Hukum: Jurnal Ilmu Hukum* 16, no. 3 (2023). https://doi.org/https://doi org/10 21776/ub arenahukum 2023 01602 10.

Wardoyo, Heru. "Rekonstruksi Perlindungan Hukum UMKM Dalam Hubungan Bisnis Dengan Korporasi." *Jurnal Serambi Hukum* 19, no. 01 (2026). https://doi.org/10.59582/sh.v19i01.1522.

Yazid, H. Muhammad. *Fiqh Muamalah Ekonomi Islam*. Cetakan I,. Surabaya: Imtiyaz, 2017.

Yusuf, Syukri M. "Pemikiran Wahbah Az-Zuhaili Tentang Akad Syirkah: Relevansi Dengan Perkembangan Ekonomi Syariah Kontemporer." *SYARIAH: Journal of Islamic Law* 7, no. 1 (2025). https://doi.org/10.55721/nc99ph74.