

Usaha Waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) Syariah

Ummi Salamah

Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email: ummisalamah@umsu.ac.id

Abstrak

Dalam dunia bisnis modern, berbagai model usaha telah berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan layanan yang beragam. Salah satu bentuk usaha yang cukup populer dan diminati masyarakat saat ini adalah usaha waralaba (franchise) dan multilevel marketing (MLM). Kedua sistem ini menawarkan peluang usaha dengan risiko yang relatif lebih rendah dan sistem manajemen yang sudah terstruktur. Bagi banyak pelaku usaha pemula, waralaba menjadi pilihan menarik karena mereka dapat menjalankan usaha dengan menggunakan nama merek dan sistem yang telah terbukti berhasil. Sementara itu, MLM menawarkan sistem distribusi produk yang memungkinkan seseorang mendapatkan penghasilan tidak hanya dari penjualan produk, tetapi juga dari jaringan yang dibangunnya. Waralaba atau franchise adalah sistem distribusi di mana pemilik usaha (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk menjalankan kegiatan usaha dengan menggunakan merek dagang, sistem manajemen, prosedur operasional, dan dukungan usaha yang telah terbukti berhasil. Sebagai gantinya, franchisee berkewajiban membayar sejumlah biaya yang telah disepakati, baik berupa biaya awal (initial fee) maupun biaya royalti (royalty fee) secara berkala.

Kata Kunci: Usaha Waralaba, MLM, Syariah.

Abstract

In the modern business world, various business models have developed in line with the increasing public demand for diverse products and services. Franchising and multi-level marketing (MLM) are two popular and sought-after business models. Both systems offer business opportunities with relatively low risk and structured management systems. For many aspiring entrepreneurs, franchising is an attractive option because it allows them to operate under a brand name and a proven system. Meanwhile, MLM offers a product distribution system that allows individuals to earn income not only from product sales but also from the network they build. Franchising is a distribution system in which a business owner (franchisor) grants another party (franchisee) the right to operate a business using a proven trademark, management system, operational procedures, and business support. In exchange, the franchisee is required to pay an agreed-upon fee, either an initial fee or a recurring royalty fee.

Keywords: Franchise, MLM, Sharia Business.

A. Pendahuluan

Dalam dunia bisnis modern, berbagai model usaha telah berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap produk dan layanan yang beragam. Salah satu bentuk usaha yang cukup populer dan diminati masyarakat saat ini adalah usaha waralaba (franchise) dan multilevel marketing (MLM). Kedua sistem ini menawarkan peluang usaha dengan risiko yang relatif lebih rendah dan sistem manajemen yang sudah terstruktur. Bagi banyak pelaku usaha pemula, waralaba menjadi pilihan menarik karena mereka dapat menjalankan usaha dengan menggunakan nama merek dan sistem yang telah terbukti berhasil. Sementara itu, MLM menawarkan sistem distribusi produk yang memungkinkan seseorang mendapatkan penghasilan tidak hanya dari penjualan produk, tetapi juga dari jaringan yang dibangunnya.

Namun demikian, seiring dengan maraknya perkembangan usaha waralaba dan MLM, muncul pula berbagai persoalan terkait keabsahan sistem bisnis tersebut dalam pandangan hukum Islam. Tidak sedikit praktik MLM dan waralaba yang dinilai menyimpang dari prinsip-prinsip ekonomi Islam karena mengandung unsur penipuan, ketidakjelasan (gharar), serta pola keuntungan yang tidak adil atau

cenderung eksploitatif. Hal ini menimbulkan kekhawatiran di kalangan masyarakat Muslim yang ingin berwirausaha namun tetap menjaga prinsip-prinsip syariah dalam aktivitas ekonominya.

Menanggapi hal tersebut, muncullah konsep MLM Syariah dan Waralaba Syariah, yaitu sistem bisnis yang didesain sedemikian rupa agar sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam sistem ini, setiap transaksi bisnis harus bebas dari riba, gharar, dan maysir, serta harus menerapkan keadilan dan transparansi. Keuntungan dibagikan secara proporsional sesuai kontribusi, dan produk yang diperjualbelikan harus halal serta bermanfaat. Dengan demikian, para pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan materi, tetapi juga keberkahan dalam setiap langkah bisnisnya.

Di Indonesia, perkembangan usaha waralaba dan MLM Syariah mulai menunjukkan tren yang positif. Beberapa perusahaan telah mendapatkan sertifikasi dari Dewan Syariah Nasional (DSN-MUI) dan diawasi oleh otoritas yang berwenang, baik dari segi hukum maupun syariah. Namun demikian, pemahaman masyarakat mengenai perbedaan antara MLM konvensional dan MLM syariah masih relatif rendah. Hal ini menyebabkan sebagian orang masih ragu atau bahkan enggan terlibat dalam sistem MLM, meskipun ada versi yang telah sesuai syariat. Oleh karena itu, penting untuk melakukan kajian dan sosialisasi yang lebih luas mengenai konsep dan praktik usaha waralaba serta MLM Syariah kepada masyarakat. Makalah ini disusun sebagai upaya untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kedua model bisnis tersebut dalam perspektif syariah, sekaligus mengulas tantangan dan potensi pengembangannya di masa depan. Dengan demikian, diharapkan masyarakat dapat lebih selektif dan bijak dalam memilih model usaha, serta mampu berkontribusi dalam pengembangan ekonomi umat secara berkelanjutan.

Suatu penelitian tidak dapat dikatakan penelitian apabila tidak memiliki metode penelitian.¹ Metode penelitian adalah suatu proses pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara sistematis, untuk mencapai tujuan tertentu. Pengumpulan dan analisis data dilakukan secara alami, baik kuantitatif maupun kualitatif, eksperimental dan non-eksperimental, interaktif dan non-interaktif. Metode Penelitian yang digunakan yaitu penelitian yuridis normatif, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder.² Analisis bahan hukum dilakukan menggunakan metode analisis kualitatif yang digunakan untuk menjelaskan peristiwa hukum, bahan hukum atau produk hukum secara rinci untuk memudahkan hukum penafsiran.³ Analisis bahan hukum adalah dilakukan dengan menggunakan metode analisis isi (*content analysis method*) yang dilakukan oleh menguraikan materi peristiwa hukum atau produk hukum secara rinci untuk memudahkan penafsiran dalam diskusi.⁴ Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan masalah, yaitu dengan pendekatan hasil dari kajian empiris teoritis dengan melihat berbagai pendapat para ahli, penulis dan kajian hukum dan peraturan yang berkaitan dengan masalah berdasarkan prinsip hukum dan merumuskan definisi hukum. Dalam penelitian kualitatif, proses perolehan data sesuai dengan tujuan penelitian atau masalah, dipelajari secara mendalam dan dengan pendekatan holistik.⁵

B. Pembahasan

Pengertian Waralaba

Waralaba atau franchise merupakan bentuk kerja sama usaha antara pemilik merek, produk, atau sistem operasional (franchisor) dengan pihak lain (franchisee) yang diberikan hak untuk menjual atau menggunakan merek dan sistem bisnis tersebut. Franchisee membayar biaya tertentu sebagai imbal

¹ Koto, I., Hati, L. P., Manurung, A. S., & Siregar, A. S. (2024). Islamic Holy Days: The Contention of Rukyatul Hillal and Hisab Hakiki Wujudul Hilal Disputes for Muslims in Indonesia. *Pharos Journal of Theology*, 105(2).

² Ramadhani, R., Hanifah, I., & Wajdi, F. (2024). Presidential Decree Number 62 of 2023: Distortion Regulation or Acceleration Solution for Agrarian Reform?. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 24 Dyartha Anindya Nugraheini. "Kerjasama Badan Narkotika Nasional Dengan *United Nations Office On Drug And Crime Dalam Menanggulangi Perdagangan Gelap Narkoba Dari Iran Ke Indonesia 2009-2013* (1), 031-042.

³ Faisal, F., & Simatupang, N. (2022). The Strengthening Position and Functions of Waqf on Nadzir as an Independent Institution. *Jurnal Akta*, 9(2), 232-241.

⁴ Zainuddin, Z. (2023, March). Development Of Constitutional Law In Indonesia. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (pp. 1780-1785).

⁵ Simatupang, R. S. A. (2024). Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan. *Jurnal Yuridis*, 11(1), 54-63.

balik atas hak tersebut. Sistem ini populer karena memberikan peluang usaha dengan model yang telah terbukti berhasil.⁶

Waralaba atau franchise adalah sistem distribusi di mana pemilik usaha (franchisor) memberikan hak kepada pihak lain (franchisee) untuk menjalankan kegiatan usaha dengan menggunakan merek dagang, sistem manajemen, prosedur operasional, dan dukungan usaha yang telah terbukti berhasil. Sebagai gantinya, franchisee berkewajiban membayar sejumlah biaya yang telah disepakati, baik berupa biaya awal (initial fee) maupun biaya royalti (royalty fee) secara berkala.⁷

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba

Kasmir menyatakan bahwa waralaba adalah sistem penjualan barang atau jasa di mana pemilik usaha memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan merek dagang dan sistem operasional tertentu.⁸ Suherman Rosyidi menegaskan bahwa waralaba adalah bentuk hubungan kontraktual antara dua pihak di mana satu pihak menyediakan hak dan dukungan, dan pihak lain membayar royalti untuk menjalankan bisnis dengan cara yang telah ditentukan.⁹

Perjanjian Waralaba dalam Hukum Islam

Perjanjian waralaba merupakan bentuk kerja sama bisnis antara dua pihak, yaitu pemilik usaha (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee), yang didasarkan pada kesepakatan untuk memberikan hak pemanfaatan atas merek dagang, sistem operasional, dan standar pelayanan dalam jangka waktu tertentu. Dalam perspektif hukum Islam, perjanjian waralaba termasuk dalam kategori akad mu'āmalah yang terdiri dari unsur akad *ijarah* (sewa-menyewa), *wakālah* (perwakilan), dan *syirkah* (kerja sama). Ketiga unsur ini harus memenuhi syarat sah akad, antara lain kejelasan objek, kerelaan kedua belah pihak, dan ketiadaan unsur gharar (ketidakjelasan), riba, dan maysir (spekulasi atau judi) dalam struktur kontraknya.

Dalam *Hukum Ekonomi Islam*, Farid Wajdi dan Suhrawardi Lubis menjelaskan bahwa waralaba diperbolehkan dalam Islam selama bentuk kerjanya tidak melanggar prinsip-prinsip syariah. Perjanjian yang dilakukan harus memenuhi rukun akad yang mencakup pihak-pihak yang berakad (franchisor dan franchisee), objek akad yang jelas (seperti hak guna merek, sistem, dan wilayah operasional), serta ijab dan qabul yang dinyatakan secara eksplisit dan saling Ridha. Selain itu, akad waralaba juga harus memenuhi syarat-syarat sah dalam Islam, seperti keterbukaan informasi, keterhindaran dari praktik penipuan, dan tidak adanya unsur yang bersifat merugikan salah satu pihak secara tidak adil.

Lebih lanjut, struktur perjanjian waralaba dalam Islam juga dapat disesuaikan dengan model *syirkah 'inan*, yaitu kerja sama antara dua pihak di mana masing-masing menyumbang modal, baik berupa uang, barang, atau keterampilan. Dalam hal ini, franchisor menyediakan modal intelektual (seperti merek, SOP, dan dukungan pelatihan), sedangkan franchisee menyumbang dana dan operasional. Keuntungan dibagi sesuai proporsi yang telah disepakati, bukan berdasarkan sistem bunga atau royalti tetap, yang berpotensi mengandung unsur riba jika tidak disertai kejelasan pembagian keuntungan berdasarkan performa usaha.

Islam juga sangat menekankan prinsip pencatatan dalam perjanjian bisnis. Hal ini tercermin dalam surah Al-Baqarah ayat 282 yang menganjurkan pencatatan transaksi secara tertulis, terutama jika melibatkan pembayaran tertunda atau jangka panjang. Maka dari itu, perjanjian waralaba hendaknya dituangkan dalam bentuk kontrak tertulis yang jelas, mencantumkan hak dan kewajiban masing-masing pihak, jangka waktu kerja sama, wilayah distribusi, ketentuan pemutusan kontrak, serta sistem pembagian keuntungan atau royalti. Dengan pencatatan yang rinci dan disaksikan secara legal, potensi perselisihan atau pelanggaran akad dapat diminimalkan dan sesuai dengan maqāṣid al-syarī'ah, yaitu menjaga harta, hak, dan hubungan antar manusia.

⁶ Sofyan S. Harahap, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020), hlm. 225.

⁷ Pemerintah Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*, Pasal 1 Ayat 1

⁸ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014), hlm. 162

⁹ Suherman Rosyidi, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012), hlm. 49.

Dari keseluruhan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa perjanjian waralaba dapat dibenarkan secara hukum Islam selama mematuhi prinsip keadilan, kejelasan, keterbukaan, dan bebas dari unsur-unsur haram. Kontrak waralaba yang memenuhi rukun dan syarat akad, serta didokumentasikan secara baik dan transparan, menjadi bagian dari ikhtiar umat Islam dalam menjalankan kegiatan ekonomi yang halal dan barokah.

Kelebihan dan Kekurangan Waralaba

Waralaba sebagai salah satu model bisnis modern memiliki daya tarik tersendiri, khususnya bagi pelaku usaha pemula yang ingin memulai usaha dengan sistem yang telah terbukti sukses. Dalam kerangka hukum ekonomi Islam, waralaba dinilai dapat menjadi instrumen bisnis yang sah dan bermanfaat jika memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti transparansi, keadilan, dan kehalalan objek transaksi. Farid Wajdi dan Suhrawardi Lubis menyebutkan bahwa kelebihan utama waralaba adalah adanya sistem usaha yang telah teruji, reputasi merek yang kuat, serta pendampingan operasional dari franchisor kepada franchisee, sehingga risiko kegagalan dapat diminimalkan.

Kelebihan lain yang dapat ditemukan dalam sistem waralaba adalah efisiensi waktu dan biaya dalam merintis usaha. Franchisee tidak perlu memulai usaha dari nol karena sistem bisnis, pemasaran, manajemen, serta pelatihan telah disiapkan oleh franchisor. Hal ini tentu sangat membantu pelaku usaha kecil dan menengah dalam meningkatkan skala usahanya secara cepat. Selain itu, dalam perspektif Islam, sistem ini juga mendukung prinsip tolong-menolong dalam ekonomi (*ta'awun fi al-iqtishād*) karena franchisor tidak hanya mendapatkan keuntungan, tetapi juga membantu pihak lain dalam membangun bisnis. Namun demikian, sistem waralaba juga mengandung beberapa kelemahan yang harus diperhatikan, terutama dari sisi hukum Islam. Salah satu kekurangannya adalah adanya ketimpangan posisi tawar antara franchisor dan franchisee. Franchisor yang menguasai sistem dan merek biasanya memiliki kendali penuh atas perjanjian, sedangkan franchisee seringkali hanya sebagai pelaksana tanpa banyak ruang negosiasi. Jika tidak diatur secara adil, kondisi ini dapat berujung pada ketimpangan hak dan kewajiban yang bertentangan dengan prinsip *'adl* (keadilan) dalam Islam.

Selain itu, dalam beberapa praktik waralaba, franchisee diwajibkan membayar royalti tetap tanpa mempertimbangkan kondisi laba rugi usaha. Skema seperti ini dapat menimbulkan unsur kezaliman jika franchisee merugi namun tetap harus membayar royalti, karena bertentangan dengan asas syirkah di mana pembagian keuntungan harus didasarkan pada nisbah yang disepakati dan proporsional dengan hasil usaha. Farid Wajdi menegaskan bahwa akad yang sah menurut Islam harus bebas dari unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan eksploitasi.

C. Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam makalah ini, dapat disimpulkan bahwa usaha waralaba dan Multilevel Marketing (MLM) merupakan dua model bisnis modern yang menawarkan peluang besar bagi pelaku usaha, termasuk umat Muslim. Waralaba memberikan kemudahan dalam memulai bisnis dengan sistem yang telah terbukti berhasil, sedangkan MLM menawarkan sistem pemasaran berjenjang yang memungkinkan pertumbuhan pendapatan dari penjualan dan jaringan.

Dalam perspektif Islam, kedua sistem usaha ini diperbolehkan selama memenuhi prinsip-prinsip syariah, seperti menghindari riba, gharar, maysir, dan praktik penipuan. Waralaba syariah harus menjamin kejelasan akad dan kehalalan produk, sementara MLM Syariah harus menekankan penjualan produk nyata, sistem bonus yang adil, dan tidak menjanjikan kekayaan instan.

Indonesia telah memiliki regulasi yang mengatur legalitas waralaba dan MLM, termasuk fatwa DSN-MUI No. 75/DSN-MUI/VII/2009 yang menjadi pedoman bagi MLM Syariah. Contoh perusahaan seperti PT K-Link menunjukkan bahwa sistem MLM yang sesuai syariah dapat dijalankan dengan baik dan memberi manfaat secara ekonomi serta spiritual.

Daftar Pustaka

- Faisal, F., & Simatupang, N. (2022). The Strengthening Position and Functions of Waqf on Nadzir as an Independent Institution. *Jurnal Akta*, 9(2), 232-241.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2014).
- Koto, I., Hati, L. P., Manurung, A. S., & Siregar, A. S. (2024). Islamic Holy Days: The Contention of Rukyatul Hillal and Hisab Hakiki Wujudul Hilal Disputes for Muslims in Indonesia. *Pharos Journal of Theology*, 105(2).
- Pemerintah Republik Indonesia, *Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*.
- Ramadhani, R., Hanifah, I., & Wajdi, F. (2024). Presidential Decree Number 62 of 2023: Distortion Regulation or Acceleration Solution for Agrarian Reform?. *Jurnal Penelitian Hukum De Jure*, 24(1), 031-042.
- Sofyan S. Harahap, *Hukum Ekonomi Islam*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2020).
- Simatupang, R. S. A. (2024). Pelaksanaan Sistem Peradilan Pidana Anak Di Indonesia Perspektif Nilai Keadilan. *Jurnal Yuridis*, 11(1), 54-63.
- Suherman Rosyidi, *Manajemen Bisnis Waralaba*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012)
- Zainuddin, Z. (2023, March). Development Of Constitutional Law In Indonesia. In *Proceeding International Seminar of Islamic Studies* (pp. 1780-1785).