

Efektivitas Lisensi Waralaba "Es Teh Indonesia" Cabang Kota Kendari Perspektif *Hifz al-Mal*

Artikel	Abstrak
Muh. Syamikh Abdillah Kurniawan¹ Ahmad Ridha² Afialiasi: Syariah, Institut Agama Islam Negeri Kendari, Indonesia^{1,2} Email Correspondence: syamikh9@gmail. com Data: Received: March 11, 2025; Accepted: Jun 10, 2025; Published: Sep 30, 2025 DOI: 10.31332/flr.v7i 2.12456	<i>This study analyzes the effectiveness of the "Es Teh Indonesia" licensing system at the Kendari branch outlets from the perspective of Maqashid al-Shariah, particularly the principle of hifz al-mal (protection of wealth). The research employs a descriptive qualitative approach, with data collected through observation, in-depth interviews with outlet owners and employees, as well as documentation. The data were analyzed inductively, with validity ensured through triangulation of sources, techniques, and time. The findings indicate that the implementation of the license significantly contributes to increased sales, expanded customer base, and improved operational standards through standardized procedures and brand strength. From the Maqashid al-Shariah perspective, the license partially fulfills the principle of wealth protection by safeguarding business assets, maintaining product quality consistency, and utilizing brand equity. However, aspects such as fair profit distribution and sustainable operational support still need optimization to achieve comprehensive maslahah (benefit). The study concludes that the effectiveness of a license is not solely determined by contractual compliance but also by the application of Islamic business ethics that balance rights and obligations. Recommendations include enhancing business literacy among licensees, promoting operational and financial transparency, and ensuring continuous support from the franchisor to strengthen business sustainability.</i> Kata Kunci: Lisensi, Waralaba, Es Teh Indonesia, Efektivitas, Maqashid Syari'ah, Hifz al-Mal

1. Pendahuluan

Waralaba Es Teh Indonesia merupakan salah satu model bisnis minuman kekinian yang mengalami pertumbuhan pesat di Indonesia dalam lima tahun terakhir. Di Kota Kendari, Sulawesi Tenggara, merek ini hadir sebagai bagian dari ekspansi nasional, namun sebagian outlet waralaba di wilayah ini dilaporkan belum memenuhi kewajiban administratif berupa STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) melalui sistem OSS hingga akhir 2024.¹ Fenomena ini menimbulkan pertanyaan terkait legalitas dan efektivitas implementasi penggunaan lisensi di lapangan. Dalam perspektif bisnis Islam, lisensi tidak hanya persoalan administratif, tetapi juga menyangkut transparansi akad dan keadilan hubungan antara pemberi dan penerima lisensi.

Secara nasional, sektor waralaba menunjukkan pertumbuhan stabil. Data Majalahfranchise.com mencatat 93.372 gerai waralaba di Indonesia pada 2022, tumbuh rata-rata 5% per tahun, dengan mayoritas bergerak di bidang makanan dan minuman.² Kementerian Perdagangan pada Agustus 2024 mencatat 151 STPW untuk pemberi waralaba dalam negeri dan 145 untuk luar negeri.³ Namun, studi empiris mengenai

¹ Hasmin Ladiga, La Ode Risman Hermawan, and Annisa Apriliar Monoarfa, “2 Gerai Indomaret Di Kendari Belum Lengkapi Izin Waralaba,” Kendariinfo.com, December 31, 2024.

² Anonim, “Pandemi Terkendali Baik, Industri Waralaba Tumbuh Lebih Besar Di 2022,” MajalahFranchise.com, December 1, 2021.

³ Aji Cakti and Agus Salim, “Kemendag Ungkap Pemberi Waralaba Dalam Negeri Sebanyak 151 STPW,” ANTARA, August 16, 2024.

efektivitas lisensi di tingkat lokal, terutama dari perspektif *Maqashid Syari'ah*, masih minim. Prinsip *hifz al-mal* (perlindungan harta) menjadi relevan untuk mengukur sejauh mana lisensi mampu melindungi kepentingan mitra dan mencegah praktik yang merugikan.⁴

Penelitian terdahulu cenderung fokus pada aspek hukum formal lisensi atau strategi pemasaran waralaba, namun jarang mengkaji keterkaitannya dengan *maqashid* secara komprehensif. Misalnya, Penelitian oleh Dewi menunjukkan bahwa kontrak lisensi sering kali lebih menguntungkan pihak *franchisor*, sementara *franchisee* berada pada posisi negosiasi yang lemah.⁵ Dalam konteks Kendari, muncul pertanyaan apakah lisensi Es Teh Indonesia disertai pelatihan memadai, transparansi keuangan, dan dukungan operasional yang berkelanjutan dari *franchisor*. Prinsip *maqashid* menuntut adanya perlindungan modal, usaha, dan keberlangsungan bisnis mitra.⁶

Urgensi kajian ini terletak pada kebutuhan untuk memastikan bahwa lisensi waralaba tidak hanya berfungsi

⁴ L Maulidiana and L Famulia, "Tinjauan Maqashid Al-Shari'ah Terhadap Waralaba Syariah 212 Mart," *Al-'Adalah* 19, no. 2 (2023): 55–71, <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/download/16339/6895>.

⁵ R S Dewi, "Analisis Normatif Sistem Waralaba Dalam Hukum Islam," *International Journal of Social Science and Religion* 3, no. 1 (2022): 34–50, <http://ijssr.net/index.php/ijssr/article/download/64/42>.

⁶ N Naim and N S Kasri, "Intellectual Property and Islamic Finance Policy Framework," *Thunderbird International Business Review*, 2025, <https://research.aston.ac.uk/files/199533839>.

sebagai alat formalisasi legal, tetapi juga sebagai instrumen pemberdayaan ekonomi yang adil. Penelitian oleh Latifah menyoroti ketimpangan informasi antara *franchisor* dan *franchisee* yang berpotensi merugikan mitra dan bertentangan dengan asas amanah dalam bisnis Islam.⁷ Bagi masyarakat Kendari yang mayoritas Muslim, keberterimaan sebuah bisnis tidak hanya bergantung pada kehalalan produk, tetapi juga keadilan akad dan amanah pelaksanaan.

Artikel ini bertujuan menganalisis efektivitas penggunaan lisensi Es Teh Indonesia pada outlet di Kota Kendari dari perspektif *Maqashid Syari'ah*, dengan fokus pada prinsip *hifz al-mal*. Kontribusi penelitian ini bersifat ganda: secara akademik memperluas penerapan maqashid dalam kajian lisensi waralaba pada konteks mikroekonomi; secara praktis memberikan rekomendasi bagi regulator, pelaku usaha, dan mitra waralaba dalam membangun ekosistem bisnis yang transparan, berkeadilan, dan maslahat.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan sifat deskriptif-analitis. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali secara mendalam pengalaman, persepsi, dan praktik para pelaku usaha terkait efektivitas penggunaan lisensi dalam konteks waralaba Es Teh Indonesia, serta menilai kesesuaiannya

⁷ E Latifah, "Peran Ekonomi Syariah Dalam Franchise Produk Makanan," *ATTARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2022, <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/attariiz/article/download/275/248>

dengan prinsip *Maqashid Syari'ah*. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti memahami realitas sosial secara kontekstual dan menginterpretasikan fenomena berdasarkan perspektif partisipan. Sumber data terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam dengan manajer dan karyawan outlet, observasi langsung terhadap aktivitas operasional, serta dokumentasi internal outlet. Data sekunder dikumpulkan dari arsip, laporan resmi, peraturan terkait lisensi, serta publikasi ilmiah yang relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama: observasi partisipatif untuk mengidentifikasi prosedur operasional dan interaksi kerja, wawancara mendalam semi-terstruktur untuk menggali pandangan dan pengalaman informan, serta dokumentasi untuk melengkapi informasi tertulis seperti kontrak lisensi dan pedoman operasional. Prosedur pengumpulan data dilaksanakan secara berulang hingga mencapai *saturation point*. Analisis data menggunakan metode analisis induktif dengan langkah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Proses ini dilakukan secara simultan selama pengumpulan data untuk mengidentifikasi pola dan tema utama. Validitas temuan diperkuat melalui triangulasi sumber, teknik, dan waktu, sesuai panduan uji keabsahan data kualitatif guna memastikan konsistensi dan kredibilitas informasi.

3. Hasil dan Pembahasan

a) Implementasi Lisensi Waralaba “Es The Indonesia”

Implementasi lisensi pada outlet Es Teh Indonesia di Kendari menggunakan model non-eksklusif, di mana hak merek dan sistem dapat diberikan kepada lebih dari satu outlet dalam radius tertentu. Paket lisensi mencakup elemen standar seperti penggunaan identitas merek, desain interior, tata cara penampilan karyawan, pedoman penyajian produk, hingga strategi promosi terintegrasi. Prosedur pembukaan outlet juga mengikuti alur baku mulai dari pembayaran *commitment fee*, survei lokasi, desain pembangunan, pelunasan lisensi, pengiriman peralatan dan bahan baku, pelatihan karyawan, hingga *grand opening*. Standarisasi ini terbukti mengurangi potensi *trial-and-error* pada fase awal dan mempersingkat kurva belajar operasional, sehingga penerima lisensi dapat segera fokus pada aktivitas penjualan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan lisensi Es Teh Indonesia pada outlet di Kota Kendari memberikan dampak positif terhadap peningkatan omzet, standarisasi produk, dan pengenalan merek di pasar lokal. Pertumbuhan penjualan tercatat stabil sejak pembukaan, dengan kontribusi signifikan dari strategi pemasaran yang memanfaatkan kekuatan merek nasional. Strategi pemasaran yang mengandalkan kekuatan merek nasional terbukti efektif menarik segmen konsumen muda yang menjadi target utama. Hak eksklusif merek dalam lisensi mampu menciptakan

keunggulan kompetitif yang berdampak langsung pada penjualan. Penerapan standar operasional waralaba (SOP) dijalankan dengan konsisten, meliputi prosedur penyajian, kualitas bahan baku, serta desain outlet yang seragam.⁸

Dari sisi kinerja outlet, temuan lapangan menunjukkan adanya kejelasan aspek legal melalui perjanjian tertulis yang memuat hak dan kewajiban secara seimbang sesuai dengan regulasi merek dagang nasional. Wawancara dengan manajemen outlet tidak menemukan indikasi adanya klausul yang bersifat eksploitatif atau gharar, sehingga kepastian hukum dapat dinilai terjamin.

Pada aspek ekonomi, kekuatan merek terbukti memberikan dampak positif pada fase awal peluncuran dengan omzet harian sekitar Rp14 juta yang kemudian stabil pada kisaran Rp9–10 juta dengan ± 200 transaksi per hari. Meskipun penjualan cukup sensitif terhadap kondisi cuaca, brand awareness yang tinggi, promosi terpusat, dan konsistensi rasa produk menjaga stabilitas pendapatan outlet.

Secara operasional, pelatihan intensif selama tiga hari yang diberikan oleh pihak pusat mempersiapkan karyawan dalam teknik pembuatan minuman, sistem kasir, manajemen stok, serta pelayanan konsumen. *Standard operating procedure* (SOP) yang jelas meminimalisasi kesalahan prosedural dan

⁸ E Santarelli and M Vivarelli, "Entrepreneurship and the Process of Firms' Entry, Survival and Growth," *Industrial and Corporate Change* 16, no. 3 (2007): 455–88, <https://doi.org/10.1093/icc/dtm010>.

mempercepat waktu layanan, sementara sistem dua shift harian menjaga beban kerja tetap seimbang. Dari aspek sosial, rekrutmen tenaga kerja lokal berkontribusi pada penguatan ikatan sosial dengan komunitas setempat sekaligus menciptakan dampak ekonomi mikro seperti peningkatan keterampilan barista, penyerapan tenaga kerja, dan keterlibatan rantai pasok lokal.

lisensi waralaba mampu mendorong efisiensi operasional melalui standarisasi proses, namun seringkali menempatkan penerima lisensi pada posisi negosiasi yang lemah terhadap pemberi lisensi. Dalam konteks *Maqashid Syari'ah*, khususnya prinsip *hifz al-mal*, pelaksanaan lisensi ini telah memberikan perlindungan modal usaha melalui *brand recognition* dan sistem operasional yang teruji. Namun, aspek keberlanjutan usaha masih perlu ditingkatkan melalui mekanisme pembinaan berkelanjutan dan distribusi informasi yang transparan.⁹

Secara praktis, penerapan lisensi memberikan akses langsung ke model bisnis yang telah terbukti, mengurangi risiko kegagalan usaha pada tahap awal. Hal ini sejalan dengan temuan Latifah yang menekankan bahwa transfer pengetahuan dan sistem bisnis menjadi keunggulan utama waralaba. Akan tetapi, ketergantungan yang tinggi pada *franchisor* dalam hal suplai bahan baku menimbulkan potensi risiko apabila terjadi

⁹ Dewi, "Analisis Normatif Sistem Waralaba Dalam Hukum Islam."

gangguan distribusi, yang dapat memengaruhi kualitas dan kontinuitas produksi.

**b) Pemberian Lisensi Waralaba “Es Teh Indonesia”
Perspektif *Hifz al-Mal***

Jika ditinjau melalui pendekatan efektivitas organisasi multiperspektif yakni tujuan, sumber daya, dan prose lisensi terbukti mempercepat pencapaian tujuan (lonjakan omzet dan stabilisasi transaksi), mengamankan sumber daya kritis (merek, bahan baku, SOP, dan promosi), serta menstandarkan proses melalui pelatihan dan instruksi kerja yang terstruktur. Lisensi dengan model non-eksklusif berbasis sistem memungkinkan scaling bisnis yang cepat dengan mutu terjaga di berbagai outlet. Secara ekonomi, paket lisensi menurunkan biaya transaksi, mengurangi risiko kegagalan pada fase rintisan, dan memberikan efektivitas operasional melalui pelatihan singkat yang cukup untuk tugas-tugas yang terstruktur.

Analisis berdasarkan *Maqashid Syari'ah* menunjukkan bahwa lisensi Es Teh Indonesia di Kendari telah memberikan perlindungan modal dan aset usaha melalui penguatan merek, standarisasi mutu, dan manajemen terpusat. Namun, belum semua aspek keadilan kontraktual terpenuhi, terutama dalam hal pembagian keuntungan yang proporsional dan dukungan berkelanjutan. Perlindungan kolektif terhadap mitra usaha merupakan inti dari penerapan *maqashid* dalam bisnis. Implementasi lisensi di Kendari dapat dikategorikan selaras

dengan prinsip-prinsip syariah. Prinsip *hifz al-mal* tercermin dari kontrak yang jelas, pembagian risiko proporsional, dan dukungan operasional yang meningkatkan peluang keberlanjutan pendapatan mitra. Prinsip *al-'adalah* terwujud melalui hak dan kewajiban yang seimbang tanpa adanya penalti yang merugikan sepihak. Sementara itu, prinsip *masalahah* hadir melalui manfaat sosial berupa penyerapan tenaga kerja lokal dan transfer keterampilan, sedangkan takaful tampak dalam bentuk dukungan, pelatihan, dan supervisi kolaboratif antara *franchisor* dan *franchisee*.

Dengan demikian, lisensi Es Teh Indonesia di Kendari bukan hanya sah secara hukum positif, tetapi juga *legitimate* secara etis normatif menurut *maqashid syari'ah* karena menjunjung keadilan, keterbukaan, serta kebermanfaatan bersama. Secara holistik, efektivitas lisensi dapat disimpulkan dari empat aspek utama: percepatan *market entry*, efisiensi operasional, stabilitas pendapatan, serta kontribusi sosial lokal.

Secara ekonomi, lisensi ini memberikan kemudahan akses ke model bisnis yang telah terbukti sukses, sehingga mengurangi risiko kegagalan usaha di tahap awal. Format waralaba mampu mempercepat pertumbuhan bisnis dengan risiko yang lebih terkendali. Namun, keberhasilan jangka

panjang tetap memerlukan adaptasi terhadap kondisi pasar lokal.¹⁰

Dengan demikian, efektivitas lisensi Es Teh Indonesia di Kota Kendari dapat dikategorikan tinggi pada aspek operasional dan pemasaran, namun sedang hingga rendah pada aspek pembinaan dan kepatuhan administratif. Peningkatan efektivitas di masa depan memerlukan sinergi antara *franchisor* dan *franchisee* melalui pendampingan yang intensif, transparansi informasi, serta optimalisasi prinsip *Maqashid Syari'ah* untuk menjamin keberlanjutan usaha yang adil dan maslahat bagi semua pihak.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menemukan bahwa penggunaan lisensi Es Teh Indonesia pada outlet di Kota Kendari secara umum efektif dalam meningkatkan kinerja bisnis, khususnya pada aspek operasional dan pemasaran. Penerapan *Standard Operating Procedure* (SOP) yang konsisten, penguatan citra merek, dan penerapan strategi pemasaran terintegrasi berkontribusi pada peningkatan penjualan dan loyalitas pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa lisensi mampu menjadi instrumen yang mendorong pertumbuhan usaha dan memperluas jangkauan pasar.

Dari perspektif *Maqashid Syari'ah*, khususnya prinsip *hifz al-mal*, lisensi ini telah memberikan perlindungan terhadap modal

¹⁰ R Perrigot and B López-Fernández, "Franchise Contracts and Performance Control: A Cross-National Study," *Journal of Retailing* 96, no. 4 (2020): 620–33, <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.09.002>.

dan aset usaha melalui standarisasi mutu, pengawasan kualitas, dan manajemen terpusat. Namun, penelitian juga mengidentifikasi kelemahan yang perlu mendapat perhatian, seperti keterbatasan pendampingan pasca-pelatihan, kurangnya transparansi informasi keuangan, serta ketergantungan tinggi terhadap pasokan bahan baku dari pihak *franchisor*.

Efektivitas lisensi akan optimal apabila tidak hanya memenuhi aspek legal dan operasional, tetapi juga mengintegrasikan prinsip keadilan kontraktual, distribusi keuntungan yang proporsional, dan pembinaan berkelanjutan bagi mitra usaha. Dengan demikian, model lisensi berbasis *Maqashid Syari'ah* dapat menjadi acuan bagi pengembangan ekosistem waralaba yang berkelanjutan, adil, dan maslahat bagi seluruh pihak.

Daftar Pustaka

- Aji Cakti, and Agus Salim. "Kemendag Ungkap Pemberi Waralaba Dalam Negeri Sebanyak 151 STPW." ANTARA, August 16, 2024.
- Anonim. "Pandemi Terkendali Baik, Industri Waralaba Tumbuh Lebih Besar Di 2022." MajalahFranchise.com, December 1, 2021.
- Dewi, R S. "Analisis Normatif Sistem Waralaba Dalam Hukum Islam." *International Journal of Social Science and Religion* 3, no. 1 (2022): 34–50.
<http://ijssr.net/index.php/ijssr/article/download/64/42>.
- Hasmin Ladiga, La Ode Risman Hermawan, and Annisa Apriliar Monoarfa. "2 Gerai Indomaret Di Kendari Belum Lengkapi Izin Waralaba." Kendariinfo.com, December 31, 2024.

- Latifah, E. “Peran Ekonomi Syariah Dalam Franchise Produk Makanan.” *AT-TARIIZ: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Syariah*, 2022. <https://azramedia-indonesia.azramediaindonesia.com/index.php/attariiz/article/download/275/248>.
- Maulidiana, L, and L Famulia. “Tinjauan Maqashid Al-Sharī’ah Terhadap Waralaba Syariah 212 Mart.” *Al-’Adalah* 19, no. 2 (2023): 55–71. <https://ejournal.radenintan.ac.id/index.php/adalah/article/download/16339/6895>.
- Naim, N, and N S Kasri. “Intellectual Property and Islamic Finance Policy Framework.” *Thunderbird International Business Review*, 2025. <https://research.aston.ac.uk/files/199533839>.
- Perrigot, R, and B López-Fernández. “Franchise Contracts and Performance Control: A Cross-National Study.” *Journal of Retailing* 96, no. 4 (2020): 620–33. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.09.002>.
- Santarelli, E, and M Vivarelli. “Entrepreneurship and the Process of Firms’ Entry, Survival and Growth.” *Industrial and Corporate Change* 16, no. 3 (2007): 455–88. <https://doi.org/10.1093/icc/dtm010>.