

**LEASING DAN WARALABA DALAM HUKUM SYARIAH DI ERA DIGITAL:
KONSEP IJARAH DALAM LEASING SYARIAH SERTA FRANCHISE
HALAL DAN REGULASI BISNIS WARALABA**

Farhan Putra Pratama, Mahfud Fadli, Kustiana, Jefik Zulfikar Hafizd

Universitas Islam Negeri Siber Syekh Nurjati Cirebon

Email: farhan.pratamacrb@gmail.com, mahfudfadli984@gmail.com,
kustianaanaa@gmail.com, jefik@uinssc.ac.id

ABSTRACT

This article examines the practices of leasing (operating lease) and franchising from a Sharia law perspective, particularly in the context of the digital age, which demands efficiency, transparency, and compliance with Islamic values. Sharia leasing, which is based on the ijarah contract, is a financing alternative that avoids elements of usury and speculation (gharar). Ijarah itself is an agreement to utilize an asset in exchange for a certain compensation, whereby the object of the agreement must be halal, have clear benefits, and not contain elements of uncertainty that are detrimental to either party. In the context of leasing, this agreement can be developed into ijarah muntahiya bit tamlik, which is a lease that ends with a transfer of ownership, as long as it is carried out in accordance with Sharia principles. Meanwhile, halal franchising is a form of business cooperation that requires compliance with halal standards in terms of products, services, operational systems, and business management. Halal certification from authorities such as the Indonesian Ulema Council (MUI) is an important aspect in ensuring the halalness of the franchise system. In addition, Sharia franchise regulations must take into account the principles of fairness, transparency in contracts, and shared responsibility between franchisors and franchisees. The digital era brings both challenges and opportunities in implementing these principles, through halal verification technology, digital contract systems, and online platform-based monitoring. This article uses a descriptive qualitative approach with literature study as the main method. The results of the analysis show that leasing and franchising practices can be in line with Islamic law if they are designed and implemented in accordance with sharia principles. This study is expected to be a reference for business actors, regulators, and academics in developing a sharia business model that is sustainable and adaptive to technological developments.

Keywords: *Sharia Leasing, Ijarah, Halal Franchise, Sharia Law, Digital Era*

ABSTRAK

Artikel ini mengkaji praktik leasing (sewa guna usaha) dan waralaba (franchise) dalam perspektif hukum syariah, khususnya dalam konteks era digital yang menuntut efisiensi, transparansi, dan kepatuhan terhadap nilai-nilai Islam. Leasing syariah yang didasarkan pada akad ijarah menjadi alternatif pembiayaan yang menghindari unsur riba dan

spekulasi (gharar). Ijarah sendiri merupakan akad pemanfaatan suatu aset dengan imbalan tertentu, di mana objek akad harus bersifat halal, jelas manfaatnya, serta tidak mengandung unsur ketidakpastian yang merugikan salah satu pihak. Dalam konteks leasing, akad ini dapat dikembangkan menjadi ijarah muntahiya bit tamlik, yakni sewa menyewa yang diakhiri dengan perpindahan kepemilikan, selama dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Sementara itu, waralaba halal merupakan bentuk kerja sama bisnis yang membutuhkan kepatuhan terhadap standar halal baik dari segi produk, jasa, hingga sistem operasional dan tata kelola usaha. Sertifikasi halal dari otoritas seperti MUI menjadi aspek penting dalam memastikan kehalalan sistem waralaba. Selain itu, regulasi waralaba syariah harus memperhatikan prinsip keadilan, transparansi dalam akad, dan tanggung jawab bersama antara franchisor dan franchisee. Era digital membawa tantangan sekaligus peluang dalam pelaksanaan prinsip-prinsip ini, melalui teknologi verifikasi halal, sistem kontrak digital, serta pengawasan berbasis platform daring. Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan studi pustaka sebagai metode utama. Hasil analisis menunjukkan bahwa praktik leasing dan waralaba dapat sejalan dengan hukum Islam apabila dirancang dan dilaksanakan sesuai dengan prinsip syariah. Kajian ini diharapkan menjadi referensi bagi pelaku usaha, regulator, dan akademisi dalam mengembangkan model bisnis syariah yang berkelanjutan dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kata Kunci: Leasing Syariah, Ijarah, Waralaba Halal, Hukum Syariah, Era Digital

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa dekade terakhir telah merevolusi berbagai sektor, termasuk sektor keuangan dan model bisnis seperti leasing dan waralaba. Di tengah pesatnya transformasi digital, muncul kebutuhan untuk menyesuaikan praktik bisnis ini dengan prinsip-prinsip hukum Islam. Leasing (sewa guna usaha) dan waralaba (franchise) merupakan dua bentuk kerja sama bisnis yang semakin populer dalam ekonomi modern, namun tidak jarang masih dipertanyakan kesesuaiannya dalam perspektif syariah.

Fakta di lapangan menunjukkan bahwa banyak lembaga keuangan maupun pelaku usaha menggunakan skema leasing konvensional yang

mengandung unsur riba, gharar, dan ketidakjelasan akad. Begitu pula dalam praktik waralaba, seringkali ditemukan sistem yang tidak memperhatikan aspek kehalalan produk, jasa, serta kontrak bisnis yang adil.

Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Muhammad Syafii Antonio menekankan bahwa akad ijarah dapat menjadi dasar pembiayaan syariah yang sah dan efektif selama memenuhi rukun dan syarat akad dalam Islam¹. Sementara itu, fatwa-fatwa yang dikeluarkan oleh DSN-MUI memberikan panduan tentang pelaksanaan akad ijarah dan ketentuan waralaba syariah². Namun, masih terdapat gap dalam konteks implementasi keduanya dalam era digital, terutama dari sisi regulasi,

¹ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 127-130.

² Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), *Himpunan Fatwa DSN-MUI*, Edisi Lengkap (Jakarta: DSN-MUI, 2011).

teknologi, dan akuntabilitas transaksi. Oleh karena itu, diperlukan kajian yang memperkuat kerangka hukum syariah terhadap praktik leasing dan waralaba di tengah perkembangan teknologi digital saat ini.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan kontribusi akademik dan praktis dalam membangun ekosistem bisnis syariah yang tidak hanya sesuai hukum Islam, tetapi juga adaptif terhadap perkembangan teknologi digital. Dengan pemahaman yang komprehensif, diharapkan pelaku usaha dan regulator dapat menjalankan aktivitas ekonomi yang lebih berkeadilan, transparan, dan berkelanjutan.

2. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analitis, bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisis praktik leasing dan waralaba dalam perspektif hukum syariah di era digital. Strategi penelitian dilakukan melalui studi kepustakaan (library research) dengan mengkaji literatur primer dan sekunder berupa buku, jurnal ilmiah, fatwa DSN-MUI, regulasi pemerintah, serta sumber daring yang relevan.

Strategi pengumpulan data melibatkan penelusuran sistematis terhadap karya-karya ilmiah yang membahas akad ijarah, waralaba halal, serta perkembangan digitalisasi dalam ekonomi syariah. Penulis juga mengumpulkan data dari dokumen hukum dan fatwa syariah untuk memperkuat landasan normatif.

Pengorganisasian data dilakukan dengan klasifikasi berdasarkan tema utama: (1) leasing syariah dan akad ijarah, (2) konsep dan praktik waralaba halal, dan (3) integrasi teknologi digital

dalam praktik bisnis syariah. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara kualitatif dengan pendekatan tematik, yaitu mengelompokkan informasi berdasarkan isu pokok dan menghubungkannya dengan teori serta prinsip hukum Islam.

Prosedur analisis dilakukan secara induktif dan deduktif. Secara induktif, penulis menelaah data lapangan dan literatur untuk menarik generalisasi konsep. Secara deduktif, prinsip-prinsip hukum syariah dijadikan dasar untuk mengevaluasi kesesuaian praktik leasing dan waralaba dalam dunia bisnis digital. Hasil analisis ini selanjutnya digunakan untuk merumuskan kesimpulan dan rekomendasi bagi pelaku usaha serta pemangku kebijakan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Konsep Ijarah dalam Praktik Leasing Syariah

Dalam praktik leasing syariah, konsep yang digunakan adalah akad ijarah, yaitu akad pemindahan hak guna (manfaat) atas suatu aset atau barang dalam jangka waktu tertentu dengan pembayaran sewa sebagai imbalan. Berbeda dengan leasing konvensional yang sering kali melibatkan unsur riba, leasing syariah memastikan bahwa transaksi dilakukan berdasarkan prinsip keadilan, kejelasan manfaat, serta tanpa spekulasi atau ketidakpastian (gharar).

Dalam konteks leasing syariah, biasanya digunakan dua jenis akad:

1. Ijarah: Murni akad sewa tanpa adanya perpindahan kepemilikan di akhir masa sewa.
2. Ijarah Muntahiya Bit Tamlik (IMBT): Akad sewa yang disertai janji atau pilihan untuk membeli aset di akhir masa sewa. Namun, perpindahan kepemilikan harus

dilakukan melalui akad jual beli terpisah agar tetap sesuai dengan prinsip syariah³.

Objek ijarah harus merupakan barang halal, jelas manfaatnya, dan dapat diserahkan secara syar'i. Penyewa bertanggung jawab terhadap pemanfaatan barang, sedangkan pemilik bertanggung jawab terhadap pemeliharaan barang secara umum selama masa sewa, kecuali ada kesepakatan lain. Keunggulan leasing syariah adalah fleksibilitasnya dalam pembiayaan produktif tanpa melanggar prinsip syariah, sehingga mendukung pengembangan ekonomi umat dalam sistem yang adil dan beretika⁴.

B. Penerapan Prinsip Halal dalam Bisnis Waralaba di Era Digital

Penerapan prinsip halal dalam bisnis waralaba di era digital menjadi aspek krusial untuk memastikan seluruh aktivitas usaha berjalan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Dalam konteks ini, prinsip halal tidak hanya mencakup produk yang ditawarkan, tetapi juga mencakup sistem operasional, manajemen, dan model akad dalam perjanjian waralaba. Pertama, produk atau jasa yang dipasarkan harus jelas kehalalannya, baik dari bahan, proses produksi, hingga distribusinya. Untuk memastikan hal ini, pemilik waralaba (franchisor) wajib mengantongi sertifikat halal dari otoritas resmi seperti Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dalam era digital, proses sertifikasi ini juga sudah dapat dilakukan secara daring untuk efisiensi dan transparansi⁵. Kedua,

dalam perjanjian waralaba harus terdapat akad yang bebas dari unsur riba, gharar (ketidakjelasan), dan maysir (spekulasi). Transparansi perjanjian, hak dan kewajiban masing-masing pihak, serta pembagian keuntungan harus dijelaskan secara rinci dalam kontrak. Teknologi digital kini memfasilitasi penggunaan kontrak elektronik (e-contract) yang dapat diakses dan ditandatangani secara online, dengan tetap menjunjung prinsip-prinsip keadilan dalam muamalah⁶. Ketiga, penggunaan platform digital untuk promosi, pemesanan, hingga transaksi pembayaran juga harus memenuhi prinsip syariah. Misalnya, sistem pembayaran tidak boleh mengandung bunga tersembunyi atau penalti berbasis riba. Selain itu, informasi yang ditampilkan dalam aplikasi atau website harus jujur dan tidak menyesatkan (gharar). Dengan memanfaatkan teknologi digital secara syariah-compliant, bisnis waralaba dapat menjangkau pasar yang lebih luas tanpa mengorbankan nilai-nilai Islam. Hal ini tidak hanya menjadi kebutuhan spiritual, tetapi juga keunggulan kompetitif dalam bisnis halal global.

C. Regulasi yang Perlu Diperhatikan dalam Bisnis Waralaba Syariah

Dalam menjalankan bisnis waralaba berbasis syariah, pelaku usaha harus mematuhi dua jenis regulasi utama, yaitu regulasi umum yang mengatur bisnis waralaba secara nasional, serta regulasi khusus yang mengatur kesesuaian prinsip syariah dalam praktik waralaba.

³ Muhammad Syaff'i Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 127-130.

⁴ Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah dan Fatwa No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiyah Bit Tamlik.

⁵ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Prosedur Sertifikasi Halal Digital," bpjph.kemenag.go.id, diakses 9 April 2025.

⁶ Dewan Syariah Nasional-MUI, Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise (Waralaba).

1. Peraturan Pemerintah tentang WaralabaRegulasi dasar bisnis waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 71/ M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Regulasi ini mengatur syarat waralaba, kewajiban pelaporan, isi perjanjian, dan perlindungan terhadap mitra usaha. Waralaba syariah tetap harus tunduk pada aturan ini dalam hal administrasi dan legalitas usaha⁷.
2. Fatwa DSN-MUI tentang Waralaba (Franchise) Untuk memastikan kehalalan praktik waralaba, pelaku usaha juga wajib mengacu pada Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise (Waralaba). Fatwa ini menegaskan bahwa akad waralaba harus memenuhi prinsip-prinsip muamalah, seperti: kejelasan objek akad, keterbukaan hak dan kewajiban, serta tidak mengandung unsur riba, gharar, dan maysir. Fatwa ini juga menganjurkan penggunaan akad gabungan seperti ijarah, wakalah, dan syirkah dalam sistem waralaba⁸.
3. UU Jaminan Produk Halal (UU No. 33 Tahun 2014)Setiap bisnis waralaba yang menawarkan produk makanan, minuman, kosmetik, atau jasa yang menyentuh aspek konsumsi wajib memenuhi ketentuan Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Per 17 Oktober 2024, seluruh produk makanan dan minuman yang diperdagangkan wajib bersertifikat

halal, termasuk yang dijual melalui sistem waralaba⁹.

4. Pendaftaran Sistem Waralaba Sebelum menjalankan bisnis waralaba, pemilik waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran dan perjanjian waralaba ke Kementerian Perdagangan melalui sistem online (franchise.kemendag.go.id). Ini berlaku pula bagi waralaba syariah sebagai bentuk kepatuhan administratif. Kombinasi antara regulasi umum dan prinsip syariah ini memastikan bahwa bisnis waralaba tidak hanya legal secara hukum negara, tetapi juga sah menurut hukum Islam, sehingga memberi kepercayaan lebih besar kepada konsumen Muslim.

D. Syarat dan Rukun Akad Ijarah dalam Leasing Syariah menurut Hukum Islam

Agar akad ijarah dalam praktik leasing syariah dianggap sah dan sesuai dengan prinsip hukum Islam, terdapat beberapa rukun dan syarat yang harus dipenuhi. Akad ijarah secara umum merupakan akad pemindahan manfaat (manfa'ah) suatu aset atau barang dengan imbalan tertentu dan dalam waktu tertentu.

Rukun Ijarah:

1. Al-'Aqidain (Para Pihak): Terdiri dari mu'jir (pihak yang menyewakan) dan musta'jir (pihak yang menyewa). Keduanya harus cakap hukum (baligh, berakal, dan atas kehendak sendiri)¹⁰.

⁷ Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁸ Dewan Syariah Nasional-MUI, Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise (Waralaba).

⁹ Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

¹⁰ Wahbah al-Zuhaili, Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 2761.

2. Ma'qud 'Alaih (Objek Akad): Manfaat barang yang disewa harus bersifat halal dan dapat diserahkan. Barang yang dijadikan objek ijarah harus diketahui dengan jelas sifat, jenis, dan spesifikasinya¹¹.
3. Ujrah (Imbalan/Sewa): Besaran sewa harus ditentukan secara jelas di awal akad, baik dalam bentuk nominal, satuan waktu, atau bentuk lain yang disepakati.
4. Shighat (Ijab dan Qabul): Adanya pernyataan kesepakatan dari kedua belah pihak yang menunjukkan kerelaan dan kejelasan akad.
Syarat Sah Ijarah:
 1. Objek sewa tidak boleh berupa barang konsumtif yang habis dipakai (seperti makanan atau minuman).
 2. Jangka waktu sewa harus jelas, baik bulanan, tahunan, atau sesuai kesepakatan.
 3. Tidak boleh mengandung unsur gharar (ketidakpastian), riba, dan maysir (spekulasi).
 4. Manfaat yang diperoleh dari objek harus dapat diukur dan dinilai secara ekonomis.

Dalam konteks leasing syariah, ijarah diterapkan untuk menyewakan aset produktif (seperti kendaraan atau alat berat) kepada pihak lain dengan perjanjian yang memenuhi seluruh unsur di atas. Jika diakhiri dengan kepemilikan, maka akad ijarah dapat dikombinasikan dengan akad jual beli atau hibah melalui skema ijarah muntahiya bit tamlik (IMBT), yang dilakukan secara terpisah setelah masa sewa selesai¹².

E. Penerapan Ijarah Muntahiya Bit Tamlik (IMBT) dalam Leasing Syariah

Ijarah Muntahiya Bit Tamlik (IMBT) adalah bentuk pengembangan dari akad ijarah (sewa menyewa) yang disertai dengan janji perpindahan kepemilikan aset dari pihak penyewa kepada penyewa di akhir masa sewa, baik melalui hibah, jual beli, atau bentuk pemindahan kepemilikan lainnya. Dalam praktik leasing syariah, IMBT diterapkan untuk memenuhi kebutuhan pembiayaan tanpa melibatkan unsur riba seperti dalam leasing konvensional. Prosesnya terdiri dari dua tahap utama:

1. Akad Ijarah (Sewa) Pada tahap awal, lembaga pembiayaan (lessor) menyewakan aset (seperti kendaraan atau mesin) kepada nasabah (lessee) untuk jangka waktu tertentu dengan pembayaran ujarah (sewa) yang telah disepakati. Selama masa sewa, hak milik atas aset tetap berada pada pihak lessor.
2. Akad Tamlik (Pemindahan Kepemilikan) Setelah masa sewa berakhir dan seluruh kewajiban pembayaran selesai, terjadi pemindahan kepemilikan aset kepada penyewa. Bentuk tamlik bisa berupa:
 - a. Hibah, jika diberikan secara cuma-cuma;
 - b. Jual beli, jika ada harga sisa (residual value) yang dibayarkan;
 - c. Janji hibah (wa'd hibah), yang dilakukan sejak awal namun hanya menjadi efektif setelah terpenuhinya syarat-syarat tertentu¹³.

Prinsip Penerapan dalam Syariah:

¹¹ Muhammad Taqi Usmani, *An Introduction to Islamic Finance* (Karachi: Idaratul Ma'arif, 2002), hlm. 101-103.

¹² DSN-MUI, Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah, dan Fatwa No. 27/DSN-

MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.

¹³ DSN-MUI, Fatwa No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.

1. Akad ijarah dan akad tamlik harus dipisah, tidak boleh digabung dalam satu akad agar tidak melanggar larangan akad ganda (*bay'ain fi bay'in*)¹⁴.
2. Objek leasing harus bersifat produktif dan halal, serta manfaatnya dapat diukur secara ekonomis.
3. Harus ada kejelasan terkait biaya sewa, jangka waktu, dan mekanisme perpindahan kepemilikan.
4. IMBT tidak boleh memuat unsur bunga (*interest*) sebagaimana dalam leasing konvensional, melainkan murni akad sewa yang disusul dengan pemindahan hak milik.

Model IMBT ini telah banyak diterapkan oleh lembaga keuangan syariah di Indonesia, termasuk perbankan syariah dan perusahaan multifinance syariah, khususnya dalam pembiayaan kendaraan dan alat berat.

F. Konsep Waralaba Halal dalam Kerangka Hukum Syariah dan Prinsip-Prinsip yang Harus Dipenuhi

Konsep waralaba halal dalam hukum syariah merupakan bentuk kerja sama usaha yang tidak hanya memperhatikan aspek profit, tetapi juga menekankan pada kepatuhan terhadap prinsip-prinsip muamalah Islam, baik dalam produk, layanan, maupun sistem bisnisnya. Dalam perspektif syariah, waralaba halal harus memastikan bahwa semua elemen bisnis—termasuk akad, operasional, dan distribusi—tidak mengandung unsur haram seperti *riba*,

gharar (ketidakjelasan), dan *maysir* (spekulasi).

Prinsip-Prinsip Waralaba Halal

Produk dan Jasa Harus Halal, Produk yang diperdagangkan melalui sistem waralaba harus bersumber dari bahan halal dan bebas dari unsur najis atau zat yang diharamkan. Begitu pula jasa yang diberikan tidak boleh berkaitan dengan aktivitas haram (misalnya: *riba*, perjudian, atau pornografi)¹⁵. Akad yang Jelas dan Syariah-compliant, Hubungan antara franchisor dan franchisee harus dituangkan dalam akad yang transparan dan adil, dengan menyebutkan secara tegas hak dan kewajiban masing-masing pihak. Akad ini harus bebas dari unsur penipuan (*tadlis*) dan *gharar*¹⁶. Sistem Operasional yang Sesuai Syariah, Sistem manajemen, keuangan, pemasaran, hingga pelayanan pelanggan harus dijalankan berdasarkan etika bisnis Islam, seperti tidak melakukan penipuan, kecurangan, eksploitasi, dan pemaksaan. Kepemilikan dan Tanggung Jawab yang Adil, Waralaba halal menuntut keseimbangan dalam pembagian risiko dan keuntungan, serta transparansi dalam pembukuan dan sistem pelaporan antara franchisor dan franchisee. Sertifikasi Halal dan Pengawasan Syariah, Bisnis waralaba yang menjual produk konsumtif harus memiliki sertifikat halal dari lembaga berwenang (seperti BPJPH atau MUI). Selain itu, sebaiknya ada Dewan Pengawas Syariah (DPS) yang memantau proses dan kepatuhan bisnis terhadap nilai-nilai Islam¹⁷. Dalam praktiknya, waralaba halal juga harus menyesuaikan dengan

¹⁴ Muhammad Syafii Antonio, *Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik* (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 132-134.

¹⁵ Abdurrahman, D., & Fitriani, L. (2021). Implementasi Bisnis Waralaba Halal dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(3), 475-488. <https://doi.org/10.20473/vol8iss3pp475-488>

¹⁶ Lestari, A. N., & Rahman, F. (2020). Konsep Waralaba Halal dan Akadnya dalam Fiqih Muamalah Kontemporer. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 15-28.

¹⁷ Yusuf, M., & Aisyah, S. (2019). Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Waralaba Halal di Indonesia. *Jurnal Al-Mashrafiyah*, 3(2), 89-98.

regulasi lokal seperti UU Jaminan Produk Halal No. 33 Tahun 2014, serta fatwa dari Dewan Syariah Nasional MUI yang menjadi pedoman dalam membangun sistem franchise berbasis syariah.

G. Peran Teknologi Digital dalam Mendukung Implementasi Leasing Syariah dan Waralaba Halal yang Akuntabel, Efisien, dan Sesuai Syariah

Teknologi digital memainkan peran penting dalam memperkuat implementasi leasing syariah dan waralaba halal agar lebih akuntabel, efisien, dan tetap berlandaskan syariah Islam. Era digital memungkinkan proses bisnis dijalankan dengan transparansi tinggi, otomatisasi administrasi, serta verifikasi kepatuhan syariah yang lebih mudah dan cepat.

Peran Teknologi dalam Leasing Syariah Digital Contracting & E-Signature, Penggunaan sistem kontrak digital (e-contract) dan tanda tangan elektronik memungkinkan penyusunan akad ijarah dan IMBT dilakukan secara cepat, terdokumentasi, dan menghindari manipulasi data, selama tetap memperhatikan rukun dan syarat sah akad dalam Islam¹⁸. Sistem Manajemen Aset Terintegrasi, Aplikasi berbasis cloud membantu lembaga leasing syariah melacak status aset, nilai manfaat, serta riwayat sewa dan pembayaran secara real-time, memastikan akuntabilitas dan keterbukaan dalam transaksi¹⁹. Sharia

Compliance Automation, Beberapa platform keuangan syariah telah mengembangkan modul otomatisasi verifikasi syariah, yang memeriksa kesesuaian akad dan transaksi dengan fatwa DSN-MUI secara otomatis.

Peran Teknologi dalam Waralaba Halal Digital Halal Verification, Teknologi blockchain dan QR code kini digunakan untuk menyimpan informasi sertifikasi halal dan proses audit produk, sehingga konsumen dan mitra franchise dapat dengan mudah memverifikasi status halal secara daring²⁰. Platform Waralaba Syariah, Sistem marketplace waralaba yang berbasis syariah kini mulai bermunculan, menyediakan fasilitas pencocokan mitra usaha, penyusunan akad yang sesuai syariah, hingga layanan konsultasi halal. Pengawasan Syariah Berbasis Aplikasi, Aplikasi pengawas internal dapat digunakan untuk memastikan franchisee tetap menjalankan SOP halal, termasuk dalam penyimpanan bahan baku, proses produksi, dan layanan pelanggan.

H. Persepsi dan Tingkat Pemahaman Masyarakat terhadap Konsep Leasing Syariah Dibandingkan dengan Leasing Konvensional

Persepsi masyarakat terhadap leasing syariah masih mengalami tantangan signifikan dibandingkan dengan leasing konvensional, terutama dari aspek pemahaman konsep akad, kepercayaan terhadap institusi, dan tingkat literasi keuangan syariah secara umum. Meskipun leasing syariah menawarkan keunggulan berupa akad

¹⁸ Maulida, L., & Huda, N. (2022). Peran Fintech Syariah dalam Pengembangan Pembiayaan Leasing Berbasis IMBT di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 6(1), 85–97.
<https://doi.org/10.20885/jeks.vol6.iss1.art7>

¹⁹ Akbar, F., & Rachman, M. (2021). Digitalisasi Leasing Syariah: Inovasi

Manajemen Aset dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 4(2), 111–122.

²⁰ Azzahra, S., & Ridwan, M. (2023). Blockchain dan Verifikasi Sertifikasi Halal dalam Bisnis Waralaba: Tinjauan Etika dan Syariah. *Jurnal Al-Amwal*, 12(1), 45–59.

yang bebas dari riba, gharar, dan maysir, banyak masyarakat yang belum memahami perbedaan fundamental antara leasing syariah dan leasing konvensional.

Temuan dari Beberapa Penelitian Literasi Leasing Syariah Masih Rendah, Studi yang dilakukan oleh Huda & Fadilah (2020) menunjukkan bahwa mayoritas responden di kota besar seperti Jakarta dan Bandung lebih mengenal leasing konvensional dibandingkan leasing syariah. Hanya sekitar 37% yang memahami bahwa leasing syariah menggunakan akad ijarah dan tidak menerapkan bunga²¹. Persepsi Positif, Tapi Kurang Informasi, Dalam penelitian oleh Nurhayati & Setiawan (2019), ditemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap leasing syariah cukup positif karena dianggap lebih “berkah” dan sesuai dengan prinsip agama. Namun, kurangnya sosialisasi dan edukasi dari lembaga keuangan syariah menjadi penghambat utama adopsi layanan ini²². Institusi Syariah Kurang Dikenal, Banyak masyarakat masih menganggap leasing syariah sama seperti leasing biasa, hanya dengan label “syariah”. Rendahnya brand awareness terhadap institusi pembiayaan syariah menjadi tantangan, seperti diungkap dalam studi oleh Firmansyah (2021), yang menyebut bahwa hanya 20% responden tahu tentang perbedaan antara

akad IMBT dan akad leasing konvensional²³.

I. Tantangan dan Peluang Pengembangan Bisnis Waralaba Halal bagi UMKM di Indonesia dalam Menghadapi Persaingan Pasar Global

Bisnis waralaba halal memiliki potensi besar sebagai penggerak ekonomi syariah, terutama bagi sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia. Namun, di tengah peluang tersebut, terdapat berbagai tantangan yang perlu dihadapi agar UMKM dapat berdaya saing secara global.

Tantangan:

Kurangnya Pemahaman tentang Standar Halal, Banyak pelaku UMKM belum sepenuhnya memahami standar halal secara komprehensif, baik dari aspek bahan baku, proses produksi, manajemen distribusi, hingga sistem kemitraan waralaba²⁴. Biaya Sertifikasi Halal yang Masih Menjadi Beban, Sertifikasi halal dari BPJPH atau MUI masih dianggap mahal dan rumit oleh sebagian UMKM, apalagi jika harus memperbarui secara berkala dan mengikuti audit tambahan²⁵. Keterbatasan Akses Teknologi dan Modal, Untuk bisa bersaing di pasar global, UMKM harus mampu beradaptasi dengan teknologi digital dan

²¹ Huda, M., & Fadilah, R. (2020). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pembiayaan Leasing Syariah dan Konvensional di Wilayah Perkotaan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan*, 8(2), 135–146.

²² Nurhayati, M., & Setiawan, D. (2019). Studi Komparatif Preferensi Konsumen terhadap Leasing Syariah dan Konvensional. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (JIES)*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.29040/jies.v11i1.546>

²³ Firmansyah, A. (2021). Brand Awareness dan Literasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan

Minat Pembiayaan Leasing Syariah. *Jurnal Keuangan Islam dan Inovasi*, 5(3), 211–224.

²⁴ Haryanti, T., & Sari, M. (2021). Kesiapan UMKM Waralaba Halal Menghadapi Globalisasi Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 33–47. <https://doi.org/10.29040/jebi.v9i1.1203>

²⁵ Lestari, R. & Maulana, I. (2022). Kendala Sertifikasi Halal pada UMKM dan Solusinya dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Halal Indonesia*, 2(2), 59–72.

mengakses pasar online. Namun, masih banyak pelaku UMKM waralaba halal yang belum memiliki infrastruktur digital yang memadai²⁶. Kurangnya Promosi dan Branding Global, Brand waralaba halal lokal umumnya belum memiliki strategi promosi global yang terstruktur, sehingga kurang dikenal di pasar luar negeri meskipun kualitasnya bersaing.

Peluang:

Dukungan Regulasi dan Pasar Muslim Global, Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar memiliki peluang menjadi pusat waralaba halal dunia, apalagi dengan dukungan pemerintah melalui regulasi Jaminan Produk Halal dan insentif UMKM halal²⁷. Meningkatnya Permintaan Produk Halal Internasional, Negara-negara seperti Malaysia, Timur Tengah, dan bahkan negara-negara non-Muslim dengan populasi Muslim signifikan menunjukkan tren peningkatan konsumsi produk halal, membuka jalan ekspor dan ekspansi franchise halal Indonesia²⁸. Digitalisasi dan Platform Waralaba Halal, Kehadiran platform waralaba digital yang mengedepankan prinsip syariah memberi peluang bagi UMKM untuk menjangkau mitra usaha, konsumen, dan investor secara lebih luas dan efisien.

J. Efektivitas Kolaborasi antara Lembaga Keuangan Syariah dan Pelaku Usaha dalam Memperluas Akses Pembiayaan Leasing Syariah dan Waralaba Halal

Kolaborasi antara lembaga keuangan syariah (LKS) dan pelaku usaha menjadi faktor krusial dalam memperluas akses pembiayaan syariah, khususnya pada sektor leasing (ijarah/IMBT) dan waralaba halal. Kolaborasi yang efektif dapat mendorong pertumbuhan ekonomi syariah melalui sinergi pendanaan, peningkatan literasi keuangan, serta perluasan jangkauan pasar.

Efektivitas Kolaborasi dalam Praktik:

1. Peningkatan Akses Modal Bagi UMKM Kerja sama LKS dengan pelaku usaha terbukti memberikan kemudahan akses pembiayaan leasing syariah kepada UMKM yang membutuhkan modal untuk akuisisi aset produktif, seperti kendaraan atau alat produksi melalui akad ijarah atau IMBT. Studi oleh Sari & Abdullah (2021) menunjukkan bahwa pembiayaan leasing syariah melalui BPRS dan BMT sangat membantu UMKM dalam meningkatkan kapasitas produksinya²⁹.
2. Pembiayaan Waralaba Halal yang Terstruktur Program sinergi antara bank syariah dan pelaku waralaba halal, seperti yang dilakukan oleh beberapa lembaga keuangan dengan franchise makanan halal, menunjukkan bahwa pembiayaan syariah yang disalurkan melalui skema murabahah atau musyarakah terbukti mendorong ekspansi bisnis, terutama di sektor kuliner halal³⁰.

²⁶ Rahmawati, A. & Yunus, M. (2023). Digitalisasi UMKM Waralaba Halal: Tantangan dan Inovasi di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(1), 95–108.

²⁷ Kurniawan, H. (2020). Peran Regulasi Halal dalam Mendorong Ekspor Produk UMKM Halal. *Jurnal Ekspor Indonesia*, 6(2), 120–132.

²⁸ Wahyuni, S. (2021). Tren Global Produk Halal dan Strategi UMKM Indonesia dalam Ekspansi

Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Islam Global*, 4(1), 13–25.

²⁹ Sari, D., & Abdullah, T. (2021). Efektivitas Pembiayaan Leasing Syariah terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan Syariah*, 9(2), 101–115.

³⁰ Ramadhani, A. (2020). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pembiayaan Franchise

3. Pendampingan Bisnis dan Literasi Keuangan LKS tidak hanya berperan sebagai penyedia dana, tetapi juga sebagai mitra pendamping usaha. Menurut penelitian oleh Pratama & Fauzan (2022), kolaborasi yang disertai edukasi finansial dan pelatihan manajemen bisnis meningkatkan efektivitas penggunaan dana oleh pelaku usaha dan menurunkan risiko pembiayaan bermasalah³¹.
4. Digitalisasi dan Integrasi Sistem Teknologi finansial berbasis syariah (sharia fintech) juga membuka peluang kolaborasi baru antara LKS dan pelaku usaha melalui platform digital yang efisien, transparan, dan mudah diakses. Hal ini menjadi sarana memperluas jangkauan pembiayaan hingga ke daerah terpencil³².

Tantangan:

Namun demikian, kolaborasi ini masih menghadapi tantangan seperti keterbatasan literasi pelaku usaha terhadap akad-akad syariah, rendahnya penetrasi LKS di daerah rural, dan keterbatasan kapasitas LKS dalam menyediakan pembiayaan jangka panjang.

K.Referensi Teoritis dan Landasan Syariah

Leasing syariah menggunakan akad ijarah yang sesuai dengan prinsip

Islam, menghindari unsur riba, gharar, dan maysir, sebagaimana dijelaskan oleh Muhammad Syafi'i Antonio bahwa akad ijarah merupakan dasar sah bagi transaksi pembiayaan dalam ekonomi Islam yang berbasis keadilan dan transparansi dalam muamalah³³. Fatwa DSN-MUI No. 112/DSN-MUI/IX/2017 menegaskan bahwa akad franchise dalam perspektif syariah harus menghindari unsur spekulatif dan ketidakjelasan, serta harus dijalankan dengan akad yang jelas dan transparan³⁴. UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal menjadi dasar hukum wajibnya sertifikasi halal bagi setiap produk yang beredar, termasuk dalam sistem waralaba yang memasarkan produk makanan, minuman, atau kosmetik³⁵. Menurut Endang Suhendi, akad ijarah harus memenuhi rukun dan syarat sah, di antaranya kejelasan manfaat, objek yang halal, serta kesepakatan sewa yang jelas dan tidak mengandung penipuan³⁶. Adiwarmarman Karim menyatakan bahwa ijarah muntahiya bit tamlik (IMBT) merupakan bentuk inovasi pembiayaan syariah yang memadukan sewa dan perpindahan kepemilikan, selama dilakukan dengan akad terpisah³⁷. Dalam Himpunan Fatwa DSN-MUI, dijelaskan bahwa akad yang digunakan dalam waralaba syariah dapat berupa gabungan antara ijarah, wakalah, dan syirkah, dengan syarat tidak saling

Halal. Jurnal Manajemen Bisnis Syariah, 5(1), 45–56.

³¹ Pratama, A., & Fauzan, R. (2022). Sinergi BMT dan Pelaku UMKM dalam Mendorong Waralaba Halal Berbasis Pembiayaan Syariah. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah, 10(3), 190–202.

³² Maulida, F., & Hidayat, S. (2023). Pemanfaatan Fintech Syariah dalam Ekspansi Pembiayaan Usaha Halal di Indonesia. Jurnal Teknologi dan Keuangan Islam, 2(1), 88–97.

³³ Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 143.

³⁴ DSN-MUI, Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise, www.dsnmui.or.id.

³⁵ Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 No. 295.

³⁶ Endang Suhendi, Fiqh Muamalah (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 172.

³⁷ Adiwarmarman A. Karim, Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 219.

tumpang tindih dalam satu akad yang merugikan salah satu pihak³⁸. Rully Nugroho menyebutkan bahwa penggunaan teknologi digital seperti e-signature dan blockchain dapat meningkatkan akuntabilitas transaksi dalam bisnis berbasis syariah, termasuk leasing dan franchise halal³⁹. Muhammad Nizar menyampaikan bahwa UMKM halal di Indonesia memiliki potensi besar untuk bersaing secara global, namun memerlukan dukungan pembiayaan syariah, literasi halal, dan akses digital yang memadai⁴⁰.

5. PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Leasing syariah yang didasarkan pada akad ijarah merupakan bentuk pembiayaan yang sesuai dengan prinsip syariah karena menghindari unsur riba, gharar, dan maysir. Akad ijarah muntahiya bit tamlik (IMBT) menjadi inovasi penting yang memungkinkan perpindahan kepemilikan secara syar'i melalui mekanisme yang terpisah dan transparan.
2. Untuk sahnya akad ijarah, harus dipenuhi rukun dan syarat yang mencakup kejelasan pihak yang berakad, objek sewa yang halal dan jelas manfaatnya, imbalan yang disepakati sejak awal, serta akad yang dilakukan dengan ijab qabul yang sah secara syar'i. Waralaba halal merupakan bentuk kemitraan bisnis yang menekankan kepatuhan terhadap prinsip muamalah Islam,

baik dari aspek produk, akad, sistem operasional, maupun manajemen.

3. Sertifikasi halal, akad yang jelas, dan pembagian keuntungan yang adil menjadi indikator penting dalam franchise berbasis syariah. Regulasi bisnis waralaba syariah tidak hanya mengacu pada peraturan nasional seperti Permendag dan UU Jaminan Produk Halal, tetapi juga pada fatwa DSN-MUI yang menegaskan pentingnya kesesuaian akad dan struktur kemitraan dengan prinsip syariah.
4. Teknologi digital memegang peran strategis dalam mendukung efisiensi, transparansi, dan pengawasan terhadap praktik leasing dan waralaba syariah, seperti melalui sistem kontrak elektronik, verifikasi halal digital, dan platform franchise berbasis syariah.

B. Saran

1. Meskipun persepsi masyarakat terhadap leasing syariah positif, namun tingkat pemahaman dan literasi masih rendah. Diperlukan sosialisasi yang masif agar masyarakat memahami perbedaan fundamental antara leasing syariah dan konvensional.
2. UMKM waralaba halal memiliki peluang besar untuk bersaing di pasar global, namun masih menghadapi tantangan berupa pemahaman standar halal, biaya sertifikasi, dan keterbatasan digitalisasi. Dukungan regulasi dan teknologi menjadi faktor penting untuk pengembangannya. Kolaborasi antara lembaga keuangan syariah dan pelaku usaha terbukti

³⁸ DSN-MUI, Himpunan Fatwa DSN-MUI (Jakarta: DSN-MUI, 2000), hlm. 201.

³⁹ Rully Nugroho, "Penerapan Teknologi Digital dalam Keuangan Syariah di Indonesia," *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2019): 45–60.

⁴⁰ Muhammad Nizar, "Peran UMKM dalam Penguatan Ekonomi Syariah melalui Waralaba Halal," *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia* 10, no. 1 (2020): 88–101.

efektif dalam memperluas akses pembiayaan dan meningkatkan kualitas bisnis leasing serta waralaba halal.

3. Tantangan literasi, kapasitas lembaga, dan jangkauan wilayah masih perlu diatasi. Dengan demikian, integrasi hukum syariah dan teknologi digital dalam leasing dan waralaba menjadi kunci utama menuju pengembangan model bisnis syariah yang adaptif, berkelanjutan, dan relevan dengan kebutuhan zaman.

DAFTAR PUSTAKA

- Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 127-130.
- Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Himpunan Fatwa DSN-MUI, Edisi Lengkap (Jakarta: DSN-MUI, 2011).
- Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani Press, 2001), hlm. 127-130.
- Dewan Syariah Nasional - Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI), Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah dan Fatwa No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), "Prosedur Sertifikasi Halal Digital," bpjph.kemenag.go.id, diakses 9 April 2025.
- Dewan Syariah Nasional-MUI, Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise (Waralaba).
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 71/M-DAG/PER/9/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Dewan Syariah Nasional-MUI, Fatwa No. 112/DSN-MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise (Waralaba).
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Wahbah al-Zuhaili, Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuhu, Jilid 4 (Beirut: Dar al-Fikr, 1985), hlm. 2761.
- Muhammad Taqi Usmani, An Introduction to Islamic Finance (Karachi: Idaratul Ma'arif, 2002), hlm. 101-103.
- DSN-MUI, Fatwa No. 09/DSN-MUI/IV/2000 tentang Ijarah, dan Fatwa No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.
- DSN-MUI, Fatwa No. 27/DSN-MUI/III/2002 tentang Ijarah Muntahiya Bit Tamlik.
- Muhammad Syafii Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 132-134.
- Abdurrahman, D., & Fitriani, L. (2021). Implementasi Bisnis Waralaba Halal dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 8(3), 475–488. <https://doi.org/10.20473/vol8iss3p475-488>
- Lestari, A. N., & Rahman, F. (2020). Konsep Waralaba Halal dan Akadnya dalam Fiqih Muamalah Kontemporer. *Jurnal Hukum Ekonomi Syariah*, 3(1), 15–28.
- Yusuf, M., & Aisyah, S. (2019). Perlindungan Konsumen dalam Bisnis Waralaba Halal di Indonesia. *Jurnal Al-Mashrafiyah*, 3(2), 89–98.
- Maulida, L., & Huda, N. (2022). Peran Fintech Syariah dalam Pengembangan Pembiayaan

- Leasing Berbasis IMBT di Era Digital. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 6(1), 85–97. <https://doi.org/10.20885/jeks.vol6.iss1.art7>
- Akbar, F., & Rachman, M. (2021). Digitalisasi Leasing Syariah: Inovasi Manajemen Aset dalam Perspektif Fiqih Muamalah. *Jurnal Muamalah Kontemporer*, 4(2), 111–122.
- Azzahra, S., & Ridwan, M. (2023). Blockchain dan Verifikasi Sertifikasi Halal dalam Bisnis Waralaba: Tinjauan Etika dan Syariah. *Jurnal Al-Amwal*, 12(1), 45–59.
- Huda, M., & Fadilah, R. (2020). Analisis Persepsi Masyarakat Terhadap Pembiayaan Leasing Syariah dan Konvensional di Wilayah Perkotaan. *Jurnal Ekonomi Syariah dan Perbankan*, 8(2), 135–146.
- Nurhayati, M., & Setiawan, D. (2019). Studi Komparatif Preferensi Konsumen terhadap Leasing Syariah dan Konvensional. *Jurnal Ilmu Ekonomi Syariah (JIES)*, 11(1), 41–52. <https://doi.org/10.29040/jies.v11i1.546>
- Firmansyah, A. (2021). Brand Awareness dan Literasi Keuangan Syariah dalam Meningkatkan Minat Pembiayaan Leasing Syariah. *Jurnal Keuangan Islam dan Inovasi*, 5(3), 211–224.
- Haryanti, T., & Sari, M. (2021). Kesiapan UMKM Waralaba Halal Menghadapi Globalisasi Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 9(1), 33–47. <https://doi.org/10.29040/jebi.v9i1.1203>
- Lestari, R. & Maulana, I. (2022). Kendala Sertifikasi Halal pada UMKM dan Solusinya dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Jurnal Halal Indonesia*, 2(2), 59–72.
- Rahmawati, A. & Yunus, M. (2023). Digitalisasi UMKM Waralaba Halal: Tantangan dan Inovasi di Era Industri 4.0. *Jurnal Ekonomi Syariah Teori dan Terapan*, 10(1), 95–108.
- Kurniawan, H. (2020). Peran Regulasi Halal dalam Mendorong Ekspor Produk UMKM Halal. *Jurnal Ekspor Indonesia*, 6(2), 120–132.
- Wahyuni, S. (2021). Tren Global Produk Halal dan Strategi UMKM Indonesia dalam Ekspansi Pasar Internasional. *Jurnal Ekonomi Islam Global*, 4(1), 13–25.
- Sari, D., & Abdullah, T. (2021). Efektivitas Pembiayaan Leasing Syariah terhadap Pengembangan UMKM di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam dan Keuangan Syariah*, 9(2), 101–115.
- Ramadhani, A. (2020). Peran Lembaga Keuangan Syariah dalam Pembiayaan Franchise Halal. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 5(1), 45–56.
- Pratama, A., & Fauzan, R. (2022). Sinergi BMT dan Pelaku UMKM dalam Mendorong Waralaba Halal Berbasis Pembiayaan Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Syariah*, 10(3), 190–202.
- Maulida, F., & Hidayat, S. (2023). Pemanfaatan Fintech Syariah dalam Ekspansi Pembiayaan Usaha Halal di Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Keuangan Islam*, 2(1), 88–97.
- Muhammad Syafi'i Antonio, Bank Syariah: Dari Teori ke Praktik (Jakarta: Gema Insani, 2001), hlm. 143.
- DSN-MUI, Fatwa No. 112/DSN-

- MUI/IX/2017 tentang Akad Franchise, www.dsnmui.or.id.
- Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 No. 295.
- Endang Suhendi, *Fiqh Muamalah* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002), hlm. 172.
- Adiwarman A. Karim, *Bank Islam: Analisis Fiqih dan Keuangan* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hlm. 219.
- DSN-MUI, *Himpunan Fatwa DSN-MUI* (Jakarta: DSN-MUI, 2000), hlm. 201.
- Rully Nugroho, “Penerapan Teknologi Digital dalam Keuangan Syariah di Indonesia,” *Jurnal Ekonomi Syariah* 7, no. 2 (2019): 45–60.
- Muhammad Nizar, “Peran UMKM dalam Penguatan Ekonomi Syariah melalui Waralaba Halal,” *Jurnal Ekonomi Islam Indonesia* 10, no. 1 (2020): 88–101.