

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Franchise merupakan salah satu cara untuk mengembangkan sebuah usaha atau bisnis. Franchise atau biasa disebut dengan waralaba merupakan bagian dari kepatutan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pemilik bisnis (francisor). Jenis atau wujud dari sebuah franchise biasanya berbentuk merek dagang, jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, rahasia dagang, tata cara dan bentuk pemasarannya.¹

Franchise sebenarnya merupakan sebuah bentuk pemasaran untuk memperluas jangkauan dalam aspek usaha secara cepat.² Francising bukan sebuah alternatif untuk memperbesar jangkauan usaha, tapi merupakan salah satu hal yang memiliki peranan dalam metode pemasaran suatu usaha terutama dibidang waralaba, yang mana untuk dapat mengembangkan suatu usaha tersebut agar lebih di kenali lebih banyak orang. Pemasaran sendiri dapat memiliki suatu arti yang pada umumnya sama dengan proses penjualan. Tapi pada kenyatannya, arti dari pemasaran sendiri jauh lebih luas dari sekedar kegiatan penjualan. Bahkan sebaliknya, dapat dikatakan apabila penjualan sendiri hanyalah sebagian dari kegiatan pemasaran saja.³

¹ Gunawan Widjaya, 2001, Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba, Rajawali Press, Jakarta, hal. 4.

² Peni R. Pramono, 2007, Cara Memilih Waralaba yang Menjanjikan Profit, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, hal. 9.

³ Ibid, hal 1

Dalam franchise ada pendiri utama atau pemilik bisnis yang memunculkan suatu usaha kuliner, dimana usaha kuliner tersebut memiliki hasil yang sudah diminati banyak orang, dan dalam hal ini bisnis kuliner makanan salah satunya. Bisnis kuliner makanan merupakan salah satu usaha yang sangat di minati dari berbagai golongan, baik anak muda maupun orang tua sekalipun. Sasaran dari bisnis kuliner makanan ini pun bisa beragam pula baik dari minuman untuk kesehatan seperti: jus buah, yogurt dan minuman kesehatan lain, juga minuman yang sangat diminati anak muda yang salah satunya ialah minuman Boba.⁴

Disini pemilik bisnis memiliki peran yang sangat penting pada tahap awal untuk memasarkan makan yang akan ia jual agar diketahui dan digemari oleh banyak orang. Dari segi rasa, pelayanan, tempat berjualan, kebersihan, sangat perlu mendapat perhatian khusus untuk dapat menciptakan suatu ketertarikan dari calon - calon pelanggan atau pembeli yang akan menjajakan uang mereka untuk bisa menikmati makanan atau minuman yang ia jual itu. Tujuan utama dengan mendapat suatu ketertarikan itu agar para pelanggan tersebut menjadi pelanggan tetap dan nama dagang yang telah di buat pemilik bisnis menjadi berkembang kemana – mana, baik dari satu pelanggan ke calon pelanggan lain.⁵

Tiba saat para calon pembeli berpindah menjadi pelanggan tetap di situlah peran pemilik bisnis berhasil dalam memasarkan makanan atau minuman yang telah ia tawarkan sehingga membuat lebih dikenalnya nama dagang tersebut oleh para pelanggan mereka. Pemilik bisnis yang tidak cepat puas akan hasil yang ia terima dan berkeinginan untuk terus

⁴ W. Dasanti, 2019, Waralaba, Mutiara Aksara, Semarang, hal. 7.

⁵ Ibid, Hal. 8.

berkembang, pasti selalu melakukan suatu inovasi untuk dapat membuatnya mendapat pencapaian lebih besar dibandingkan dengan beberapa waktu sebelumnya. Salah satunya bentuk inovasi tersebut adalah melakukan suatu kerjasama dengan melibatkan orang lain.

Kerjasama ini merupakan kerjasama yang dilakukan untuk perluasan bisnis yang lebih berkembang oleh pemilik bisnis. Dalam perluasan bisnis ini juga dapat di sebut waralaba.⁶ Definisi waralaba menurut Pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 57/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba: Waralaba adalah hak khusus yang telah dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam perihal pemasaran barang atau jasa yang telah nyata berhasil dan bisa dimanfaatkan atau dipergunakan oleh pihak lain, dalam konteks ini berdasarkan perjanjian Waralaba.

Dalam melakukan kerjasama waralaba ini, pemilik akan menetapkan peraturan yang mana mengikat antara pihak – pihak yang akan berkerjasama dengan pemilik bisnis (franchisor). Salah satunya untuk dapat menggunakan nama dagang dari pemilik bisnis, dan tempat untuk memulai bisnis waralaba bertepatan di Cuan Boba. Proses demi proses apa saja yang akan di lakukan dan tindakan apa saja yang harus dikerjakan, menjadi rahasia yang di buat oleh pemilik bisnis.⁷

Dalam menggunakan nama dagang yang di berikan oleh pemilik bisnis, pasti ada akibat hukum di dalamnya. Akibat hukum yang telah di tetapkan oleh pemilik bisnis yang harus di patuhi oleh para pihak yang akan melakukan kerjasama. Oleh karena itu seiring dengan perkembangan zaman, semakin banyaknya praktik Franchise atau waralaba penulis akan melakukan penelitian mengenai Franchise sebagaimana dibahas dalam Skripsi yang

⁶ Ino Bhayangkara, 2014, Kitab Super Lengkap Waralaba, Laksana, Jakarta, Hal. 3.

⁷ W. Dasanti, Op.Cit, Hal 3

berjudul “**TINJAUAN YURIDIS MENGENAI SISTEM KERJASAMA FRANCHISE DALAM HAL PENGGUNAAN NAMA DAGANG (Studi Kasus di Cuan Boba Sukoharjo)**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka penulis memfokuskan pada penggunaan nama dagangnya dalam franchise maupun akibat hukumnya apabila penggunaan nama dagang tersebut tanpa persetujuan dari pemilik franchise, yang mana bertepatan pada CV. Cuan Boba Indonesia. Selanjutnya ada beberapa macam permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana cara untuk dapat menggunakan nama dagang dalam Franchise?
2. Bagaimana akibat hukum penggunaan nama dagang tanpa adanya persetujuan dengan franchisor?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, tujuan penelitian diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui cara untuk dapat menggunakan nama dagang dalam Franchise.
2. Untuk mengetahui akibat hukum penggunaan nama dagang tanpa adanya kerjasama dengan franchisor.

Selain tujuan penelitian yang telah diuraikan di atas, manfaat penelitian yang diharapkan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

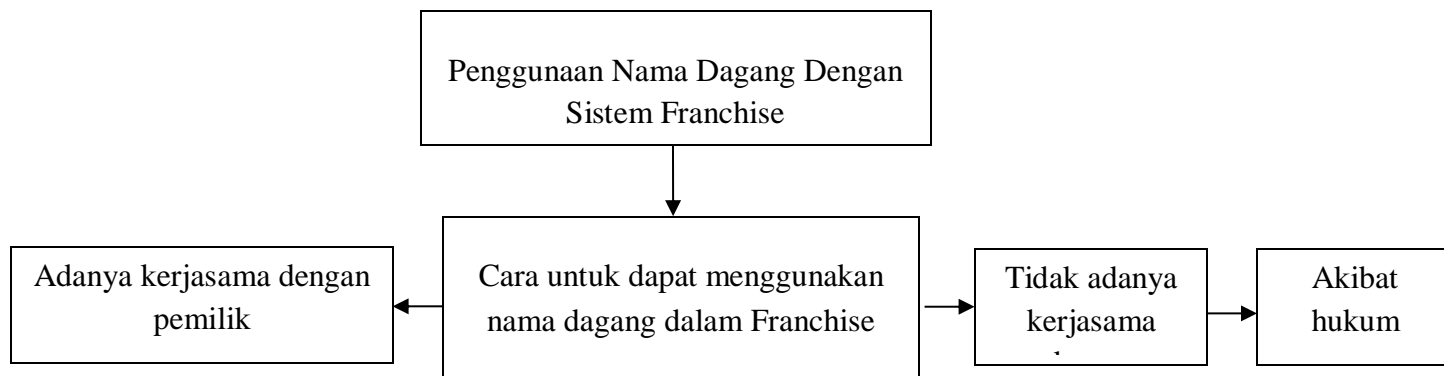
- a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dibidang Hak Kekayaan Intelektual mengenai nama dagang dengan sistem Franchise.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah sebagai pembuat kebijakan serta pihak yang berkewajiban dalam mensejahterakan masyarakat.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat menyelesaikan permasalahan yang ada mengenai penggunaan nama dagang tanpa adanya kerjasama oleh franchisor.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjawab permasalahan yang diteliti dalam penelitian ini serta menjadi bahan pertimbangan dalam menemukan solusi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang ada mengenai penggunaan nama dagang tanpa adanya kerjasama oleh franchisor.

D. Kerangka Pemikiran

Kerangka Pemikiran merupakan konsep yang berfungsi memberikan arahan atau panduan bagi peneliti dalam memahami masalah penelitian dan dalam menganalisis hasil penelitian dituangkan dalam bagan sebagai berikut :



Gambar 1. Bagan Konsep – Kerangka Pemikiran

Untuk dapat menggunakan sistem franchise terdapat prosedur yang harus di lakukan. Penggunaan nama dagang dapat dilakukan dengan adanya kerjasama oleh pemilik bisnis. Jadi ada perjanjian yang di tetapkan oleh pemilik bisnis yang harus di patuhi bila ingin melakukan kerjasama. Setelah dapat menggunakan nama dagang dengan persetujuan pemilik bisnis tersebut dan telah mengerti tentang aturan – aturan yang telah di sepakati maka akan timbul tanggung jawab yang harus di lakukan oleh pihak yang berkerjasama. Serta mengetahui akibat hukum apa yang akan terjadi bila menggunakan nama dagang tanpa adanya kerjasama oleh franchisor atau pemilik bisnis.

E. Metode Penelitian

Mengingat penelitian merupakan salah satu sarana untuk pengembangan ilmu yang digunakan untuk mengungkap fakta secara sistematis, metodologis dan konsisten maka proses selama penelitian perlu dianalisa dan setelah itu disesuaikan dengan masalah terkait yang ada sehingga perolehan atas kesimpulannya dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara objektif.

Metode yang dimaksudkan adalah proses, prinsip – prinsip dan tata cara

memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian memiliki arti pemeriksaan secara hati – hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip – prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian.⁸ Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan adalah sebagai berikut :

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan yang bersifat Yuridis Empiris. Penggunaan metode ini dimaksudkan untuk mengetahui efektifitas hukum yang sedang berlaku dengan melihat bekerjanya hukum di masyarakat dalam kerangka penyelesaian masalah. Artinya suatu pendekatan yang dilakukan untuk menganalisis tentang sejauh manakah suatu peraturan atau perundang – undangan atau hukum yang sedang berlaku secara efektif khususnya yang berkaitan dengan peraturan hukum tentang pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.⁸⁷

2. Jenis Penelitian

Spesifikasi yang diteliti pada penulisan skripsi ini bersifat deskriptif analitis. Penelitian ini melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan.⁹ Artinya bermaksud menggambarkan dan

⁸ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986, hlm. 6

⁹ Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial lainnya*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1999, hlm. 63

menjelaskan secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai kenyataan-kenyataan yang ada yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

3. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data mempunyai hubungan yang sangat erat dengan sumber data, karena melalui pengumpulan data ini akan diperoleh data yang diperlukan untuk keperluan analisa. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara :

a. Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian di CV. Cuan Boba Indonesia yang beralamat di JL. Dahlia F3 Perum Puri Gading Solo baru guna mengkaji dan menganalisis bagaimana dapat menggunakan nama dagang dalam Franchise dan akibat hukum penggunaan nama dagang tanpa adanya kerjasama dengan pemilik Franchise.

b. Jenis Data

1) Data Primer

Data primer adalah suatu data yang didapatkan penulis secara langsung berdasarkan penelitian dilapangan. Kemudian data primer dalam penelitian tersebut didapatkan dengan wawancara (interview), artinya cara mendapatkan suatu informasi dengan bertanya secara langsung kepada pihak – pihak yang diwawancarai, terutama orang – orang yang memiliki kewenangan, mengetahui, dan terkait dalam pelaksanaan di lapangan, yang berhubungan langsung dengan

pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba ini. Wawancara yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin yaitu teknik wawancara yang daftar pertanyaannya telah dipersiapkan terlebih dahulu oleh penulis namun masih tetap dimungkinkan adanya variasi pertanyaan yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi pada saat wawancara.¹⁰

2) Data sekunder

Yang dilakukan melalui studi pustaka maupun dokumen - dokumen berasal dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder atau diperoleh pada waktu awal maupun pada saat penelitian lapangan yang untuk selanjutnya dilakukan analisa secara mendalam terhadap data tersebut.

4. Metode Analisis Data

Analisis data dapat dilakukan sesudah data terkumpul untuk mencari gambaran atau pengertian yang bersifat umum yang berisi tentang permasalahan dalam penelitian ini, yakni mencakup data - data tentang bagaimana cara untuk menggunakan nama dagang dalam franchise serta akibat hukumnya bila menggunakan nama dagang tanpa persetujuan dari pemilik. Data yang diperoleh baik dari studi lapangan maupun studi pustaka pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu data yang terkumpul

¹⁰ Soestrisno Hadi, *Metodologi Research, Jilid II*, Yayasan Penerbit Fakultas Hukum / Psikologi Universitas Gajahmada, Yogyakarta Hlm.26

dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kejelasan penyelesaian masalah, kemudian ditarik kesimpulan secara deduktif, yaitu dari hal yang bersifat umum menuju ke hal yang bersifat khusus.¹¹

F. Sistematika Skripsi

Untuk mempermudah dan mengetahui gambaran permasalahan dalam penelitian skripsi ini, penulis menguraikan sistematika penelitian skripsi menjadi 4 bab, dimana setiap bab mempunyai tujuan untuk mempermudah terkait masalah yang diteliti oleh penulis. Penjabaran untuk sistematika ini sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan, yang berisi tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian.

Bab 2 Landasan teori, yang terdiri dari : A. Tinjauan umum perjanjian, dimana berisi pengertian perjanjian, subjek dan objek perjanjian, asas – asas perjanjian, syarat sah perjanjian, akibat perjanjian, berakhirnya perjanjian. B. Tinjauan umum tentang franchise, dimana berisi pengertian franchise, dasar hukum franchise, jenis – jenis franchise, akibat hukum franchise.

Bab 3 Hasil penelitian dan pembahasan, yang berisi tentang penelitian dilakukan oleh penulis dengan cara wawancara kepada pemilik CUAN BOBA SUKOHARJO, terkait dengan : A. Cara untuk dapat menggunakan nama dagang dalam franchise, B. Akibat hukum penggunaan nama dagang dalam franchise.

¹¹ Soerjono Soekanto, *op. cit.* hlm. 52

Bab 4 Penutup, yang berisi kesimpulan di ambil dari hasil penelitian dan juga pembahasan kemudian berisikan saran untuk pembaca setelah membaca skripsi ini.