

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Globalisasi ekonomi dunia sebagai suatu fenomena pada dekade terakhir ini tidak bisa dihindari. Kehadiran Indonesia dalam peta ekonomi dunia, menuntut kemampuan untuk berkembang sebagai suatu kekuatan ekonomi baru dari dunia ketiga. Perkembangan ekonomi yang begitu cepat menuntut kesiapan dan kemampuan pranata hukum dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari globalisasi ekonomi dunia tersebut.

Salah satu fenomena yang nyata dari pertumbuhan ekonomi akibat globalisasi ekonomi dunia adalah meningkatnya kebutuhan perusahaan-perusahaan terhadap modal dan kebutuhan tersebut menuntut struktur permodalan yang lebih kompleks.

Telah diketahui bahwa bentuk-bentuk usaha persekutuan dan perseroan merupakan “Assosiasi Modal” yang dibentuk karena suatu aktivitas usaha yang akan dijalankan secara terus menerus, memerlukan modal yang besar yang mungkin tidak dapat dipikul oleh seseorang saja, sehingga modal usaha tersebut perlu dikumpulkan dari beberapa orang.

Penyertaan modal usaha dalam bentuk primair merupakan bentuk penyertaan modal/saham yang dipenuhi setorannya dengan uang tunai. Kemudian bentuk penyertaan modal/saham tersebut memperlihatkan

variasinya bukan hanya dalam bentuk setoran tunai bahkan dapat pula dilakukan setoran dalam bentuk barang (inbreng).<sup>1</sup>

Perkembangan lebih lanjut dari penyertaan modal tersebut adalah dalam bentuk penyertaan modal secara informal seperti dalam bidang *Licensing*, *Franchising* maupun *Technical Assistance*. Salah satu bentuk penyertaan modal secara informal tersebut yang akan penulis angkat sebagai bahan penulisan skripsi dalam rangka memenuhi syarat penyelesaian studi, yaitu masalah *Franchising*.<sup>2</sup>

Pada bentuk penyertaan modal ini pihak yang akan melakukan investasi dalam suatu usaha/perusahaan tidak lagi melakukan penyertaan modal/saham dalam bentuk setoran tunai ataupun memasukkan sesuatu barang/benda yang berwujud, melainkan cukup menyerahkan penggunaan hak milik intelektual (*Intellectual Property Right*) kepada suatu perusahaan/badan usaha berdasarkan suatu perjanjian. Bentuk penyertaan modal inilah yang saat ini dikenal dengan nama Waralaba (*Franchise*).<sup>3</sup>

Franchising pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Sistem franchise dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan pihak lain. Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchisee.

---

<sup>1</sup> Lihat Undang-Undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

<sup>2</sup> [www.hukumonline.makalah\\_investasi.com](http://www.hukumonline.makalah_investasi.com) Senin, 12 Oktober 2009, Pukul 21.00 wib

<sup>3</sup> *Ibid*

Fenomena yang menarik di beberapa tahun ini yaitu makin tumbuh suburnya bisnis Franchise, terutama pada bidang makanan. Kalau kita amati saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat kreatif menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha makanan modern. Beberapa di antara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan atau di jalan utama di lokasi yang strategis di tengah kota. Contoh yang sangat mudah adalah usaha makanan Usaha Roti Kecil, Mc Donald, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Dunkin Donuts.

Di Indonesia franchise dikenal sejak era 70-an ketika masuknya Shakey Pizza, KFC, Swensen dan Burger King. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar 1995. Data Deperindag pada 1997 mencatat sekitar 259 perusahaan penerima franchise di Indonesia. Setelah itu, usaha franchise mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima franchise asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit politik. Barulah pada 2003, usaha franchise di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat.

Franchise pertama kali dimulai di Amerika oleh Singer Sewing Machine Company, produsen mesin jahit Singer pada 1851. Pola itu kemudian diikuti oleh perusahaan otomotif General Motor Industry yang melakukan penjualan kendaraan bermotor dengan menunjuk distributor franchise pada tahun 1898. Selanjutnya, diikuti pula oleh perusahaan-perusahaan soft drink di Amerika sebagai saluran distribusi di AS dan negara-negara lain. Sedangkan di Inggris

franchise dirintis oleh J Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg pada dekade 60-an.<sup>4</sup>

David J.Kaufmann memberi definisi franchising sebagai sebuah sistem pemasaran dan distribusi yang dijalankan oleh institusi bisnis kecil (franchisee) yang digaransi dengan membayar sejumlah fee, hak terhadap akses pasar oleh franchisor dengan standar operasi yang mapan dibawah asistensi franchisor. Sedangkan menurut Reitzel, Lyden, Roberts & Severance, franchise definisikan sebagai sebuah kontrak atas barang yang intangible yang dimiliki oleh seseorang (franchisor) seperti merek yang diberikan kepada orang lain (franchisee) untuk menggunakan barang (merek) tersebut pada usahanya sesuai dengan teritori yang disepakati.<sup>5</sup>

Sementara itu, menurut PP No.16/1997 franchise diartikan sebagai perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Definisi inilah yang berlaku baku secara yuridis formal di Indonesia.<sup>6</sup>

Dari berbagai pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa Franchise merupakan sistem kerja sama dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (franchiser) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (franchisee) untuk menyalurkan produk atau jasa secara

---

<sup>4</sup> Ruhaya Muliana, *Makalah Franchise dan Membeli sebuah Bisnis Yang Ada*, Kamis 02 Juli 2009

<sup>5</sup> *Ibid.*

<sup>6</sup> Lihat Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Franchise

selektif dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan menggunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Pemberian hak dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchisee agreement*).

Di Indonesia sendiri franchise diartikan sebagai Usaha waralaba. Pengertian waralaba dapat diambilkan dari pengertian franchising. Franchising (kadang kala disebut orang perjanjian franchisee untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan/jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan termasuk identitas perusahaan logo, merek dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu/saat/jam operasional, pakaian usaha atau ciri pengenal bisnis dagang/jasa milik franchisee sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang/jasa milik franchisor.<sup>7</sup>

Waralaba berasal dari kata “wara” artinya lebih dari “laba” artinya untung. Dari arti secara harafiah tersebut, maka dapat diketahui, bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa. Disamping pengertian tersebut, ada pengertian dari waralaba menurut doktrin, sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharnoko, “*Franchise pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen*”.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Rooseno Harjowidigdo: *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise. Makalah Pada Pertemuan Ilmiah Tentang Franchise* Jakarta 1993

<sup>8</sup> Aniditia Pramusti, 2007, *Skripsi Perlindungan Bagi Franchise Dalam Hal Keterlambatan Keterlambatan Pembayaran Fee*, Fakultas Hukum UGM: Yogyakarta

Rumusan yang mengatakan perjanjian franchising (waralaba) adalah suatu perjanjian dimana franchisee (pembeli franchise) menjual produk atau jasa sesuai dengan cara dan prosedur yang telah ditetapkan oleh franchisor yang membantu melalui iklan, promosi, dan jasa-jasa nasihat lainnya.<sup>9</sup> Pada tulisan ini kata franchisee diartikan waralaba, dengan demikian rumusan franchising tersebut diatas dapat diartikan rumusan waralaba.

Dari kedua defenisi (rumusan) tersebut diatas, terdapat beberapa unsur tentang waralaba (franchise) tersebut, ialah :

1. Merupakan suatu perjanjian
2. Penjualan produk/jasa dengan merek dagang pemilik waralaba (franchisor).
3. Pemilik waralaba membantu pemakai waralaba (franchisee) dibidang pemasaran, manajemen dan bantuan tehnik lainnya.
4. Pemakai waralaba membayar fee atau royalti atas penggunaan merek pemilik waralaba.

Waralaba (*Franchising*) adalah salah satu strategi pemasaran dari banyak kemungkinan cara memasarkan usaha. Waralaba adalah sebuah bentuk jaringan bisnis, jaringan yang terdiri dari banyak pengusaha yang bekerja dengan sebuah sistem yang sama.<sup>10</sup>

Bentuk franchise (waralaba) yang merupakan bisnis instant banyak diminati oleh pengusaha Indonesia karena pasar yang sudah tersedia serta

---

<sup>9</sup> Hadiyanto, S.H, LL.M.: *Aspek-Aspek Hukum Perpajakan Dalam Usaha Franchise, Makalah Pada Pertemuan Ilmiah Tentang Franchise*, Jakarta, 1993

<sup>10</sup> <http://www.smfranchise.com/-franchise/istilahwaralaba.html>.

beberapa keuntungan dari bentuk franchise itu sendiri seperti bantuan manajerial dan operasional yang diberikan oleh franchisor.

Bisnis franchise makanan mempunyai ciri khusus dari produknya sehingga dapat lebih bertahan dari ancaman pasar. Terjadinya pergeseran budaya dari budaya tradisional menjadi budaya modern membantu suksesnya bisnis franchise makanan. Motivasi membeli makanan asing/baru secara keseluruhan sangat tinggi, namun loyalitas merk rendah. Konsumen makanan sangat peka terhadap perubahan mutu dan harga. Menu bisnis franchise makanan menjangkau konsumen segala umur dengan berbagai paket menu untuk anak dan dewasa. Kelas sosial tidak menjadi penghambat bagi keberhasilan pertumbuhan bisnis franchise makanan karena bisnis franchise makanan sudah membagi sendiri segmen pasarnya, seperti fine dining restaurant untuk kelas menengah atas, sedangkan fast food restaurant untuk kelas menengah bawah. Bisnis franchise makanan mengantisipasi perubahan gaya hidup. Gaya hidup pasangan muda yang suami istri bekerja, tingkat persaingan di dunia kerja yang tinggi menyebabkan tingkat stress tinggi, demikian pula tingkat stress anak yang tinggi akan membutuhkan suasana makan diluar, selain itu kecenderungan di dunia kerja adalah makan siang diluar sambil melakukan negosiasi bagi calon mitra kerjanya. Sumber daya manusia dengan keahlian yang dibutuhkan banyak tersedia, program pelatihan dari franchisor secara rutin, mendorong tingginya pertumbuhan bisnis franchise makanan.

Bisnis waralaba ini didasarkan atas suatu perjanjian, yaitu perjanjian kerjasama antara (*Franchisee*) dengan (*Franchisor*), sehingga sering menimbulkan konflik karena hal-hal yang sudah diperjanjikan yang sudah disetujui bersama tidak dipenuhi oleh salah satu pihak, misalnya janji *Franchisor* untuk memberikan training, melakukan pendampingan manajemen dalam hal pembukuan ataukah *Franchisee* yang tidak memenuhi kewajiban membayar royalti tepat waktu dan tidak mematuhi sistem operasional perusahaan (SOP) yang dapat mengakibatkan rusaknya standardisasi yang telah ditetapkan oleh *Franchisor*, yang jika hal tersebut tidak dipenuhi, maka akan timbul masalah. Yang menjadi penghambat majunya pertumbuhan bisnis franchise makanan di Indonesia adalah kemampuan manajerial yang rendah, lalai atau kurang komitmen. Walaupun franchisor memberikan bantuan pengelolaan namun statusnya sebagai konsultan sedangkan franchisee sebagai pelaksana yang dituntut kerja keras.

Dilatarbelakangi alasan-alasan diatas, maka penulis ingin mengadakan suatu penelitian dengan judul skripsi “PERLINDUNGAN PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN FRANCHISE (Studi Kasus Di Roti Kecil Surakarta)”.



## **B. Perumusan Masalah**

Dalam penelitian ini rumusan permasalahan terbagi atas 3 (tiga) hal, yaitu:

1. Bagaimanakah pelaksanaan perjanjian waralaba (franchise) di Roti Kecil Surakarta?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) atas kekayaan intelektual yang dimilikinya?
3. Bagaimana penyelesaiannya jika terjadi sengketa antara para pihak dalam pelaksanaan franchise?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Tujuan Objektif
  - a. Untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian franchise di Roti Kecil Surakarta.
  - b. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) atas kekayaan intelektual yang dimilikinya.
  - c. Untuk mengetahui penyelesaiannya jika terjadi sengketa antara para pihak dalam pelaksanaan franchise.
2. Tujuan Subjektif
  - a. Untuk menambah pengetahuan penulis dalam kaitannya dengan Hukum Dagang.

- b. Untuk memperluas wacana pemikiran dan pengetahuan penulis dalam Hukum Dagang dan Hukum HaKI, khususnya mengenai perlindungan para pihak dalam perjanjian franchise.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi:

1. Perkembangan ilmu hukum pada umumnya, khususnya Hukum Dagang mengenai perlindungan para pihak dalam perjanjian franchise dan bagaimana penyelesaiannya jika terjadi sengketa antara para pihak dalam pelaksanaan franchise.
2. Bagi masyarakat diharapkan akan menambah informasi tentang perlindungan para pihak dalam perjanjian franchise, sehingga dapat dijadikan bahan informasi yang bermanfaat bagi masyarakat.

#### **E. Metodologi Penelitian**

- a. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan hukum yuridis sosiologis, yaitu pendekatan yang mengutamakan pada aturan hukum/yuridis yang dipadukan dengan menelaah fakta-fakta sosial yang terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

#### b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian dalam penulisan ini adalah penelitian deskriptif, yaitu suatu jenis penelitian yang bertujuan untuk memberikan gambaran selengkap-lengkapny mengenai permasalahan yang diteliti.

#### 3. Lokasi penelitian

Untuk mempermudah pengumpulan data yang sesuai dengan permasalahan yang penulis teliti, maka penulis melakukan penelitian Di Roti Kecil Surakarta.

#### 4. Jenis data dan Sumber Data

##### a. Sumber data primer

Para pihak yang berhubungan dengan objek yang diteliti dalam hal ini Pemilik atau pelaku usaha franchise Roti Kecil Surakarta.

##### b. Sumber Data sekunder

Data yang berupa dokumen, majalah, referensi, dari berbagai buku atau informasi dari berbagai media massa yang berkaitan dengan objek penelitian.<sup>11</sup>

#### 5. Teknik Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data yang penulis gunakan, berkisar pada tiga instrumen, yaitu observasi, wawancara, dan studi kepustakaan. Untuk dapat memperoleh data dalam penelitian deskriptif, maka dapat dipakai teknik pengumpulan data sebagai berikut:

---

<sup>11</sup> Khudzaifah Dimiyati dan Kelik Wardino, 2004, *Metode Penelitian Hukum*, Buku Pegangan Kuliah, Surakarta: FH UMS, hal. 47.

a. Wawancara (*interview*)

Yaitu tehnik pengumpulan data dengan cara tanya jawab secara langsung dan lisan dengan responden, guna memperoleh informasi atau keterangan yang berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.<sup>12</sup>

b. Studi Kepustakaan (*library research*)

Merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bahan-bahan bacaan, termasuk peraturan perundang-undangan, dokumen-dokumen yang ada kaitannya dengan masalah di atas. Cara ini dimaksud untuk mencari konsepsi-konsepsi, teori-teori, atau pendapat yang berhubungan dengan pokok permasalahan.

6. Teknik Analisis Data

Dalam menganalisa data penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan analisa data kualitatif deduktif. Penelitian deskriptif merupakan suatu cara pemecahan masalah yang aktual dan sanggup memberikan data-data yang seteliti mungkin tentang masalah yang menjadi objek penelitian. Data yang sudah diperoleh disusun dengan bentuk penyusunan data, kemudian dilakukan reduksi atau pengolahan data, menghasilkan sajian data dan seterusnya diambil kesimpulan.

---

<sup>12</sup> S. Nasution, 2001, *Metode Research (Penelitian Ilmiah)*, Jakarta: PT. Buana Aksara, hal 113.

## **F. Sistematika Penulisan**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan Masalah.
- C. Tujuan Penelitian.
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metodologi Penelitian
- F. Sistematika Penulisan

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

- A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian
  - 1. Pengertian Perjanjian
  - 2. Asas-asas Dalam Hukum Perjanjian
  - 3. Syarat Sahnya Perjanjian
  - 4. Subjek dan Objek Perjanjian
  - 5. Saat lahirnya Perjanjian
  - 6. Wanprestasi
  - 7. Overmacht
  - 8. Berakhirnya Perjanjian
- B. Tinjauan Umum Tentang Franchise
  - a. Pengertian Franchise (Usaha Waralaba)
  - b. Dasar Hukum Franchise
  - c. Perjanjian franchise
  - d. Kewajiban Franchisor Dan Franchisee

### C. Tinjauan Umum Tentang Merek

1. Pengertian Tentang Merek
2. Fungsi Merek
3. Jenis-Jenis Merek
4. Pengaturan Tentang Merek
5. Sistem Pendaftaran Merek
6. Syarat Sahnya Merek
7. Arti Pemakaian Merek
8. Wilayah dan Jangka Waktu Berlakunya Merek
9. Perlindungan Hak Atas Merek dan Proses Penyelesaiannya

### D. Tinjauan Umum Tentang Rahasia Dagang

1. Pengertian Rahasia Dagang
2. Konsep Perlindungan Rahasi Dagang
3. Kriteria Rahasia Dagang

## BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Pelaksanaan perjanjian franchise di Roti Kecil Surakarta.
- B. Bentuk perlindungan hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) atas kekayaan intelektual yang dimilikinya.
- C. Penyelesaiannya jika terjadi sengketa antara para pihak dalam pelaksanaan franchise.

## BAB IV PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran.