

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat dunia pada era globalisasi yang serba canggih ini mengalami perubahan yang sangat dahsyat yaitu, semakin meningkat, atraktif, dinamis, sangat prospektif dan penuh dengan persaingan serta tidak mengenal batas-batas wilayah dan negara. Relasi bisnis antara daerah yang satu ke daerah yang lain mempunyai aksesibilitas yang mudah terjangkau bahkan antar negara sekalipun. Karena itu persaingan bisnis di era global ini diperlukan payung hukum untuk menaungi dan melindungi semua kalangan komunitas masyarakat baik masyarakat yang terjun langsung di dunia bisnis maupun masyarakat pada umumnya. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan rasa keadilan sosial dan adanya kepastian hukum di dalam kehidupan masyarakat luas, bukan semata-mata mencari keuntungan materi belaka (*profit oriented*) tetapi ada pertanggungjawaban terhadap dampak yang ditimbulkan dari operasional bisnis secara menyeluruh tersebut.

Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, para bisnisan dan orang-orang yang ingin terjun langsung di dunia bisnis hendaknya terlebih dahulu mengetahui dan memahami hukum bisnis secara detail agar bisnis yang ditekuni berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi dirinya dan menyejahterakan masyarakat pada umumnya.¹

¹ Naihasy, Syahrin, *Hukum Bisnis (Business Law)*, Mida Pustaka, Yogyakarta, 2005, hlm. 8

Seperti kebanyakan negara berkembang yang lain, Indonesia berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kesejahteraan warganya. Untuk itu pengembangan pada sektor ekonomi menjadi tumpuan utama agar taraf hidup rakyat menjadi lebih mapan. Pembangunan ekonomi merupakan pengolahan kekuatan ekonomi riil dimana dapat dilakukan melalui penanaman modal, penggunaan teknologi dan kemampuan berorganisasi atau manajemen.² Syahrin Naihasy mengatakan lebih lanjut bahwa sejak perekonomian dunia telah mengalami perubahan yang sangat dahsyat dan kini dunia, termasuk Indonesia, menyaksikan fase ekonomi global yang bergerak cepat dan telah membuka tabir lintas batas antar negara.³ Dapat dikatakan bahwa dunia usaha adalah sebagai tumpuan utama yang dipergunakan sebagai pilar dan dilaksanakan dengan berbagai macam cara yang sekiranya dapat memupuk perkembangannya dengan lebih optimal dan berdaya guna.

Semangat kewirausahaan inilah yang senantiasa dimunculkan dalam kehidupan masyarakat untuk mendapatkan kesejahteraan ekonomi yang lebih baik dan mengatasi pengangguran di berbagai bidang. Wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri karena dalam wirausaha masyarakat akan mampu membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang tercipta tersebut.

Bahkan lebih jauh, wirausaha dapat menciptakan peluang kerja bagi orang lain yang ada di sekitar usaha tersebut. Wirausahawan pada umumnya membutuhkan orang-orang dengan berbagai jenis keahlian untuk membantu

² Khairandy, Ridwan, *Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi*, Pusat Studi Hukum UII Yogyakarta bekerjasama dengan yayasan Klinik Haki, Jakarta, 2004, hlm. 132

³ Naihasy, Syahrin, *op. cit*, hlm. 23 - 24

mereka agar bisnis yang mereka jalankan tetap menguntungkan dan selalu berkembang.⁴ Dengan demikian seorang wirausahawan dalam pengembangan bisnis pada umumnya adalah sebagai pemilik ide usaha (proses kreatif) dan menerjemahkan ide-ide usaha tersebut menjadi suatu kenyataan (proses inovasi) dan sekaligus menunjang perkembangan ekonomi suatu negara.

Dunia usaha tidak akan dapat berkembang dalam perekonomian yang statis karena perekonomian yang statis tidak memberikan insentif yang memadai bagi kreativitas maupun inovasi. Tetapi, bisnis akan berkembang pesat di sebuah negara yang ekonominya berkembang pesat.⁵ Faktor obyektif yang dihadapi para bisnisan akan berlaku teori Charles Darwin yang menyatakan bahwa dalam hidup terjadi apa yang disebut dengan “*survival fittes*” yaitu terjadinya seleksi alam di bidang bisnis bahwa yang kuat akan bertahan dan yang tidak kuat akan mati suri atau *collapse*.⁶

Banyak cara untuk menjadi wirausahawan, antara lain mendirikan bisnis sendiri atau membeli sistem bisnis yang sudah jadi. Menurut Robert T. Kiyosaki, ada tiga jenis utama sistem bisnis yang dapat dimasuki oleh para entrepreneur yaitu:⁷

1. Sistem bisnis tradisional yaitu *entrepreneur* mengembangkan sendiri bisnisnya.

⁴ Solihin, Ismail, *Pengantar Bisnis Pengenalan Praktis Dan Studi Kasus*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2006, hlm. 119

⁵ *Ibid*, hlm. 120

⁶ Naihasy, Syahrin, *op. cit*, hlm. 24

⁷ Arifa'I, *Proposal Bisnis, Personal Franchise (Waralaba Pribadi) Bentuk Usaha Alternatif Menjadi jutawan Dalam Waktu Relatif Singkat*, L4L Press, Surakarta, 2004, hlm. 37

2. Sistem bisnis waralaba (*franchise*) yaitu entrepreneur membeli sebuah sistem yang sudah ada.
3. Sistem bisnis pemasaran jaringan yaitu entrepreneur membeli dan menjadi bagian dari sebuah sistem yang telah ada.

Setiap sistem bisnis memiliki kekuatan dan kelemahan, namun jika dilakukan dengan benar apapun sistemnya akan menghasilkan kemakmuran serta kesuksesan. Membangun sistem bisnis secara tradisional atau sendiri mempunyai kelebihan dalam hal pengaturan yang dapat disesuaikan dengan keinginan pemilik bisnis, sedangkan kekurangannya, sistem bisnis belum berjalan, pasar belum ada, sehingga sering terjadi bisnis yang baru dibangun akhirnya gagal. Bisnis apapun yang digeluti oleh seorang wirausahawan, mereka berkeinginan agar bisnisnya dapat meraih laba serta pertumbuhan usaha meskipun dalam upaya meraih laba dan pertumbuhan usaha tersebut senantiasa dibayang-bayangi oleh resiko dan penuh dengan ketidakpastian yang kemungkinan akan terjadi. Pada umumnya sangat sulit untuk menemukan seorang wirausahawan yang juga memiliki managerial skill, keahlian yang sangat mendalam dalam suatu bidang tertentu, mampu mengelola berbagai sumber daya perusahaan secara sinkron.⁸ Biasanya butuh waktu lama (lebih dari 5 tahun) untuk dapat membangun sebuah sistem yang baik.

Membeli sistem bisnis yang sudah jadi mempunyai kelebihan bahwa sistem bisnis sudah tercipta dan siap pakai, si pembeli bisnis tinggal menjalankan saja di dalam sistem yang sudah ada itu. Demikian pula pasar sudah ada, sehingga pemilik bisnis baru ini tidak akan kesulitan dalam memasarkan produknya.

⁸ Solihin, Ismail, *op. cit.*, hlm. 119

Kelemahannya adalah pemilik modal tidak akan bebas dalam menentukan usahanya, karena semuanya tergantung kepada pihak yang dibeli bisnisnya.

Bisnis waralaba adalah tren bisnis masa depan dengan risiko kegagalan yang kecil dimana pertumbuhannya sangat pesat dan memberi warna tersendiri dalam perekonomian Indonesia. Popularitas bisnis waralaba sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi barang dan jasa memang semakin meningkat. Sebagai salah satu sistem pemasaran yang efektif, keberadaan waralaba dianggap mampu menjangkau pangsa pasar suatu jenis produk ke seluruh Indonesia. Besarnya peluang bisnis waralaba di Indonesia menjadikan waralaba baik asing maupun lokal bermunculan dan mengalami peningkatan yang sangat luar biasa. Untuk seorang pemula dalam dunia bisnis, bentuk waralaba ini merupakan alternatif untuk memulai sebuah bisnis.⁹

Bisnis waralaba ini dipakai sebagai alternatif berwirausaha tanpa batas ke seluruh bagian dunia, yang berarti pula seorang pemberi waralaba (*franchisor*) harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara di mana waralaba akan dikembangkan agar nantinya penerima waralaba tidak beralih wujud dari mitra usaha menjadi kompetitor. Pada sisi lain seorang atau suatu pihak penerima waralaba yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha pemberi waralaba menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang benar-benar teruji dan memang merupakan suatu produk yang disukai masyarakat serta akan dapat memberikan suatu manfaat (finansial) baginya. Ini berarti waralaba sesungguhnya juga memiliki satu aspek yang

⁹ Arifa'i, *op. cit*, hlm. 56

penting baik itu bagi pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.

Waralaba digambarkan sebagai perpaduan bisnis “besar” dan “kecil” yaitu perpaduan antara energi dan komitmen individual dengan sumber daya dan kekuatan sebuah perusahaan besar. Waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh franchisor. *Franchisee* menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan *franchisor*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar *initial fee* dan royalti (biaya pelayanan manajemen) pada perusahaan *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.¹⁰

Dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997, waralaba (*franchise*) dirumuskan sebagai berikut:

Franchise adalah perikatan di mana 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.

Pengertian waralaba menurut Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyebutkan bahwa:

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

10

Maharam, S., *Waralaba, Alternatif Strategi Ekspansi Paling Murah*, Smfr@Nchise, hlm. 1

dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa waralaba merupakan waralaba berarti hak istimewa dari pemerintah untuk sebuah badan usaha, dimana: Hak yang diberikan oleh pemerintah kepada suatu badan usaha atau seorang individu untuk menjalankan usaha tertentu, pada tempat tertentu (perusahaan-perusahaan kereta api swasta di luar negeri bekerja dengan dasar *franchise* tersebut). Secara analog hal tersebut berarti pula hak yang serupa yang diberikan seorang produsen kepada seorang penyalur mengenai hasil produksi.¹¹

Sedangkan menurut Martin Mendelson, *franchise* format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*), dan lisensi tersebut memberi hak kepada franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang franchisor, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar ditentukan sebelumnya.¹²

Pemerintah dalam hal ini senantiasa turut aktif dalam menggulirkan kebijakan untuk memberikan kesempatan yang lebih luas kepada para pelaku ekonomi agar mampu merentangkan sayap usahanya. Bagi Pemerintah, penegakan hukum (*rule of law*) merupakan tanggung jawab yang harus direalisasikan untuk memberikan pelayanan dan keadilan hukum bagi warganya

¹¹ Winardi, *Kamus Ekonomi; Inggris-Indonesia*, Mandar Maju, Bandung, 2002, hlm. 216

¹² Martin, Mendelson, *Franchising; Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, (Cetakan Pertama), IPPM, Jakarta, 2003, hlm. 4

demikian terciptanya ketertiban dan keselarasan dalam kehidupan. Bagaimanapun perlindungan hukum merupakan hak bagi setiap warga negara dimanapun berada dan Pemerintah mempunyai tanggung jawab besar untuk menegakkan hukum demi terselenggarakannya perlindungan hukum bagi warganya tanpa ada diskriminasi.

Campur tangan yang dilakukan pihak Pemerintah ini diwujudkan melalui sarana hukum, sedangkan apa yang dimaksudkan dengan hukum adalah dengan berbagai bentuk peraturan perundangan khususnya dalam bidang bisnis waralaba. Lebih dari itu hukum apabila diamati dengan menggunakan optik hukum dan masyarakat, yakni melihat hukum tidak hanya sebagai fungsi dari peraturan, melainkan juga kebijakan (*policy*) pelaksanaannya serta tingkah laku masyarakat.¹³

Pelaksanaan suatu peraturan tidak hanya terbatas pada perwujudan secara riil peraturan tersebut, akan tetapi mempunyai keterkaitan dengan keefektifan yang akan tampak pada pelaksanaan peraturan tersebut. Suatu sistem hukum dapat dikatakan efektif kalau perilaku-perilaku manusia di dalam masyarakat cocok atau sesuai dengan apa yang telah ditentukan di dalam aturan-aturan hukum yang berlaku. Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi peraturan dan tidak menyimpang dari aturan main yang ada, maka tidak akan timbul permasalahan dalam perjanjian waralaba ini.

¹³ Rahardjo, Satjipto, *Permasalahan Hukum Di Indonesia*, Alumni, Bandung, 2004, hlm. 13

Kenyataan dalam kehidupan masyarakat seringkali perilaku menyimpang dari aturan yang sudah ada, seperti halnya dalam perjanjian bisnis waralaba dimana penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi sebagai akibat tidak ditaatinya aturan main oleh para pihak. Berlakunya hukum dilihat dari pola harapan dan pelaksanaannya (*expectation and performance*) ini memberikan bobot yang lebih realistis serta dinamis terhadap berlakunya hukum.¹⁴

Perdagangan dengan menggunakan konsep waralaba dibangun atas dasar perjanjian, yaitu antara Pemberi Waralaba sebagai pemberi hak dan Penerima Waralaba sebagai penerima hak. Perjanjian waralaba selain berkaitan dengan Pasal 1319 KUHPerdara, dan berkaitan pula dalam Pasal 1320 KUHPerdara mengenai syarat sahnya perjanjian dan Pasal 1338 KUHPerdara mengenai asas kebebasan berkontrak yang menyatakan bahwa setiap orang bebas untuk membuat perjanjian dan bebas menentukan isi suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Hal ini berarti, KUHPerdara memberikan kebebasan kepada para pihak yang mengadakan perjanjian untuk menentukan isi perjanjian dengan syarat tidak bertentangan dengan undang-undang kesusilaan dan ketertiban umum.

Di dalam suatu perjanjian terdapat hubungan-hubungan yang terjalin antara para pihak. "Hubungan ini tidak timbul dengan sendirinya. Hubungan hukum itu tercipta dari tindakan hukum yang menimbulkan hubungan hukum dan melahirkan hak dan kewajiban para pihak. Satu pihak berhak memperoleh prestasi sedangkan pihak yang lain berkewajiban memenuhi prestasi".¹⁵

¹⁴*Ibid*, hlm. 14

¹⁵ Harahap, M. Yahya, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, PT.Alumni, Bandung, 2006, hlm. 7

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang merugikan pihak lain. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian waralaba, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku. Saat ini sektor bisnis waralaba sudah sangat beragam artinya tidak hanya didominasi oleh sektor makanan saja tetapi mulai dari sektor usaha pendidikan, salon, retail, laundry, kebugaran, pencucian mobil, aksesoris kendaraan sudah banyak yang diwaralabakan.¹⁶ Tidak terkecuali Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar ini, dimana keberadaannya memberikan solusi bagi masyarakat yang membutuhkan bimbingan belajar yang berkualitas dengan biaya yang terjangkau bagi putra-putrinya.

Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama merupakan lembaga bimbingan belajar yang menyediakan program belajar privat bagi siswa/siswi SD, SMP, SMA. Program dikelola secara SMART & professional dengan tenaga pengajar yang sudah berpengalaman. Dengan visi & misi: (1) Membantu meningkatkan taraf pendidikan masyarakat melalui bimbingan privat yang diberikan pada siswa/siswi SD, SMP, SMA; (2) Mensejahterakan perekonomian keluarga besar Smartgama melalui program bimbingan belajar privat; (3) Menjalin & mengembangkan hubungan baik dengan member-member Smartgama secara kekeluargaan.

Dalam perjanjian bisnis waralaba Smartgama disebutkan bahwa rincian royalti/*goodwill* untuk jangka waktu per 5 Tahun, ditetapkan Harga untuk wilayah Jakarta: Rp 50.000,000,- Propinsi: Rp 42.000.000,- sampai

¹⁶ Arifa'i, *op. cit*, hlm. 56

Rp 47.000.000,- untuk tingkat Kabupaten: Rp 35.000.000,- sampai Rp.40.000.000,- dengan ketentuan tidak ada *fee* manajemen, per bulan dikenakan iuran Rp 300.000,-. Modul/buku panduan belajar di beli di kantor pusat dengan kisaran harga antara Rp 70.000 sampai dengan Rp 90.000 per jenjang/paket lengkap, per siswa.

Franchisee (pihak partner usaha/*owner* cabang) berkewajiban menyediakan gedung, menyediakan prasarana kantor dan kelengkapannya, menyediakan Karyawan. Perekrutan karyawan diserahkan kepada pihak *franchisee*, namun mengacu pada standar pusat (pihak penyedia usaha/ *franchisor*), dan apabila diperlukan dapat mengajukan permohonan bantuan pada kantor pusat. Setelah transaksi dan perjanjian ditandatangani *Franchisee* baru diperbolehkan beroperasi.

Adanya kemungkinan terjadinya wanprestasi dalam perjanjian waralaba ini membuat penulis tertarik untuk membuat tulisan penelitian tentang “WARALABA DAN HUKUM (Studi Tentang Perlindungan Hukum dalam Perjanjian di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan yaitu:

1. Bagaimanakah hubungan-hubungan yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar?

2. Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar?
3. Bagaimanakah model ideal perjanjian waralaba di bidang pendidikan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dari tesis ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan hubungan-hubungan yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar.
2. Untuk mendeskripsikan perlindungan hukumnya bagi para pihak di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar.
3. Untuk mengeksplorasi model ideal perjanjian waralaba di bidang pendidikan.

D. Keaslian Penulisan

Penelitian tentang perjanjian waralaba pernah diteliti oleh beberapa peneliti diantaranya adalah:

1. Hasil penelitian Edy Suryanto menunjukkan berdasarkan PP 16 tahun 1997, yaitu (1) Subjek Hukum *Franchise*/waralaba; (2) Objek hukum *Franchise*/waralaba; (3) Hak dan kewajiban para pihak dalam *Franchise*/waralaba; (4) Wilayah pemasaran *Franchise*/waralaba; (5) Jangka waktu *Franchise*/waralaba; (6) Cara penyelesaian perselisihan *Franchise*/waralaba; (7) Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan *Franchise*/waralaba;

- (8) Tata cara pembayaran royalty *Franchise*/waralaba; pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada *Franchisee*;¹⁷
2. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wafiya menunjukkan bahwa kerja sama pola kemitraan antara Franchistor dengan Franchisee merupakan suatu peristiwa hukum yang terjadi karena perbuatan hukum. Perbuatan hukum ini dilakukan dengan suatu perjanjian. Pola kemitraan juga terjadi antara pihak penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan. Penyelesaian sengketa atau permasalahan muncul dalam pola hubungan kemitraan melalui bisnis franchise diselesaikan dengan jalan musyawarah, bila telah dilakukan musyawarah tetapi tidak tercapai kata sepakat, maka penyelesaian sengketa dilakukan dengan jalan arbitrase. Apabila telah dilakukan kedua upaya tersebut tidak tercapai juga kata sepakat, maka upaya terakhir dapat diselesaikan melalui jalur pengadilan.¹⁸
 3. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Krisyalia Wahyu Sari yaitu Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sebelum pembuatan perjanjian waralaba pemberi waralaba atau kuasanya wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Pemberi waralaba juga harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian

¹⁷ Suryanto, Edy HP, *Tinjauan Legal Normatif Fanchise/Waralaba Di Indonesia*, tesis, Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, 2008

¹⁸ Wafiya, *Pola Hubungan Hukum Kemitraan Melalui Bisnis Franchise Di Kota Bengkulu*, tesis, Universitas Islam Syekh Yusuf, Banten, 2005

waralaba. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.

Keharusan untuk mencantumkan klausula minimal dalam perjanjian waralaba, merupakan pembatasan dalam pelaksanaan asas kebebasan berkontrak, namun hal ini akan menciptakan keseimbangan posisi para pihak dalam perjanjian sekaligus memberikan perlindungan hukum.¹⁹

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian tesis ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan kegunaan yang signifikan diantaranya:

1. Kegunaan teoritis

Penelitian ini secara akademik berguna bagi pengembangan ilmu hukum khususnya hukum bisnis tentang perjanjian waralaba di Indonesia.

2. Kegunaan secara praktis

Selain kegunaan secara teoritis, hasil penelitian yang dilakukan diharapkan juga mampu memberikan sumbangan praktis yaitu:

- a. Memberikan wacana kepada semua pihak yang terkait dengan masalah pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

¹⁹ Krisyalia Wahyu Sari, *Perlindungan Hukum Bagi Pelaku Usaha Waralaba*, tesis, Universitas Diponegoro, Semarang, 2009

- b. Memberikan sumbangan pikiran dalam upaya memberikan kejelasan tentang penyelesaian sengketa dalam pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba kaitannya dengan perlindungan hukumnya bagi para pihak.

F. Metode Penelitian

Mengingat penelitian sebagai salah satu sarana dalam pengembangan ilmu yang digunakan untuk mengungkap kebenaran secara sistematis, metodologis dan konsisten maka proses selama penelitian perlu dianalisa dan kemudian dikonstruksikan dengan masalah terkait yang ada sehingga kesimpulan yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya secara objektif. Yang dimaksud dengan metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah 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.²⁰

1. Lokasi Penelitian

Adapun yang menjadi lokasi penelitian penulis adalah di *Lembaga Bimbel Smartgama* di Kabupaten Karanganyar, yang beralamat di Jalan Perintis Kemerdekaan No. 5 Jetis Karanganyar. Dipilihnya lokasi tersebut karena lembaga Bimbel Smartgama tersebut merupakan usaha waralaba yang sudah berjalan cukup lama dan melakukan ikatan perjanjian kerjasama dengan *franchisor*.

²⁰ Soekanto, Soerjono, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 2004, hlm. 6

2. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan yang bersifat yuridis normatif dan sosiologis. Penelitian hukum normatif disebut juga penelitian hukum doktrinal. Hukum dikonsepsikan sebagai norma-norma tertulis yang dibuat dan diundangkan oleh lembaga atau pejabat negara yang berwenang. Hukum dipandang sebagai suatu lembaga otonom, terlepas dari lembaga lainnya di masyarakat.²¹ Pada penelitian hukum jenis ini acapkali hukum dikonsepsikan sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan (*law in books*) atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas, sedangkan penelitian hukum yang sosiologis, hukum dikonsepsikan sebagai pranata sosial yang secara riil dikaitkan dengan variabel-variabel sosial yang lain. Oleh karena itu pengkajian yang dilakukan terbatas pada peraturan perundangan (tertulis) yang terkait dengan objek yang diteliti, yakni tentang hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

²¹ Roni Hanintjo, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta : Ghalia Indonesia, 1994, hlm. 13

3. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistematis sehingga dapat lebih mudah untuk dipahami dan disimpulkan. Sehingga dapat menggambarkan dan menjelaskan secara rinci, sistematis dan menyeluruh mengenai kenyataan-kenyataan yang ada yang berkaitan dengan hubungan-hubungan hukum yang terjadi antara subjek hukum yang terlibat dalam perjanjian bisnis di Lembaga Bimbingan Belajar Smartgama Karanganyar serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis Data

Jenis data yang digunakan adalah data kualitatif, yaitu data yang berkaitan dengan kualitas. Penelitian kualitatif yang menekankan pada makna, lebih memfokuskan pada data kualitas dengan analisis kualitatifnya.

b. Sumber Data

1) Data primer adalah data yang diperoleh penulis secara langsung dari penelitian lapangan, selanjutnya data primer dalam penelitian tesis tersebut diperoleh dengan wawancara (*interview*), yaitu cara memperoleh informasi dengan bertanya langsung pada pihak-pihak yang diwawancarai, terutama orang-orang yang berwenang, mengetahui, dan terkait dengan pelaksanaan di lapangan, yang berhubungan dengan 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.²² Untuk menentukan informan yang akan diwawancarai digunakan teknik purposive sampling dan snowball sampling. *Purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel sebagai sumber data dengan pertimbangan bahwa orang tersebut dianggap paling tahu tentang permasalahan waralaba di bimbingan belajar Smartgama Karanganyar. *Snowball sampling* adalah teknik pengambilan sampel sebagai informan yang pada awalnya jumlahnya sedikit lama-lama menjadi banyak. Hal ini dilakukan karena dari jumlah sumber data yang sedikit itu belum mampu memberikan data yang lengkap, dengan demikian jumlah sampel sumber data akan semakin banyak.²³ Informan dalam penelitian ini yaitu Bpk. Drs. Housiah Rahmad Putra (Direktur *Franchise*) dan Bpk. Drs. Suropto (Pimpinan Lembaga Bimbel Smartgama Karanganyar).

2) Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi pustaka maupun dokumen-dokumen berasal dari bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder atau diperoleh pada waktu awal maupun pada saat penelitian

²² Hadi, Soestrisno, *Metodologi Research, Jilid II*, Yayasan Penerbit Fakultas Hukum / Psikologi Universitas Gajahmada, Yogyakarta 2004, Hlm.26

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif dan Kualitatif*, Alfabeta, Bandung, 2007, hlm. 300

lapangan yang untuk selanjutnya dilakukan analisa secara mendalam terhadap data tersebut. Data sekunder untuk penelitian ini terdiri dari:

a) Bahan-bahan hukum primer merupakan bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah yang baru dan mutakhir, ataupun pengertian baru tentang fakta yang diketahui mengenai suatu gagasan atau ide. Adapun bahan hukum primer meliputi:

- (1) Kitab Undang – Undang Hukum Perdata;
- (2) Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007;
- (3) Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- (4) Akta Perjanjian Franchise antara Bimbel Smartgama Karanganyar dengan Smartgama Franchise.

b) Sedangkan bahan hukum sekunder adalah merupakan bahan-bahan hukum yang erat hubungannya dengan bahan hukum primer dan dapat membantu menganalisis serta memahami bahan-bahan hukum primer. Adapun bahan-bahan hukum sekunder adalah :

- (1) Kepustakaan atau buku-buku hasil karya para sarjana yang menguraikan tentang perjanjian waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak;
- (2) Hasil penelitian;
- (3) Naskah tulisan baik media cetak maupun elektronik, arsip dan data-data yang di publikasikan.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan setelah data terkumpul untuk mencari gambaran atau pengertian yang bersifat umum tentang apa yang mencakup permasalahan dalam penelitian ini, yakni mencakup data-data tentang perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak. Data yang diperoleh baik dari studi lapangan maupun studi pustaka pada dasarnya merupakan data tataran yang dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu data yang terkumpul dituangkan dalam bentuk uraian logis dan sistematis, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh kejelasan penyelesaian masalah, kemudian ditarik kesimpulan secara induktif, yaitu dari hal yang bersifat khusus menuju ke hal yang bersifat umum.²⁴

Prosedur analisis domain ini akan mengarahkan pada penemuan jenis-jenis domain yang lain. Satu prosedur yang lebih efisien untuk mengidentifikasi suatu domain adalah menggunakan hubungan semantik sebagai titik tolak. Dari bangunan penelitian yang sedang berkembang tampak bahwa jumlah hubungan semantik dalam kebudayaan mana pun sangat kecil, mungkin lebih kecil dari dua lusin. Selanjutnya, beberapa hubungan semantik tertentu tampak bersifat universal. Kenyataan yang sangat jelas ini membuat hubungan semantik menjadi suatu alat yang sangat bermanfaat dalam analisis etnografi. Analisis domain dimulai dari penggunaan hubungan-hubungan semantik, bukan dari istilah-istilah pencakup untuk menemukan domain.²⁵

²⁴ Soekanto, Soerjono, *op. cit.* hlm. 52

²⁵ Spradley, James P., *Metode Etnografi*, Penerbit Tiara Wacana, Yogyakarta, 2005, hlm. 151

Suatu taksonomi yang diteliti merupakan serangkaian kategori yang diorganisir atas dasar satu hubungan semantik tunggal. Taksonomi memiliki perbedaan dengan domain hanya dalam satu hal, yakni bahwa taksonomi menunjukkan hubungan di antara semua istilah bahasa asli dalam suatu domain. Suatu taksonomi mengungkapkan berbagai subset dari berbagai istilah bahasa asli dan cara-cara subset itu dihubungkan dengan domain itu sebagai suatu keseluruhan.²⁶

Analisis komponen merupakan suatu pencarian sistematis berbagai atribut (komponen makna) yang berhubungan dengan simbol-simbol budaya. Apabila seorang etnografer menemukan berbagai kontras di antara anggota suatu kategori, maka hal yang terbaik adalah jika kontras ini dianggap sebagai atribut komponen makna dari suatu istilah.²⁷

²⁶ *Ibid*, hal. 189

²⁷ *Ibid*, *Op. Cit*, hal 245