

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah teruji dan sukses dibidangnya, sehingga dianggap dapat “menjamin” mendatangkan keuntungan, faktor ini yang kemudian menjadi “magnet” untuk menarik animo masyarakat secara luas. Melalui konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik. Pada saat sekarang ini, sulitnya mencari pekerjaan dan adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) membuat sebagian orang berminat untuk melakukan usaha waralaba.

Para pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada Pasal 1 ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa pemberi waralaba (*Franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba (*Franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba

untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.¹

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.²

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik 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 dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Lebih lanjut

Diperjelas pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa usaha yang dapat digolongkan sebagai usaha *Franchise* atau waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan,

¹ Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jakarta: Kata Hati, hal. 107.

² Lathifah Hanim, "Perlindungan Hukum Hak Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia" dalam *Jurnal Hukum*, Vol XXVI, No. 2. [http \(http://jurnal.blog.com/skripsi/waralaba\)](http://jurnal.blog.com/skripsi/waralaba) diunduh 4 Juli 2014, pukul 19.30 WIB .

adanya dukungan yang berkesinambungan, dan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

Pasal 3 ayat (6) menyatakan bahwa kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Rahmadi Usman³ menjelaskan bahwa hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Waralaba dalam perspektif Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama-sama dua jenis Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yaitu Merek (termasuk merek dagang, merek jasa dan indikasi asal) dan Rahasia Dagang. Hak pemanfaatan dan penggunaan kedua jenis Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal Hak Kekayaan Intelektual yang diberikan hanyalah hak untuk menjual atau mendistribusikan produk barang atau jasa dengan menggunakan merek tertentu saja, yang tidak disertai dengan kewenangan dan atau tindakan untuk melakukan suatu hal tertentu baik dalam bentuk pengelolaan atau pengolahan lebih lanjut yang memberikan tambahan nilai pada produk barang yang dijual tersebut, maka hal yang demikian tidak jauh berbeda dari suatu bentuk pendistribusian barang.⁴

³ Rahmadi Usman, 2003, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung: Alumni, hal. 136.

⁴ Lathifah Hanim. *Op. Cit.* hal. 575.

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia, legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ditegaskan bahwa

Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di mana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba.⁵

Perjanjian waralaba merupakan landasan legal yang berlaku sebagai undang-undang dalam mengoperasionalkan hubungan yang telah disepakati dan merupakan landasan untuk menjaga kepentingan Pemberi Waralaba

⁵ Anak Agung Deby, Wulandari dan Ida Bagus Putra Atmadja, "Perlindungan Hukum Bagi *Franchisee* Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Bisnis *Franchise*". Jurnal Hukum, Vol. 2. No. 3. <http://dh3m0echan.wordpress.com/perlindungan-hukum-bagi-franchisee-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-dalam-bisnis-franchise/2018/11/29/> diunduh 19 Agustus 2014, pukul 16.25WIB.

maupun Penerima Waralaba. Adanya perjanjian tersebut memberikan perlindungan hukum secara preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya perselisihan. Hal ini diwujudkan dengan cara calon *franchisee* diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya sebelum suatu perjanjian waralaba tersebut disepakati oleh kedua belah pihak. Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan perselisihan. Hal ini dapat diwujudkan dengan melalui lembaga litigasi maupun non-litigasi yang berwenang.⁶

Dari dua pendapat tersebut dapat dipahami bahwa perjanjian mitra merupakan perjanjian kerja sama yang saling menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Para pihak yang terlibat perlu mendapat perlindungan hukum, karena masing-masing pihak dalam perjanjian mitra memiliki kewajiban sendiri-sendiri.

Para pihak yang melaksanakan kewajiban-kewajiban akan terlindungi secara hukum. Perjanjian mitra dalam waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain, termasuk dalam memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual. Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan HAKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan

⁶ *Ibid*, hal. 24.

batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh *franchisee*, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini dipilih judul, yaitu: **PERLINDUNGAN HUKUM HAK KEKAYAAN INTELEKTUAL DALAM PERJANJIAN WARALABA (Studi Tentang Perlindungan Hukum Bagi *Franchisee* dan *Franchisor* Pada Produk Bebek Goreng Haji Slamet).**

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang masalah, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan, sebagai berikut:

1. Bagaimanakah penerapan HAKI dalam perjanjian waralaba pada Bebek Goreng Haji Slamet?
2. Bagaimanakah akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada perjanjian waralaba Bebek Goreng Haji Slamet?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian akan memudahkan peneliti untuk membahas permasalahan secara fokus. Adapun tujuan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Ingin mengetahui penerapan HAKI dalam perjanjian waralaba pada Bebek Goreng Haji Slamet.
2. Ingin mengetahui akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada perjanjian waralaba Bebek Goreng Haji Slamet.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Bagi ilmu pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi sumbangan pemikiran bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya hukum perdata dalam perjanjian bisnis waralaba.

2. Bagi Perusahaan

Memberikan masukan kepada perusahaan dengan memberikan suatu kontribusi dalam pembuatan perjanjian mitra dalam mekanisme waralaba di bidang kuliner atau makanan.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini bermanfaat bagi peneliti untuk menambah pengetahuan dan pengalaman tentang perjanjian mitra, sehingga peneliti dapat memanfaatkan teori yang diperoleh saat kuliah dalam pelaksanaan secara nyata. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai salah satu kelengkapan syarat untuk meraih gelar kesarjanaan di bidang hukum.

E. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Jenis Penelitian**

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu menggambarkan peraturan hukum yang berlaku dan dikaitkan dengan teori-teori hukum, serta dalam praktek pelaksanaannya merupakan hukum positif sesuai dengan

permasalahan penelitian. Bersifat deskriptif karena dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran secara rinci, jelas, dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan dengan pelaksanaan perjanjian mitra dalam waralaba antara *franchisor* dan *franchisee*.

2. Metode pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian menggunakan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan empiris yaitu pendekatan dengan mengidentifikasi dan mengkonsepsikan hukum sebagai intitusi sosial yang riil dan fungsional dalam kehidupan yang mempola.⁷ Pendekatan secara empiris dimaksudkan memberikan jawaban-jawaban terhadap permasalahan yang berkaitan dengan kenyataan yang terjadi di dalam masyarakat yang berhubungan dengan masalah yang hendak dikaji. Dalam melakukan penelitian ini, dengan cara mendasarkan permasalahan yang hendak dikaji.

3. Jenis dan Sumber Data

Di dalam penelitian ini ada dua jenis dan sumber data, yaitu data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang diperoleh langsung dari sumbernya. Data primer diperoleh melalui wawancara. Bentuk wawancara dilakukan secara bebas dan terpimpin berdasarkan pedoman wawancara yang dibuat oleh peneliti. Dari pedoman wawancara dapat

⁷ Roni Hanitiyo Soemitro, 1990, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hal. 34.

dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan lain agar bervariasi dan tetap mengacu pada pedoman wawancara.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data-data yang menunjang data primer dan perolehan data melalui studi dokumen yang meliputi:

1) Bahan hukum primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang digunakan dalam penelitian ini, antara lain:

- a) KUHPerdata;
- b) Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;
- c) Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek;
- d) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- e) Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/kep/ XI/1988 tentang Kegiatan Perdagangan
- f) Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
- g) Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/kep/ XI/1988 tentang Kegiatan Perdagangan;

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder yaitu bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, yang terdiri dari buku-buku yang relevan dengan penelitian.

Contohnya:

- a) Buku-buku perjanjian kerjasama dalam waralaba
- b) Jurnal penelitian perjanjian waralaba
- c) Kamus hukum
- d) Penelitian-penelitian yang relevan.

4. Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini maka teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Studi dokumen, adalah penelitian dari dokumen-dokumen tentang perjanjian kerjasama waralaba.
- b. Wawancara dengan menggunakan pedoman wawancara (*interview guide*). “Wawancara dilakukan terhadap narasumber dengan menggunakan pedoman wawancara yang telah dipersiapkan sebelumnya, wawancara ini dilakukan dengan cara terarah maupun wawancara bebas dan mendalam”⁸ Wawancara dilakukan pada pihak yang terkait, dalam hal ini dilakukan secara langsung pada pemilik usaha *Bebek Goreng Haji Slamet*.

5. Analisa data

Analisis data merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian, untuk memberikan jawaban terhadap masalah yang diteliti. Analisis data dengan menggunakan metode deduktif dan induktif. Metode deduktif dilakukan dengan membaca, menafsirkan dan membandingkan,

⁸ Lexi Moelong, 2008, *Metode Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Rosda Karya, hal. 48.

sedangkan metode induktif dilakukan dengan menterjemahkan berbagai sumber yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas sehingga diperoleh kesimpulan sesuai dengan tujuan yang telah dirumuskan.

F. Sistematika Skripsi

Untuk lebih mengetahui dan mempermudah dalam memperoleh gambaran dalam hasil skripsi ini, maka secara umum penulis mengemukakan urutan (sistematika) skripsi seperti di bawah ini:

BAB I : PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Perumusan masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Metode Penelitian
- F. Sistematika skripsi

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Perjanjian
 - 1. Pengertian Perjanjian
 - 2. Syarat-syarat Sahnya Suatu Perjanjian
 - 3. Asas-asas dalam Perjanjian
- B. Tinjauan Waralaba (*Franchise*)
 - 1. Pengertian Waralaba (*Franchise*)
 - 2. Bentuk-bentuk Waralaba

3. Perjanjian Waralaba
 4. Sejarah Perkembangan Waralaba Di Indonesia
- C. Tinjauan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)
1. Pengertian Hak Kekayaan Intelektual (HAKI)
 2. Pengertian Merek
 3. Pengalihan hak Merek
 4. Rahasia Dagang
- D. Wanprestasi
1. Pengertian Prestasi dan Wanprestasi
 2. Sanksi Wanprestasi

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Waralaba di Bebek Goreng Haji Slamet
- B. Penerapan HAKI dalam perjanjian waralaba pada Bebek Goreng Haji Slamet.
- C. Akibat hukum apabila terjadi wanprestasi pada perjanjian waralaba Bebek Goreng Haji Slamet

BAB IV : PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran-saran

DAFTAR PUSTAKA