

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya tersebut gagal, namun dialah yang pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba ini di AS.¹ Di Indonesia, lembaga waralaba dikenal sejak tahun 1970. Yang memperkenalkan adalah pengusaha Es Teller 77 yang pertama-tama mempopulerkan lembaga waralaba di Indonesia. Pengusaha tersebut mempunyai cabang-cabang di semua kota di Indonesia.²

Franchise (Waralaba) adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional. Pada Pasal 1 Peraturan pemerintah NO. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang dimaksud dengan 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.

Kehadiran bisnis *Franchise* (waralaba) sebagai suatu sistem bisnis mempunyai karakteristik tersendiri di dalam kehidupan ekonomi dan juga menimbulkan permasalahan di bidang hukum dikarenakan bisnis waralaba ini didasarkan pada suatu perjanjian yang menimbulkan hak dan kewajiban para pihak,

¹ Sonny Sumarso, 2013, *Kewirausahaan*, Yogyakarta: GRAHA Ilmu, hal. 75.

² Darmawan Budi Suseno, 2008, *Waralaba Syariah: Resiko Minimal, Laba, Maksimal, 100% Halal*, Yogyakarta: Cakrawala, hal. 12.

sehingga diperlukan adanya perlindungan hukum yang saling menguntungkan bagi masing-masing pihak.³

Satu penjelasan tentang kegagalan *franchise* yang rendah adalah bahwa kebanyakan *franchisor* menyeleksi dengan sungguh-sungguh ketika memberikan franchisenya. Banyak franchisee potensial yang memenuhi syarat dalam segi keuangannya telah ditolak. Ada tiga tambahan dan lebih spesifik, alasan mengapa kesempatan *franchise* menarik, yaitu: 1). Pelatihan, 2). Bantuan finansial, 3). Keuntungan operasi. Tentu saja, semua franchise tidak sama kuatnya dalam semua aspek. Tetapi beberapa kelebihan franchise memotivasi orang untuk mempertimbangkan perjanjian franchise.⁴

Franchising seperti sekeping mata uang yang memiliki dua buah sisi. Kita telah menyajikan sisi positif franchising tetapi kita harus pula mengamati sisi negatifnya. Pada khususnya, terdapat tiga kekurangan di dalam bentuk bisnis franchise, yaitu: 1). Biaya Franchise, 2) Mengevaluasi Kesempatan usaha Pranchise Pembatasan Pengoperasian Bisnis, 3) Hilangnya Kebebasan.⁵

Bentuk usaha *franchise* digambarkan sebagai perpaduan bisnis besar dan kecil, yaitu perpaduan antara energi dan komitmen individual dengan sumber daya dan kekuatan sebuah perusahaan besar.⁶ *franchise* adalah pemberian lisensi atas suatu format bisnis secara keseluruhan, dimana pihak pemilik hak guna nama (*franchisor*) memberikan lisensi atas sejumlah penyalur atau penerima hak guna nama (*franchisee*) untuk memasarkan suatu produk/jasa dan melakukan bisnis yang dikembangkan oleh *franchisor* dengan menggunakan merk nama, merk dagang,

³ Atina Sesaria et.all, *Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba Di Kabupaten Kendal (Studi Pada Alfamart Desa Pucang Rejo)*, Program Studi S1 Ilmu Hukum, Fakultas Hukum, Universitas Diponegoro, Diponegoro Law Journal: Volume 6, Nomor 1, Tahun 2017, <http://www.ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dlr>

⁴ *Ibid.*,

⁵ *Ibid.*,

⁶ Sulistiyani, 2009, *Manajemen Sumber Daya Manusia, Konsep, Teori dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik*, Edisi kedua, Yogyakarta: Graha Ilmu, hal. 64.

merk jasa keahlian khusus dan cara melakukan bisnis yang memiliki oleh *franchisor*.

International Franchise Association mengajukan definisi *franchise* adalah hubungan perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee*, dimana *franchisor* menawarkan atau berkewajiban untuk memelihara kesinambungan kepentingan *franchisee* dalam hal pengetahuan, ketrampilan, pelatihan bidang bisnis *franchise* dan *franchisee* berhak beroperasi dengan nama dagang, atau format atau prosedur yang dimiliki dan di bawah pengawasan *franchisor*. Untuk kepentingan tersebut mengharuskan *franchisee* untuk melakukan investasi dengan modalnya.⁷

Franchise (Waralaba) di dasarkan pada suatu perjanjian waralaba sebagaimana diatur dalam pasal 4 dan Peraturan pemerintah N0. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, yaitu:

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Perjanjian tersebut merupakan peraturan yang dibuat oleh pemerintah Republik Indonesia tentang Waralaba. Mengingat bahwa perjanjian waralaba adalah Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya, maka hubungan hukum para pihak yang akan menjalankan usahanya sangat ditentukan oleh perjanjian waralaba itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak. Pembuatan suatu kontrak bisnis merupakan momentum terpenting dalam suatu proses kerja sama bisnis,

Perjanjian waralaba merupakan suatu tindakan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak. Melalui perjanjian waralaba, *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* sebagai mitra usahanya untuk menjalankan usaha di bidang yang sama dengan menggunakan merek dagang atau

⁷ *Ibid*, hal. 65.

nama dagang dan hak milik intelektual lainnya dengan menjaga standar kualitas dan reputasi *franchisor* sehubungan dengan penggunaan merek dari barang dan/atau jasa yang diperjanjikan tersebut.⁸

Pembinaan Dan Pengawasan (*supporting management*) dijelaskan pada Pasal 14 Peraturan pemerintah NO. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yaitu:

(2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain berupa pemberian:

- a. Pendidikan dan Pelatihan Waralaba.
- b. Rekomendasi untuk memanfaatkan Sarana Perpasaran.
- c. Rekomendasi untuk mengikuti pameran Waralaba baik di Dalam Negeri dan Luar Negeri.
- d. Bantuan Konsultasi melalui Klinik Bisnis.
- e. Penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik.
- f. Bantuan Perkuatan Permodalan

Supporting management merupakan dukungan yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* secara keseluruhan terkait dengan bisnis yang dijalankan. Diantara *supporting management* yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* ialah berupa bahan baku yang digunakan untuk menjalankan usaha, konsultasi mengenai jenis pemasaran (*marketing management*), dan bantuan terhadap *franchisee* bila terjadi masalah dilapangan.⁹

Franchise biasanya individu independen yang ingin menjalankan bisnis untuk diri mereka sendiri, mereka juga tertarik pada *franchise* karena bimbingan dan dukungan yang ditawarkan oleh *franchisor* yang menawarkan konsep bisnis yang mapan dan terbukti berhasil. Sebuah bisnis *franchise* dikatakan sukses tidak hanya sebatas dapat memenuhi komitmen kontrak yang ditetapkan dalam perjanjian *franchise*, tetapi *franchisor* bisa memberikan dukungan dan pengawasan tambahan yang bahkan tidak tercantum dalam kesepakatan (*supporting management*).

⁸ Salim H.S, 2003, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, hal. 165.

⁹ Suryono Ekotama, 2010, *Rahasia Kontrak Franchise*, Citra Media, Jakarta, hal. 2.

Pengawasan mengingatkan franchisor akan kesulitan yang mungkin dihadapi *franchisee* dan selalu mengingatkan untuk kembali kepada sistem.¹⁰

Berdasarkan penjelasan diatas, maka penulis melakukan penelitian skripsi dengan judul: “**Analisis Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Bentuk Dari Kontruksi Hukum Dalam Frenchise Markobar?
2. Bagaimana Implementasi *Supporting Manajemen* Pada Perjanjian Franchise Markobar?
3. Problematika Apa Yang Terjadi Didalam Perjanjian Frenchise Di Markobar?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui implementasi *supporting management* pada perjanjian *franchise* Markobar.
2. Untuk mengetahui penyelesaian hukum terhadap perjanjian *franchise* yang dilakukan pihak Markobar

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini memberikan manfaat bagi mahasiswa untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan wawasan mengenai Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar.

¹⁰ Rachmadi, 2007, *Franchising The most Practical and Excellent Way of Succeeding*, Cetakan kedua, Jakarta, Gramedia Pustaka Utama, hal. 9.

- b. Penelitian ini dapat dipakai sebagai referensi Universitas Muhammadiyah Surakarta mengenai Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar serta untuk memberikan khazanah Ilmu Hukum Perdata khususnya mengenai perjanjian *franchise*.
 - c. Diharapkan kedepannya dapat dijadikan bahan untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat Praktis
- Diharapkan penelitian ini dapat mengembangkan pola pikir dinamis maupun acuan terhadap penulis mengimplementasikan ilmu hukum yang diperoleh selama menjalani perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

E. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *deskriptif*. Jenis penelitian *deskriptif* merupakan penelitian yang menjelaskan peraturan yang berlaku diantaranya Peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba lalu dihubungkan dengan fakta hukum yang terjadi yaitu Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar.¹¹

2. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini adalah *yuridis-empiris* yaitu pendekatan terhadap norma berupa Peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba lalu dihubungkan dengan fakta hukum yang terjadi yaitu Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar dalam bentuk draft kontrak *franchise*.¹²

3. Lokasi Penelitian

¹¹ Suratman, 2013, *Metode Penelitian Hukum*, Bandung: Alfabeta, hal. 229

¹² *Ibid*,.

Penelitian ini dilakukan di Markobar Surakarta.

4. Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:¹³

a. Data Primer

Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Pemilik Markobar Surakarta.

b. Data Sekunder

Data sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu buku, arsip, literature, peraturan perundang-undangan terkait dengan Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar.

5. Sumber Data

a. Bahan Hukum Primer

- 1) KUHPeradata.
- 2) Peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang didapatkan dari buku, jurnal hukum dan karya ilmiah.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier diperoleh dari kamus hukum, bibliografi dan internet.¹⁴

6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data menggunakan teknik pengumpulan terhadap bahan hukum, diantaranya:

a. Data Primer

- 1) wawancara Pemilik Markobar Surakarta.
- 2) *Franchisee* Penerima Waralaba.

b. Data Sekunder

¹³ *Ibid.*,

¹⁴ Soerjono Soekanto & Sri Mamudji, 2006, *Penelitian Hukum Normati*, Jakarta: PT Raja Grafindo, hal .10.

- 1) Yurisprudensi
- 2) Jurnal
- 3) Buku

7. Analisis Data

Analisis data yang digunakan peneliti yaitu *deskriptif-kualitatif*, yakni merupakan analisis bersifat menjelaskan peraturan yang ada yaitu Peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba lalu dihubungkan dengan fakta hukum yang terjadi Implementasi *Supporting Management* Pada Perjanjian *Franchise* di Markobar dalam bentuk draft kontrak *franchise*.¹⁵

F. Sistematika Penulisan

BAB I: PENDAHULUAN

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

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

- A. Tinjauan Umum Perjanjian
 1. Pengertian Perjanjian
 2. Asas-asas Perjanjian
 3. Syarat Sahnya Perjanjian
 4. Akibat Batalnya Perjanjian

¹⁵ H.B Sutopo, 2006, *Penelitian Kualitatif, Dasar Teori Dari Terapannya Dalam Penelitian*., Surakarta: Universitas Sebelas Maret Surakarta, hal 107.

5. Hapusnya Perjanjian
- B. Tinjauan Umum *Franchise* (Waralaba)
 1. Pengertian *Franchise*
 2. Tinjauan Umum Franchise/Waralaba Berdasarkan Perpu No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
 3. Para Pihak Perjanjian *Franchise*
 4. Jenis *Franchise*
 5. Pengertian *Supporting Management*

BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Bentuk dari Kontruksi Hukum dalam Frenchise Markobar
- B. Implementasi *supporting management* pada perjanjian *franchise* Markobar
- C. Problematika yang terjadi dalam Perjanjian Frenchise di Markobar dan Penyelesaian Hukumnya

BAB IV: PENUTUP

- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA