

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Franchise atau waralaba merupakan usaha berupa pemasaran terhadap barang atau jasa yang dilakukan secara vertikal yaitu pemberi waralaba (*farnchisor*) bersedia memberikan sistem usaha waralaba kepada penerimanya (*franchisee*) yang didasarkan atas perjanjian, termasuk diantaranya mengenai perjanjian lisensi yang merupakan jenis daripada Hak Kekayaan Intelektual.¹

Franchise di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan waralaba. Kata waralaba sendiri berasal dari 2 (dua) kata yaitu wara dan laba. Arti dari wara yaitu istimewa, sedangkan laba berarti keuntungan. Kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) sebagai padanan kata *franchise*.

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba pada Pasal 1 menjelaskan arti waralaba yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

¹ Abdullah Taufik, *Perjanjian Waralaba Dalam Perspektif Bisnis Syari'ah*, IAIN Kediri, Jurnal Qawanin, Volume 2, Nomor 1, Januari 2018: ISSN: 2598-3156, hal. 20.

Sistem perdagangan dengan menggunakan *franchise* atau waralaba lebih saat ini telah berkembang karena menjawab tantangan zaman modern. Sistem pada *franchise* atau waralaba tidak membutuhkan investasi secara langsung, akan tetapi melibatkan kerjasama dengan pihak lain. *Franchise* merupakan salah satu jenis kemitraan yang dilandasi pada hubungan yang menguntungkan oleh para pihak.²

Hubungan antara *franchisee* dan *franchisor* merupakan aspek yang penting dalam kelangsungan bisnis waralaba. *Franchisor* perlu membangun hubungan yang menguntungkan agar bisnis waralaba berlangsung dalam jangka panjang melalui *relationship marketing (trust)*, komunikasi (*communication*) dan penanganan masalah (*conflict handling*).³

Setiap perjanjian yang merupakan perbuatan hukum tidak selalu berjalan sebagaimana mestinya, terkadang dalam pelaksanaannya terjadi beberapa masalah mengenai hak dan kewajiban para pihak seperti contoh berikut:

No	Tahun	Kasus	Penyelesaian
1	2015	Penggugat merasa dirugikan uang sejumlah Rp 219.827.000, kerjasama dengan perjanjian bahwa tergugat selaku pemilik hak waralaba (<i>franchisor</i>), dengan nama/merek dagang Indomaret memberikan hak waralaba kepada korban (<i>sistem franchisee</i>), selaku pemilik tanah dan bangunan, di Jalan Cipta Karya	Pengadilan

² Norman Syahdar Idrus, *Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam*, Jurnal Yuridis Volume 4, Nomor 1, Juni 2017, ISSN: 1693-4458, hal. 29.

³ A. Bendt, 2009, *Franchisee Satisfaction Among Food Franchisees: An Exploratory Study*, South America Business Review, Vol. 13 No. 1.

		Ujung No 26B dan C, Tuah Karya, Tampan, Pekanbaru, sebagai tempat usaha yang menggunakan merk dagang Indomaret, yang termaktub dalam perjanjian No:013/WR-CLG/PKU/XI/2015. Uang itu tidak dibayarkan tergugat, meski perjanjian awalnya mitra usaha.	
2	2012	Perjanjian Franchise antara Salon Kecantikan De Grace dengan Salon Kecantikan dan Pelangsinan “Yemember”. Dalam putusan Badan Arbitrase Nasional Indonesia Nomor 31/ARB/BANI-SBY/I/2012, jelas sekali terdapat kesenjangan antara tuntutan perlindungan hukum bagi franchisee telah melakukan wanprestasi sehingga franchisee tidak berhak untuk memohon perlindungan hukum. Termohon telah dinyatakan wanprestasi maka sebagai akibat hukumnya yakni Termohon dihukum untuk membayar denda atas keterlambatan membayar biaya kekurangan atas hak waralaba, denda tersebut sebesar Rp. 1.000.000,00 (satu juta rupiah) per/setiap hari keterlambatan,	Arbitrase
3	2013	Penentuan Hak dan Kewajiban perjanjian waralaba menggunakan konsep perjanjian baku, isi perjanjian ditentukan oleh pemberi waralaba, CV Yakusa tidak berhak merubah isi perjanjian tersebut. Kedua, Perjanjian Waralaba memiliki apek Perlindungan Hukum dimana pasal-pasal perjanjian waralaba memuat aturan tentang syarat pendirian usaha sampai kepada berakhirnya perjanjian dan pelaksanaan perlindungan hukum mengenai penyelesaian sengketa dilakukan dengan cara kekeluargaan dan menggunakan arbitrase. Adapun saran-saran bahwa pentingnya memperkuat PP No. 42 tahun 2007 agar Perjanjian Waralaba yang mengacu kepada PP tersebut juga semakin kuat serta hendaknya perlindungan hukum dalam perjanjian waralaba	Arbitrase

	memberikan jaminan dalam menjalankan kerjasama yang saling menguntungkan dan memberi perlindungan hukum para pihak atas perjanjian baku yang sering memunculkan posisi dominan.	
--	---	--

Secara umum kewajiban pemberi waralaba adalah; a) memberikan informasi terkait dengan ciri khas usaha waralaba; b) memberikan bantuan kepada penerima waralaba pembinaan bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba. Hak dari penerima waralaba diantaranya yaitu; a) memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan ciri khas usaha seperti manajemen, penjualan, penataan dan distribusi yang terkait dengan objek waralaba; b) memperoleh bantuan dari pemberi waralaba dengan segala macam pemanfaatan dan penggunaan.⁴

Supporting management merupakan dukungan yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* secara keseluruhan yang berhubungan dengan bisnis yang dijalankan. Jenis *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.⁵

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang mengenai perjanjian *franchise*, isi perjanjian *franchise* dan bentuk perlindungan kepada *franchisee* atas perjanjian

⁴ Gunawan Widjaja, 2001, *Waralaba Seri Hukum Bisnis*, Jakarta: Rajawali Pers, hal. 81-82.

⁵ Suryono Ekotama, 2010, *Rahasia Kontrak Franchise*, Jakarta: Citra Medika, hal. 2.

franchise. Penulis akan melakukan penelitian dengan judul; “Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta)”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang mengenai perlindungan konsumen atas perjanjian *franchise*, maka penulis merumuskan masalah yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Apakah isi dari perjanjian sudah sesuai dengan peraturan yang berlaku?
2. Bagaimana perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian franchise?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan rumusan masalah mengenai perlindungan konsumen atas perjanjian *franchise*, maka penulisan ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah perjanjian franchise sudah sesuai dengan peraturan yang ada.
2. Untuk mengetahui perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian franchise yang melibatkan.

D. Manfaat Penelitian

Berdasarkan penjelasan tujuan penelitian mengenai perlindungan konsumen atas perjanjian *franchise*, maka penulisan ini diharapkan memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Penulis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan serta wawasan kepada penulis (pribadi), khususnya penulis lebih memahami dengan baik terkait dengan Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

2. Ilmu Pengetahuan

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangsih pemikiran dan perkembangan ilmu pengetahuan pada bidang hukum, khususnya terkait hukum perdata dan perlindungan konsumen mengenai Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

3. Masyarakat

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan informasi kepada masyarakat terkait dengan hukum yang berlaku, khususnya mengenai hukum perdata dan Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

E. Metode Penelitian

1. Metode Pendekatan

Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode normatif, karena dalam penelitian ini yang akan diteliti adalah kaidah-kaidah

hukum, asas-asas hukum tentang Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).⁶

2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah *deskriptif* yaitu untuk menggambarkan secara jelas mengenai Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

3. Sumber Data

a. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh penulis sumber-sumber tertulis seperti:

1) Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari peraturan perundang-undangan yang akan diteliti, diantaranya:

- a) KUHPerdata
- b) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba
- c) Undang-undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
- d) Draft Perjanjian Waralaba.

⁶Abdulkadir Muhammad, 2004, *Hukum dan Penelitian Hukum*. Cet. 1, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, hal. 52.

2) Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder adalah bahan-bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer seperti buku-buku ilmu hukum dan jurnal yang terkait dengan Analisis Yuridis Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

3) Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier adalah bahan-bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Bahan hukum tersier yang digunakan dalam penelitian ini adalah kamus hukum, buku penelitian hukum, jurnal dan internet.

b. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari pemilik *franchise* dan *franchise* (penerima waralaba) wilayah Surakarta yang merupakan objek penelitian dan obesrvasi dilapangan.

1) Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di pemilik *franchise* dan *franchise* (penerima waralaba) wilayah Surakarta.

2) Subyek Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menetapkan subyek yang diteliti yaitu dengan menggali informasi dari pemilik *franchise* dan

franchise(penerimawaralaba) wilayah Surakarta tentang perlindungan konsumen atas perjanjian *franchise*.

4. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan yang dilakukan dalam penelitian ini sebagai berikut:⁷studipustaka, yaitu Metode pengumpulan data dengan cara mencari, mempelajari, dan menghimpun bahan-bahan yang disebutkan diatas serta buku-buku yang berhubungan dengan penelitian dalam masalah Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta).

5. Metode Analisis Data

Metode Analisis data yang digunakan yaitu normatif-kualitatif dengan menyusun data-data yang dikumpulkan meliputi peraturan, buku-buku, yurisprudensi mengenai Perjanjian *Franchise* (Studi Kasus Wilayah Surakarta) yang dipadukan pendapat responden dilapangan. Setelah itu dicari permasalahannya, dianalisa secara kualitatif kemudian ditarik kesimpulan.

F. Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

B. Rumusan Masalah

C. Tujuan Penelitian

D. Manfaat Penelitian

⁷Hasan Mustafa, 2003, *Teknik Sampling*, Bandung: Alfabeta, hal. 28.

E. Metode Penelitian

F. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian
2. Syarat Sah Perjanjian
3. Jenis Perjanjian
4. Asas Perjanjian
5. Wanprestasi

B. Tinjauan *Franchise*

1. Pengertian *Franchise*
2. Jenis *Franchise*
3. Hak dan Kewajiban *Franchisor* dan *Franchisee*
4. Pengertian *Supporting Management*

C. Penyelesaian Hukum

1. Litigasi
2. Non Litigasi

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Isi Dari Perjanjian *Franchise*

B. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Franchise Yang Melibatkan.

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

B. Saran