BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha pada era sekarang ini terus berkembang dinamis mengikuti perkembangan zaman. Hal ini mendorong para pengusaha untuk berinovasi mencari terobosan baru, agar mampu bersaing dimasa perekonomian yang semakin bebas.

Menurut Robert T. Kiyosaki, ada 3 (tiga) jenis sistem bisnis utama yang dapat dimasuki oleh para pelaku usaha (*entrepreneur)* yaitu [1]:

1. Sistem bisnis tradisional yaitu *entrepeneur* mengembangkan sendiri bisnisnya.
2. Sistem bisnis waralaba (*franchise)* yaitu *entrepeneur* membeli sebuah sistem yang sudah ada.
3. Sistem bisnis pemasaran jaringan yaitu *entrepeneur* membeli dan menjadi bagian dari sebuah sistem yang telah ada.

Setiap sistem diatas memiliki kekuatan dan kelemahan masing-masing , namun saat ini salah satu terobosan yang banyak di pilih para pelaku usaha dalam mengembangkan usahanya adalah dengan pola bisnis waralaba (*franchise)*. Bisnis menjual nama besar perusahaan atau merek yang sukses ini, rupanya cukup ampuh menggoda para pelaku bisnis untuk memilih model

[1] Arifa'I, *Proposal Bisnis, Personal Franchisse (Waralaba Pribadi) Bentuk Usaha Alternatif Menjadi Jutawan Dalam Waktu Relatif Singkat,* L4L Press, Surakarta, hlm 37

waralaba. Sistem ini merupakan tren bisnis masa depan yang dirasa efektif dan tepat guna, karena di anggap mempunyai resiko kegagalan yang kecil dan memberikan banyak keuntungan bagi para pihak yang saling bekerja sama. Waralaba terbukti sukses memacu perekonomian di berbagai negara maju seperti Amerika, Inggris, dan Prancis. Tidak hanya itu, adanya usaha waralaba ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi cukup banyak tenaga kerja karena pengusaha kecil tidak perlu mengeluarkan dana yang besar untuk membuka usaha waralabanya.

Pihak pemilik merek *franchisor* tidak perlu repot-repot menyediakan modal untuk ekspansi. Sementara, pihak yang memakai merek *franchise* juga tidak perlu kerja keras membangun merek yang biasanya memakan waktu cukup lama dan biaya yang relatif besar. Bisnis waralaba juga di rasa lebih memuaskan konsumen, karena pola distribusi barang dan jasa dapat dengan mudah dikelola dengan baik oleh *franchisee* sehingga jasa atau hasil produksi yang disediakan pelaku bisnis dapat dinikmati oleh konsumen secara optimal[2]. Kelemahan dari sistem ini adalah *franchisee* tidak akan bebas dalam menentukan usahanya, karena semuanya telah ditentukan oleh pihak *franchisor*.

Secara umum, pengertian perjanjian waralaba (*franchise)* adalah pemberian hak oleh *frenchisor* kepada *frenchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk diusahakan termasuk identitas perusahaan

[2]Ibid, hlm. 56

(merek, logo, desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu, saat jam operasional, dan pakaian) sehingga terdapat kekhasan usaha bisnis dagang atau jasa milik *franchisor*[3].

Pemerintah senantiasa turut aktif untuk membuat kebijakan dengan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada para pelaku usaha agar dapat mengembangkan usahanya. Penegakan hukum adalah tanggung jawab yang harus direalisasikan oleh Pemerintah dengan memberikan pelayanan serta keadilan hukum bagi warganya. Bagaimanapun perlindungan hukum merupakan hak bagi setiap warga negara. Pemerintah mempunyai tanggung jawab besar untuk menegakkan hukum demi terselenggaranya perlindungan hukum bagi setiap warganya tanpa ada diskriminasi. Campur tangan yang dilakukan oleh Pemerintah diwujudkan melalui sarana hukum dengan berbagai bentuk peraturan perundangan khususnya dalam bidang bisnis waralaba. Lebih dari itu apabila hukum diamati menggunakan optik hukum dan masyarakat, hukum tidak hanya berfungsi sebagai peraturan, melainkan sebagai kebijakan pelaksanaan tingkah laku masyarakat[4].

Di Indonesia terdapat peraturan khusus yang mengatur mengenai waralaba, yaitu Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

Saat ini bisnis waralaba sudah sangat beragam mulai dari sektor pendidikan, salon, retail, laundry, kebugaran, pencucian mobil, aksesoris

[3] www.santoslolowang.com diakses tgl 31 Oktober 2017
[4] Satjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum Di Indonesia,* Alumni, Bandung, 1978, hlm 13 (Rahardjo, 1978)

kendaraan banyak yang diwaralabakan[5]. Begitu pula dengan sektor kuliner yang saat ini semakin diminati di Indonesia. Salah satu yang menerapkan pola *franchise* atau waralaba adalah Mr.CUKI yang merupakan singkatan dari CUMI KRISPI. Melihat peluang usaha dalam dunia kuliner yang menjanjikan mendorong pelaku usaha untuk mendirikan bisnis ini. Usaha waralaba makanan ringan ini awalnya hanya mempunyai 1 (satu) gerai di Semarang. Karena peminat konsumen yang luar biasa, mendorang sang pemilik yaitu Agung Prasetyo Nugroho dan Ulfa Nurjannah untuk membuka cabang di berbagai kota di Indonesia dengan pola bisnis *franchise.*

Bisnis yang menjanjikan serta mudahnya persyaratan dan tata cara pendirian cabang menyebabkan banyak orang yang berminat untuk menjadi mitra Mr. CUKI. Namun tetap tidak menutup kemungkinan terjadi hal-hal yang tidak di inginkan , walaupun persyaratan serta tata cara pendirian cabang yang mudah, tetap ada beberapa kendala yang harus dihadapi. Maka faktor terpenting yang harus di perhatikan adalah, akad perjanjian. Sebenarnya akad perjanjian ini tidak hanya terdapat dalam bisnis waralaba saja, melainkan harus ada dalam setiap kerjasama. Harus ada kesepakatan yang jelas antara para pihak agar tidak terjadi perselisihan atau tindakan wanprestasi yang dapat merugikan salah satu pihak. Begitu juga dengan Mr. Cuki yang saat ini sudah mempunyai banyak cabang serta yang tersebar di Indonesia pasti mempunyai berbagai permasalahan, maka dari itu perlu adanya akad perjanjian untuk

[5] Arifa'i, Loc. Cit., hlm. 56

memberikan perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba antara Mr. Cuki sebagai *franchisor* dengan para cabangnya sebagai *franchisee* .

Berdasarkan pada latar tersebut diatas, penulis tertarik untuk emngambil skripsi dengan judul "PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI PADA Mr. CUKI "CUMI KRISPI")".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut diatas maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum waralaba antara Mr. Cuki sebagai *franchisor* dan cabang Mr.Cuki sebagai *franchisee* dalam perjanjian waralaba?
2. Apa hambatan-hambatan, dan solusi dalam pelaksanaan perlindungan hukum antara Mr. Cuki dan cabang Mr.Cuki dalam perjanjian waralaba?
3. Bagaimana upaya penyelesaian apabila terjadi sengketa antara Mr. Cuki dan cabang Mr.Cuki?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum antara Mr. Cuki dan cabang Mr.Cuki dalam perjanjian waralaba.

2. Untuk mengetahui apa saja hambatan, dan solusinya dalam pelaksanaan perlindunngan hukum antara Mr. Cuki dan cabang Mr.Cuki dalam perjanjian waralaba.
3. Untuk mengetahui bagaimana upaya penyelesaian apabila terjadi sengketa antara Mr. Cuki dan cabang Mr.Cuki.

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian diharapkan dapat dipergunakan baik secara teoritis maupun praktis.

1. Secara teoritis dapat berguna dalam bidang akademik bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum bisnis tentang perjanjian waralaba.
2. Secara praktis, diharapkan dapat memberikan sumbangan pikiran tentang penyelesaian sengketa pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba serta perlindungan hukumnya bagi para pihak.

E. Metode Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

   Pendekatan penelitian dilakukan dengan metode pendekatan yuridis sosiologis. Metode pendekatan yuridis sosiologis yaitu metode pendekatan yang menggunakan kaidah-kaidah hukum serta ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku yang berhubungan dengan penelitian.

   Pada pendekatan ini didasarkan pada suatu fenomena atau kenyataan serta prakteknya yang sesuai terjadi di lapangan. Hal ini dimaksudkan untuk

memahami proses pelaksanaan perlindungan para pihak dalam perjanjian waralaba MR. Cuki.

2. Spesifikasi Penelitian

   Spesifikasi penelitian yang dipakai adalah deskriptif analisis, yaitu penelitian yang melukiskan secara sistematis faktual dan akurat mengenai fakta-fakta tertentu yang menyangkut tentang perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba Mr. Cuki.

3. Jenis dan Sumber Data Penelitian

   a. Data Primer

      Sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini, hasil observasi terhadap suatu benda, kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

   b. Data Sekunder

      Sumber data yang terdiri dari buku-buku, literatur, dan dokumen yang tekait dengan permasalahan yanng di teliti:

      1) Bahan hukum primer, yang terdiri dari

         - UUD Negara Republik Indoneisa Tahun 1945
         - KUH Perdata
         - UU No 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen
         - PP No 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

      2) Bahan hukum sekunder, yang terdiri dari skripsi, tesis, disertasi, jurnal, dan makalah

3) Bahan hukum tersier, yang terdiri dari kamus hukum, kamus Bahasa Indonesia, dan ensiklopedia.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Wawancara

Wawancara yaitu melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak yang terkait. Yaitu dengan Agung Prasetyo Nugroho selaku CEO Mr. Cuki dan Ulfa Nurjannah selaku Kepala Owner Mr.Cuki.

b. Studi Pustaka

Studi Pustaka yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca literatur-literatur dan dokumen, berupa catatan, transkip, buku, majalah, dokumen, dan internet. Dalam hal ini penyusun menyelusuri dokumen perjanjian yang berkaitan dengan perlindungan hukum para pihak dalam format bisnis *franchise*.

5. Lokasi Penelitian

Untuk memperoleh data yang diperlukan dan menjawab permasalahan dalam penelitian ini, maka sesuai dengan judul skripsi ini penulis memilih lokasi penelitian di Mr. Cuki .

6. Analisis Data

Analisis yang digunakan untuk mengkaji penelitian ini adalah analisis deskriptif, analisis ini menunjukan kondisi atau posisi suatu subyek pada waktu-waktu tertentu. Analisis ini menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini bertujuan agar dalam menyusun skripsi susunan penulisan dapat terarah dan sistematis, sehingga dalam penulisan skripsi ini, penulis membagi menjadi 4 (empat) bab yaitu sebagai berikut :

Bab I : merupakan pendahuluan yang terbagi 6 (enam) sub, yaitu latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, metode penelitian yang di dalamnya menguraikan tentang pendekatan masalah, sumber bahan hukum, teknik pengumpulan bahan hukum, dan analisis bahan hukum, serta diuraikan pula mengenai sistematika penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka, di dalam bab ini memuat tentang pengertian perjanjian secara umum, syarat sahnya perjanjian, dan mengenai perjanjian waralaba, peraturan-peraturan yang mengatur mengenai perjanjian waralaba.

Bab III : Hasil Penelitian dan Pembahasan, didalam bab ini akan membahas pelaksanaan perlindungan para pihak dalam perjanian waralaba antara Mr. Cuki sebagai *franchisor* dan cabang Mr. Cuki sebagai *franchisee* serta hambatan dan solusi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba .

Bab IV : Penutup, mengakhiri seluruh rangkaian uraian dan pembahasan, sub babnya terdiri dari kesimpulan dan saran. Pada kesimpulan berisi jawaban atas permasalahan yang dibahas, sedangkan pada

saran disajikan dalam bentguk sumbangan pemikiran atau kontribusi atas permasalahan yang dibahas.