

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Tujuan dari pembangunan nasional adalah untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur. Tujuan tersebut merupakan tujuan nasional yang tertuang dalam Pembukaan UUD 1945 yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia, mencerdaskan kehidupan bangsa, serta ikut melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

Masyarakat secara keseluruhannya akan menghadapi persoalan-persoalan yang bersifat ekonomi, yaitu persoalan yang menghendaki seseorang dalam suatu perusahaan atau suatu masyarakat membuat keputusan tentang cara yang terbaik untuk melakukan suatu kegiatan ekonomi.¹

Globalisasi berpengaruh besar terhadap perekonomian di Indonesia dalam kancah internasional, hal ini adalah sesuatu yang harus diperhatikan dalam rangka melakukan aktivitas bisnis. Para pelaku bisnis harus berusaha bertahan dan menyeimbangi keadaan dalam persaingan bisnis yang ketat. Salah satu cara untuk bertahan adalah dengan memperhatikan pola distribusi barang dan jasa dengan baik, sehingga hasil produksi dari

¹ Sadano Sukino. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996, Hal. 4.

pelaku bisnis dapat disalurkan dan diserap dengan baik oleh konsumen. Maka dari itu pelaku usaha di tuntut untuk menemukan dan memperluas jaringan usahanya, yakni dengan menggunakan sistem waralaba atau *franchise*.

Dewasa ini, masyarakat sangat tertarik dengan bisnis bersistem waralaba atau *franchise* ini. Waralaba atau *franchise* adalah kegiatan berbisnis berupa pembelian hak lisensi dari pemilik waralaba atau *franchise* tersebut. Saat ini sistem waralaba atau *franchise* banyak diterapkan dalam pengembangan usaha oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia sebagai cara pemasaran dan distribusi. Sistem waralaba atau *franchise* merupakan sistem yang telah terbukti mampu meningkatkan perekonomian. Hal ini dapat dilihat dari meningkatnya daya konsumsi masyarakat terhadap barang dan jasa yang di produksi oleh produsen. Serta meningkatnya minat dan kesadaran masyarakat untuk memiliki usaha sendiri.²

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini merupakan *trendsetter* yang memberi corak baru bagi perekonomian Indonesia. Sistem waralaba atau *franchise* ini menarik banyak minat masyarakat Indonesia dan memiliki peraturan khusus yang mengatur mengenai waralaba setidaknya untuk menjaga agar terciptanya hubungan bisnis yang baik adalah dimulai dengan terdapatnya perjanjian waralaba yang memenuhi syarat sebagai berikut :

² Camelia M. *Implikasi Hukum Adanya Globalisasi Bisnis Franchise*, Jurnal Hukum No.1 Vol.1 Januari, Yogyakarta 2007, hal.104.

1. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba (*Franchisee agreement*) yang disahkan secara hukum (*legal document*);
2. Kesepakatan ini menjelaskan secara rinci segala hak dan kewajiban dari pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*);
3. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pengwaralaba (*Franchisor*) tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format atau pola usaha, dan hal-hal yang khusus yang dikembangkan untuk suksesnya usaha tersebut;
4. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pengwaralaba (*Franchisor*) mengendalikan system usaha yang dilisensikannya;
5. Perjanjian waralaba tersebut harus jujur, jelas dan adil. Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh pewaralaba (*Franchisee*);
6. Adanya keseimbangan antara pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*).³

Selain itu, pembelian hak lisensi merek dagang dari perusahaan pemilik waralaba atau *franchise* tersebut sudah dikenal oleh masyarakat

³ Sheila Felicia, *Perlindungan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (Analisis Kontrak Bisnis Waralaba Lokal "Apotek k-24 di Semarang)*, Tesis, Program Studi Kenotariatan Universitas Diponegoro, Semarang, 2010, hal.17

sehingga masyarakat sudah tidak asing lagi dengan produk yang diperdagangkan. Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini memberikan peluang besar bagi masyarakat, terutama di bidang finansial.

Saat ini telah dikenal banyak bisnis waralaba di berbagai bidang baik ritel, makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Negara Indonesia termasuk dalam lima besar negara yang memiliki perkembangan *franchise* terbesar di dunia. *Franchise* yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh *franchise* local walaupun tidak menutup kemungkinan *franchise* asing juga dapat ditemui.⁴

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini dibentuk atas dasar perjanjian, yang dikenal dengan perjanjian waralaba atau *franchise*. Perjanjian ini akan melahirkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Perjanjian waralaba atau *franchise* ini merupakan acuan ataupun pedoman hukum bagi pemilik waralaba atau *franchise* yang biasa disebut *franchisor* dan penerima waralaba atau *franchise* yang biasa disebut *franchisee*. Setiap pemilik waralaba atau *franchise* biasanya mempunyai standar perjanjian sendiri untuk ditawarkan kepada penerima waralaba atau *franchisee*, yang mana perjanjian tersebut dibuat oleh ahli hukum pemilik waralaba, sehingga isi dari perjanjian tersebut sebagian besar menguntungkan pemilik waralaba atau minimal tidak merugikannya serta dapat melindungi pemilik waralaba.

⁴ Sheila Felicia, *Ibid.*, hal.. 14

Perjanjian waralaba atau *franchise* ini merupakan dasar dari timbulnya hubungan hukum antara pemilik waralaba dengan penerima waralaba, sebagai pemberi kepastian yang mengikat hubungan hukum antara pemilik waralaba agar bisnis waralaba atau *franchise* dapat berkembang dengan pesat. Berdasarkan hal ini kita dapat mengetahui bahwa system waralaba atau *franchise* berkembang pesat di negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, misalnya Amerika Serikat. Perkembangan sistem *franchise* yang demikian pesat terutama di negara asalnya Amerika Serikat, menyebabkan *franchise* digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di Amerika Serikat.⁵

Berdasarkan publikasi *franchisedirect.com*, Perusahaan Waralaba Makanan Subway merupakan Perusahaan Waralaba terbesar di Dunia dengan jumlah unit usaha sebanyak 42,230 yang tersebar di sekitar 110 negara di dunia ini. Restoran Subway yang berkantor pusat di Amerika Serikat ini didirikan pada tahun 1965 memulai konsep waralaba pada tahun 1974.⁶

Pemerintah mengeluarkan tonggak kepastian hukum mengenai waralaba atau *franchise* di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba yang di perbaharui dengan Peraturan

⁵ Elqroni, *Konsep Franchising*, sebagaimana diakses pada <https://elqorni.wordpress.com/2014/01/20/4355/>, tanggal 25 Agustus 2019, pukul 11:03 WIB.

⁶ Ilmu Pengetahuan Umum, *10 Perusahaan waralaba Terbesar di Dunia*, sebagaimana diakses pada <https://ilmupengetahuanumum.com/10-perusahaan-waralaba-terbesar-di-dunia/>, tanggal 25 Agustus 2019, pukul 11:20 WIB

Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Selain itu ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum mengenai waralaba atau *franchise* adalah sebagai berikut:

1. Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdaa (*Burgelijk Wetboek*);
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba;
3. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 53/M-DAG/PER/20/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba;
4. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 68/M-DAG/PER/20/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern;
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 07/M-DAG/PER/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman.

Di Indonesia sendiri konsep *franchise* berkembang karena di satu sisi ada pengusaha yang sudah berhasil dalam menjalankan bisnisnya, tetapi kekurangan modal untuk mengembangkan usaha lebih besar lagi. Dan di sisi lain ada pihak yang memiliki modal, tetapi belum/tidak memiliki pengalaman atau keahlian dalam berbisnis di bidang tersebut.⁷

⁷ Hertanto Widodo, "*Franchise Syariah why not?*", sebagaimana diakses pada tanggal 01 Oktober 2019, pukul 15:35 WIB, dari <http://hertantowidodo.com/franchise-syariah-why-not.html>

Perkembangan *franchise* di Indonesia, terutama di bidang makanan dan minuman sangatlah pesat. Usaha atau bisnis makanan dan minuman baik yang besar maupun kecil seperti gerai, pusat-pusat pertokoan, supermarket, minimarket, dan lainya bermunculan di kota-kota besar maupun kota kecil. Hal ini merupakan desakan masyarakat yang ingin hidup serba praktis, cepat, menghemat waktu, dan nyaman. Situasi ini mendorong berbagai bisnis baru yang membuka peluang timbulnya bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* yang bergerak di bidang makanan dan minuman, seperti Ayam Geprek Sa'i yang bergerak di bidang makanan cepat saji.

Dalam menjalin kerjasama waralaba atau *franchise* antara pemilik waralaba dan penerima waralaba membuat perjanjian secara tertulis. Hal ini sesuai dengan Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 yang telah menentukan bahwa bentuk perjanjian waralaba atau *franchise*, yaitu bentuknya tertulis. Perjanjian ini apabila dibuat dalam bentuk asing harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Selanjutnya di dalam ketentuan Pasal 5 Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 bahwa :

Sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba wajib memberikan keterangan tertulis, mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada penerima waralaba yang paling sedikit memuat :

- a. Identitas pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba satu tahun terakhir;
- b. Hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba disertai dokumen pendukung;
- c. Keterangan tentang kriteria atau persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba termasuk biaya investasi;
- d. Bantuan atau fasilitas yang diberikan pemberi waralaba dan penerima waralaba;
- e. Hak dan kewajiban antara pemberi waralaba dan penerima waralaba; dan
- f. Data atau informasi lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba selain huruf (a) sampai dengan huruf (f).

Perjanjian waralaba atau *franchise* pada dasarnya dapat diartikan sebagai suatu peristiwa peminjaman atau pemanfaatan hak kekayaan intelektual serta sistem bisnis oleh pihak *franchise* dari *franchisor* atau pemegang kuasa hak intelektual berdasarkan perjanjian *franchise*. Sebagaimana dalam kontrak lisensi, pada kontrak *franchise* pemegang waralaba (*franchisee*) wajib membayar sejumlah royalti untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian. Selain membayar royalti, pemegang *franchise* juga dikenakan kewajiban yang telah ditetapkan oleh *franchisor* untuk

mendesain perusahaannya sedemikian rupa sehingga menyerupai dengan desain *franchisor*.⁸

Dalam suatu bisnis *franchise* pada umumnya salah satu kendalanya adalah pada masalah suplai bahan baku produksi yang telah di tetapkan dan di samakan oleh pemilik *franchisor*, misalnya bumbu yang mesti di ambil dari produsen khusus ataupun dari *franchisor* itu sendiri. Dan bertujuan supaya setiap gerai memiliki standar produk yang sama. Berkaitan dengan bahan baku ini sendiri tidak jarang muncul permasalahan berupa keterlambatan pengiriman, sehingga dapat mengganggu kinerja produksi *franchise*.⁹

Selain itu kendala yang di hadapi adalah kendala dari internal yang menjadi penyebab kegagalan sebagian besar usaha dengan sistim waralaba atau *franchise*, salah satunya karena kurang serius menjalankannya misalnya karena dijadikan sebagai sampingan di luar pekerjaan utama atau keterbatasan waktu mengelola bisnis *franchise* akhirnya menjadi kesulitan utama. Atau juga yang banyak dijumpai adalah pada pengaturan sumberdaya karyawan, masalah yang dihadapi bias semakin rumit saat karyawan yang di pekerjakan berhenti bekerja mendadak dan belum menemukan penggantinya, sehingga dapat

⁸ Aditya Ari Wibowo, *Tinjauan tentang Perjanjian Kontrak Franchise/Waralaba*, sebagaimana diakses pada tanggal 25 Agustus 2019, pukul 14:30 WIB, dari <https://adityoariwibowo.wordpress.com/2013/02/09/tinjauan-tentang-perjanjiankontrak-franchise-waralaba/>

⁹ <https://infopeluangusaha.org/3-masalah-yang-sering-menimpa-usaha-sistim-waralaba/> sebagaimana diakses pada tanggal 08 Oktober 2019, pukul 14:24 WIB

mengakibatkan suatu gerai tutup dalam waktu lama. Tentunya hal ini akan sangat merugikan usaha waralaba kita.¹⁰

Bisnis dengan sistem usaha waralaba atau *franchise* ini merupakan metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Sebelum usaha waralaba atau *franchise* ini dilaksanakan maka terlebih dahulu dibuat perjanjian secara tertulis untuk menerangkan hak dan kewajiban serta kedudukan masing-masing pihak serta tentang ketentuan-ketentuan mengenai sistem usaha waralaba atau *franchise*. Masalah kemudian muncul sehubungan dengan pelaksanaan waralaba atau *franchise* karena adanya kekhawatiran akan adanya ketidakseimbangan kedudukan antara *franchisor* (pemilik waralaba) dengan *franchisee* (penerima waralaba). Selain itu masih ada kekhawatiran lain, yaitu kemungkinan terjadinya sesuatu yang dapat menghambat pelaksanaan sistem usaha waralaba atau *franchise*.

Berdasarkan hal-hal yang telah diuraikan di atas, dengan ini bermaksud mengadakan penelitian guna menyusun penulisan hukum dalam bentuk skripsi yang berjudul : **“Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Geprek Sa’i Di Jepara”**.

¹⁰ <https://infopeluangusaha.org/3-masalah-yang-sering-menimpa-usaha-sistim-waralaba/> sebagaimana diakses pada tanggal 08 Oktober 2019, pukul 14:24 WIB

B. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana proses pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara?
2. Apa yang menjadi kendala dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara dan bagaimana penyelesaiannya?

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui dan menganalisis proses pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara;
2. Untuk mengetahui kendala dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan ceat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara.

D. KEGUNAAN PENELITIAN

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai macam kegunaan antara lain :

1. Teoritis;
 - a. Penelitian ini dapat menambah ilmu dan pengalaman di bidang penelitian dan mengembangkan ilmu hukum dalam bidang studi hukum perdata mengenai waralaba (*franchise*) sehingga memperluas pengetahuan.

- b. Menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dan mempraktikannya dalam masyarakat secara langsung.

2. Praktis;

- a. Bagi Mahasiswa

Bagi kepentingan mahasiswa sendiri sebagai syarat untuk menyelesaikan Studi S1 di fakultas hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang serta menambah pengetahuan dalam bidang studi hukum perdata, khususnya mengenai waralaba (*franchise*).

- b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta gambaran mengenai pelaksanaan usaha waralaba (*franchise*).

- c. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu perkembangan perusahaan yang menggunakan pola usaha waralaba (*franchise*).

E. TERMINOLOGI

- a. Tinjauan

Tinjauan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu pandangan; pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).¹¹

b. Yuridis

Menurut hukum; secara hukum, yuridis adalah bantuan hukum (diberikan oleh pengacara kepada kliennya di muka pengadilan).¹²

c. Tinjauan Yuridis

Pengertian Tinjauan Yuridis adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), suatu pandangan atau pendapat dari segi hukum.¹³

d. Perjanjian

Menurut Pasal 1313 KUHPdata menyebutkan bahwa “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”

e. Waralaba

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menyebutkan bahwa “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan

¹¹ Buku KBBI hal 1529

¹² *Ibid.*, hal.1629

¹³ <https://studylibid.com/doc/1099487/bab-ii-tinjauan-umum-1.1-pengertian-tinjauan-yuridis-menurut>, sebagaimana diakses pada tanggal 01 Oktober 2019, pukul 22:13 WIB

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

F. METODE PENELITIAN

1. Pendekatan Penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan *yuridis empiris*. Metode pendekatan yuridis empiris adalah suatu penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer dengan menemukan kenyataan hukum yang dialami di lapangan.¹⁴

Materi penelitian ditelaah secara yuridis, kemudian didukung dengan data yang ada di lapangan berdasarkan pengalaman-penalaman nyata di masyarakat, kemudian digunakan untuk menganalisis data dan menarik kesimpulan dari masalah yang diteliti.

Dalam hal ini, masalah yang diteliti adalah mengenai bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara dan kendala yang terjadi selama pelaksanaan perjanjian serta penyelesaiannya. Sebelumnya terlebih dahulu mengetahui tentang perjanjian waralaba (*franchise*) melalui literatur dan peraturan-peraturan

¹⁴ Ronny Harjanto Soemitro, *Metode Pendekatan Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1998, hal.48.

terkait lalu setelah itu melakukan wawancara dengan *franchisor* dan *franchisee* untuk bias menemukan jawaban dan menyimpulkan permasalahan yang sedang diteliti tersebut.

2. Spesifikasi Penelitian

Penelitian ini lebih spesifikasi dengan melakukan penelitian deskriptif analisis, karena ini berkeinginan untuk menggambarkan atau memaparkan atas subjek dan objek penelitian, yang kemudian menganalisis dan akhirnya ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.¹⁵

Dikatakan deskriptif karena penelitian ini diharapkan memberikan gambaran mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Ayam Geprek Sa'i Jepara yang jelas, rinci dan sistematis.

Sedangkan dikatakan analisis karena data yang diperoleh baik dari data primer maupun data sekunder akan dianalisis untuk menemukan jawaban dari permasalahan yang ditulis, yaitu kendala yang timbul selama proses pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i dan penyelesaiannya berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku di Indonesia.

¹⁵ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hal.183.

3. Sumber Data Penelitian

Dalam pelaksanaan ini jenis data yang dikumpulkan terdiri dari data yang bersifat primer dan data yang bersifat sekunder.

a. Data Primer

Data primer akan diperoleh dengan melakukan wawancara (interview) yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian sehingga mendapatkan keterangan yang lebih jelas dan terperinci.

b. Data Sekunder

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dan dikumpulkan melalui literature atau studi kepustakaan, buku-buku ilmu hukum, aturan perundang-undangan yang berhubungan erat dengan masalah yang akan diteliti.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Penelitian Lapangan (Field reserech)

Penelitian lapangan dilakukan untuk mngumpulkan data primer secara langsung pada objek-objek atau sumber data, sehingga untuk mendapatkan data yang akurat dan objektif dilaksanakan penelitian lapangan dengan melakukan wawancara terbuka (open interview) pada pihak-pihak yang terkait, pihak yang mewakili Ayam

Geprek Sa'i Jepara selaku *franchisor* dan *franchisee* selaku penerima *franchise*.

b. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder yang merupakan kerangka dasar yang bersifat teoritis sbagai pendukung data empiris. Penelitian ini dilaksanakan dengan cara menelaah dan mempelajari berbagai referensi berupa, buku-buku ilmu hukum, tulisan-tulisan tentang ilmu hukum, majalah, laporan, media cetak dan perundang-undangan yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti.

5. Metode Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan proses klasifikasi yang logis dan sistematis dengan langkah-langkah sebagai berikut : Pertama mengidentifikasi dokumen hukum, literatur, dan jurnal ilmiah yang relevandengantopik yang dibahas. Kedua, mencermati konten dari sumber data hasil indentifikasi dan mencatatnya, dan yang terakhir adalah mengorganisir dan menganalisis data yang tersedia untuk menghasilkan kesimpulan dari bahan bahan yang diperoleh penulis yang disesuaikan dengan permasalahan yang diteliti.

G. SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan ini terdiri dari 4 (empat) bab, dimana ada keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya. Sistem penulisan ini dijabarkan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan, yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, Lokasi Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, yang berisi Tinjauan Umum Tentang Perjanjian, Tinjauan Umum Waralaba (*Franchise*) dan Perjanjian Waralaba, Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba dalam Perspektif Islam,

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang berisi tentang Proses Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara, Kendala dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) di bidang makanan cepat saji Ayam Geprek Sa'i Jepara dan penyelesaiannya.

BAB IV Penutup, yang berisi kesimpulan dan saran.