

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia ekonomi dewasa ini tumbuh sangat pesat, didukung oleh perkembangan teknologi yang sangat canggih. Berbagai pengaruh muncul akan adanya perkembangan ini. Bisnis merupakan salah satu pilihan yang ditimbulkan dari perkembangan ini. Bisnis terdiri dari berbagai macam bentuk, misalnya bisnis makanan dan minuman. Tidak dapat dipungkiri bahwa makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok manusia sehingga dapat dijadikan sebagai ide bisnis.

Wirausaha atau bisnis merupakan suatu langkah yang diambil oleh wirausahawan untuk menciptakan peluang usaha mandiri. Hal tersebut dapat meningkatkan kesejahteraan ekonomi untuk dirinya sendiri atau masyarakat luas, karena secara tidak langsung akan tercipta lapangan pekerjaan baru. Wirausahawan akan membutuhkan beberapa pihak untuk melancarkan usahanya. Kerja sama adalah kunci kesuksesan sebuah bisnis. Ada beberapa motif yang sering kali disebutkan sebagai dasar kerja sama ini, yaitu mengatasi masalah pajak, persaingan, kemajuan teknologi dan sebagainya.¹ Dengan demikian akan tercapai hasil yang diinginkan.

¹Achmad Busro, *Kapita Selektta Hukum Perjanjian*, Pohon Cahaya, Yogyakarta, 2013, hlm. 86.

Wirausaha atau bisnis dapat dijalankan dengan beberapa cara, yaitu memulai sendiri dari nol usaha tersebut atau dengan sistem waralaba atau *franchise*. Kedua sistem tersebut memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Bisnis dengan sistem mandiri bebas menjalankan usaha sesuai dengan inovasi dan variasi sendiri tanpa batasan, sedangkan kekurangannya ialah sistem bisnis belum berjalan, pasar belum ada, sehingga sering terjadi bisnis baru dibangun akhirnya gagal. Jika menggunakan sistem bisnis waralaba atau *franchise* mempunyai kelebihan bahwa sistem bisnis sudah tercipta serta siap pakai, pembeli waralaba tinggal melaksanakan saja didalam sistem yang sudah ada. Demikian pula pada pasar juga sudah ada, sehingga penerima waralaba tersebut tidak akan kesulitan saat memasarkan produknya. Namun menggunakan sistem waralaba atau *franchise* juga terdapat kelemahan antara lain bahwa penerima waralaba tersebut tidak memiliki keleluasaan menjalankan bisnis, sebab telah ada aturan-aturan baku yang dibuat untuk pemilik sistem tersebut.

Akan tetapi bisnis menggunakan sistem waralaba atau *franchise* lebih diminati oleh banyak kalangan masyarakat yang ingin mencoba peruntungan di dunia bisnis atau para wirausahawan yang ingin melebarkan investasi bisnisnya. Waralaba atau *franchise* dianggap sebagai awal bisnis yang baik karena penerima atau pembeli waralaba tinggal menjalankan produksinya tanpa memikirkan *branding* produk atau khawatir tentang pemasaran produk. Dalam bisnis waralaba sebutan untuk pemberi waralaba disebut dengan *franchisor*, sedangkan penerima waralaba disebut dengan *franchisee*.

Waralaba atau *franchise* pertama kali dikenalkan di Amerika Serikat pada tahun 60- 70 an setelah berakhirnya Perang Dunia ke-2. Pada saat itu, banyak terjadi praktek penipuan bisnis yang mengatasnamakan *franchise*. Faktanya *franchise* yang dijual tersebut belum terbukti kelayakannya. Para *franchisor* lebih fokus menjual *franchisenya* dibandingkan membangun dan menyempurnakan sistem terlebih dahulu agar *franchise* tersebut dapat sempurna. Hal ini menyebabkan banyak *franchisee* gagal menjalankan bisnis *franchise*. Namun, perkembangan dan minat yang cukup tinggi membuat bisnis *franchise* berkembang dan lebih maju dengan berbagai inovasi dan ide baru yang tercipta.

Perkembangan beberapa usaha *franchise* di Amerika Serikat seperti Mc Donald's (1955), Kentucky Fried Chicken (1952), Carvel Ice Cream (1945), Jhon Robert Power (1955). Sejak tahun 1972 sampai dengan tahun 1998, usaha *franchise* mengalami peningkatan yang sangat pesat di Amerika Serikat, hal ini tampak dari banyaknya usaha *franchise* yang berkembang di negara tersebut, jumlah unit usaha *franchise* yang berkembang di Amerika Serikat sebanyak 368.458 unit usaha, selain itu di negara lain juga telah berkembang unit usaha *franchise* seperti Australia sebanyak 10.303 unit usaha, Kanada sebanyak 45.000 unit usaha, Jepang sebanyak 102.397 unit usaha, serta Inggris sebanyak 16.600 unit usaha.²

² Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm. 167.

Pada Pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba mendefinisikan 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.

Bisnis atau waralaba khusus makanan dan minuman diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 58/MDag/Per/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-Dag/Per/2013, tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman. Bentuk kesepakatan para pihak dalam waralaba dilakukan dengan sebuah perjanjian waralaba yang memuat hak dan kewajiban para pihak. Para pihak mengekspresikan kehendak masing-masing secara umum agar tercapai keinginan secara umum dengan perjanjian.

Asas yang diangkat dalam perjanjian antara lain yaitu asas kebebasan berkontrak. Asas kebebasan berkontrak sebagai dasar pembentukan perjanjian waralaba, sering menjadi sebab terjadinya penyimpangan dalam perumusan hak dan kewajiban oleh pihak yang kuat, sehingga merugikan pihak yang lemah.³ Perlunya filter untuk mencegah eksekusi negatif perjanjian yang berbentuk baku dengan dalih penerapan asas kebebasan berkontrak mendorong diterapkan asas itikad baik dan kepatutan.⁴

³Ery Agus Priyono, *Aspek Keadilan Dalam Kontrak Bisnis Di Indonesia*, Jurnal Law Reform, Vol.14, No.1, 2018, hlm.4.

⁴*Ibid.*

Perjanjian waralaba atau di dalam bahasa Inggris disebut *franchise agreement* ini adalah pemberian hak oleh *franchisor* (pemberi waralaba) kepada *franchisee* (penerima waralaba) untuk menggunakan kekhasan usaha berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu atau jam operasional, pakaian dan penampilan karyawan).⁵ Oleh karena itu kekhasan usaha atau ciri-ciri pengenal bisnis dagang atau jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang atau jasa milik *franchisor*.⁶

Dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memuat empat syarat sah nya perjanjian yaitu, sepakat mereka yang mengikatkan diri, kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal. Dalam perjanjian terdapat tiga unsur yang harus dipenuhi, yaitu unsur esensialia, unsur naturalia, dan unsur aksidentalialia.

Aspek perjanjian waralaba sesuai kaidah merupakan cara menanggulangi terjadinya sengketa. Para pihak harus memahami dan mengetahui semua yang tertera dalam perjanjian. Sengketa atau konflik hakekatnya merupakan bentuk aktualisasi dari suatu perbedaan dan atau pertentangan antara dua pihak atau lebih.⁷ Maka dari itu, perjanjian waralaba sangat penting dalam bisnis waralaba.

⁵ Zil Aidi, Hasna Farida, *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan*, Jurnal Cendekia Hukum, Vol.4, No.2, 2019, hlm.3.

⁶*Ibid.*

⁷Bambang Sutiyoso, *Penyelesaian Sengketa Bisnis*, Citra Media, Yogyakarta, 2006, hlm.3.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penulisan skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) Chic Lin DiKota Jepara”**, dengan tujuan untuk mendapatkan pemahaman secara jelas pelaksanaan perjanjian waralaba beserta kendala yang terdapat dalam hubungan hukum yang akan dibahas dalam penulisan ini.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah penulis uraikan diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba Chic Lin Di Kota Jepara?
2. Bagaimana kedudukan hukum antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba Chic Lin Di Kota Jepara?
3. Bagaimana penyelesaian jika terjadi sengketa antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba Chic Lin Di Kota Jepara?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian berdasarkan rumusan masalah yang telah penulis utarakan, maka tujuan penelitian ini ialah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan memahami bentuk perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di Chic Lin Kota Jepara.
2. Dapat memberikan gambaran dan pemikiran bagi ilmu pengetahuan di bidang hukum perdata, khususnya mengenai kedudukan hukum dilihat

dari segi hak penerima waralaba dan kewajiban pemberi waralaba dalam perjanjian waralaba.

3. Untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum jika terjadi sengketa dalam pelaksanaan perjanjian waralaba di Chic Lin Kota Jepara.

D. Kegunaan Penelitian

Suatu penelitian diharapkan memberikan manfaat yang positif, adapun manfaat yang ingin dicapai oleh penulis pada penelitian ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Manfaat teoritis pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan pengajaran untuk memahami dan mencari jawaban tentang kedudukan dan tanggung jawab penerima waralaba dan pemberi waralaba dalam melaksanakan perjanjian waralaba.
- b. Dapat memahami dan mencari jawaban tentang hak penerima waralaba dan kewajiban pemberi waralaba serta penyelesaian sengketa dalam perjanjian waralaba Chic Lin Di Kota Jepara.

2. Manfaat praktis

Manfaat praktis pada penelitian ini ialah sebagai berikut :

- a. Bagi mahasiswa

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan mengenai hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam perjanjian waralaba Chic Lin Di Kota Jepara.

b. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran kepada masyarakat umum mengenai perjanjian waralaba khususnya para pelaku bisnis yang tertarik untuk menjalankan bisnis waralaba.

E. Terminologi

1. Perjanjian

Menurut M. Yahya Harahap berpendapat bahwa suatu perjanjian adalah suatu hubungan hukum kekayaan antara dua orang atau lebih, yang memberikan kekuatan hak pada suatu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk melaksanakan prestasi.⁸

2. Waralaba

Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dijelaskan bahwa waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh individu perorangan atau badan usaha baik yang berbadan hukum atau tidak terhadap sistem bisnis yang di dalamnya terdapat ciri khas dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain di dalam suatu kerangka perjanjian.

⁸Syahmin, *Hukum Perjanjian Internasional*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2006, hlm.2.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian pada hakikatnya adalah suatu kegiatan yang mencari kebenaran dari suatu ilmu pengetahuan, dimana penelitian itu lahir dari adanya keraguan atau keingintahuan terhadap suatu masalah.⁹

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini terdiri dari langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pendekatan penelitian

Metode pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris adalah suatu penelitian yang digunakan untuk memecahkan masalah penelitian dengan meneliti data sekunder terlebih dahulu untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer dengan menemukan kenyataan yang dialami dilapangan penelitian.¹⁰

Penggunaan metode yuridis empiris dalam penelitian skripsi ini adalah hasil pengumpulan data dan informasi melalui studi lapangan pada Chic LinDi Kota Jepara.

Penulis memilih pendekatan yuridis empiris karena penelitian ini memerlukan data dilapangan berdasarkan pengalaman nyata yang kemudian dipergunakan untuk menganalisa data serta membuat kesimpulan terhadap permasalahan yang diteliti.

⁹Zil aidi, Hasna Farida, *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan*, Jurnal Cendekia Hukum, Vol.4, No.2, 2019, hlm.5.

¹⁰Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm.48.

2. Spesifikasi penelitian

Penelitian ini lebih spesifik dengan melakukan penelitian deskriptif analisis, karena peneliti berkeinginan untuk menggambarkan atau memaparkan atas subjek dan objek penelitian, yang kemudian menganalisa dan akhirnya ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.¹¹

3. Sumber dan Jenis Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

a. Data primer

Data primer yaitu data yang diperoleh pengumpul data secara langsung dilapangan. Data primer dapat diperoleh dari sumber pertama dari individu seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Sistem wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis wawancara bebas terpimpin. Peneliti menyiapkan beberapa pertanyaan terlebih dahulu dan kemudian menanyakan ke narasumber dengan keadaan non formal.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan *franchise manager* Chic Lin Di Kota Jepara.

b. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 yaitu :

¹¹ Mukti Fajar ND, Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm.183.

1) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat, terdiri dari :

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- c) Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1977 tentang Waralaba yang diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- d) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penertiban Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba;
- e) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 46 Tahun 2009 tentang Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 36 Tahun 2007 tentang Penertiban Surat Izin Kuasa Perdagangan;
- f) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

2) Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer yang terdiri dari :

- a) Buku-buku referensi yang berhubungan dengan penelitian ini;
- b) Laporan hasil penelitian yang terkait dengan perjanjian waralaba atau *franchise*;

- c) Dokumen-dokumen yang terkait dengan masalah waralaba atau *franchise*.
- 3) Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, yang terdiri dari :
- a) Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)
 - b) Kamus Hukum
 - c) Surat kabar atau majalah.
4. Teknik pengumpulandata

Teknik pengumpulan data mengandung makna sebagai upaya pengumpulan data dengan menggunakan alat pengumpul data tertentu. Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Studi Lapangan

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian lapangan adalah wawancara menggunakan pedoman wawancara. Pengajuan pertanyaan secara terstruktur, kemudian beberapa butir pertanyaan diperinci untuk memperoleh keterangan dan penjelasan lebih lanjut. Kemudian wawancara dilakukan dengan *franchise manager* Chic Lin Kota Jepara, untuk memperoleh data mengenai proses perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba Chic Lin Di Kota Jepara.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca literatur dan dokumen yang terkait dengan penelitian. Alat pengumpul data yang digunakan dalam studi kepustakaan meliputi bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

c. Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan di *outlet* Chic Lin Di Kota Jepara.

5. Analisis data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis analisis *kualitatif*, yaitu suatu metode analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua bahan yang diperoleh dan kemudian dianalisis berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan dengan permasalahan yang akan dibahas. Selanjutnya mengambil simpulan dengan menggunakan metode *deduktif*, yaitu proses penarikan simpulan yang dimulai dari hal-hal yang bersifat umum menuju hal-hal yang bersifat khusus mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba atau *franchise* Chic Lin Di Kota Jepara.

G. Sistematika Penulisan

Guna memperjelas penulisan skripsi yang berjudul “**Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) Chic Lin Di Kota Jepara**”, maka sistematika penulisan skripsi terdiri dari empat bab adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, menguraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan Skripsi.

Bab II Tinjauan Pustaka, berisi Tinjauan Umum tentang perjanjian yang didalamnya diuraikan mengenai pengertian perjanjian, unsur-unsur dan asas-asas perjanjian, serta akibat hukum, perjanjian baku, dan wanprestasi dalam perjanjian, Tinjauan umum tentang waralaba (*franchise*) yang didalamnya diuraikan mengenai pengertian waralaba (*Franchise*), jenis-jenis waralaba (*franchise*) dan macam-macam waralaba (*franchise*) serta, Tinjauan Umum tentang perjanjian waralaba (*franchise*) dalam perspektif Islam yang didalamnya diuraikan mengenai perjanjian perjanjian menurut Islam dan waralaba (*franchise*) menurut Islam.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, berisi pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan perumusan masalah, yaitu mengenai bentuk perjanjian waralaba (*franchise*) pada Chic Lin Di Kota Jepara, Kedudukan hukum bagi para pihak waralaba (*franchise*) Chic Lin Di Kota Jepara, penyelesaian jika terjadi sengketa antara para pihak waralaba (*franchise*) Chic Lin Kota Di Kota Jepara.

Bab IV Penutup, berisi Simpulan dan Saran.