

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini telah berkembang dengan sangat pesat, hal tersebut dilihat dari banyaknya jenis usaha-usaha yang mulai berkembang di masyarakat yang tentunya akan berdampak langsung di bidang ekonomi agar dapat memberikan manfaat yang bernilai positif untuk menciptakan persaingan usaha yang sehat.

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 terbaik untuk melakukan suatu kegiatan ekonomi.<sup>1</sup>

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen untuk mampu bertahan dalam persaingan.

Untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan, para bisnisman dan orang-orang yang ingin terjun langsung di dunia bisnis hendaknya terlebih dahulu mengetahui dan memahami hukum bisnis secara detail agar

---

<sup>1</sup>Sadano Sukino, *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1996, hlm. 4

bisnis yang ditekuni berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi dirinya dan menyejahterakan masyarakat pada umumnya.<sup>2</sup>

Globalisasi berpengaruh besar terhadap perekonomian di Indonesia yang terus berkembang dinamis mengikuti perkembangan zaman. Persaingan usaha yang semakin hari kian ramai sehingga mendorong para pelaku usaha untuk berinovasi mencari terobosan baru dan menemukan cara yang efektif agar tetap bisa eksis dalam mengembangkan dan memperluas jaringan usahanya. Serta mampu bersaing di masa perekonomian yang semakin bebas, yakni dengan menggunakan sistem bisnis waralaba atau *franchise*.

Perkembangan sistem waralaba atau *franchise* sekarang ini menjadi tren dan mendapat banyak perhatian oleh pelaku bisnis. Waralaba atau *franchise* adalah kegiatan berbisnis berupa pembelian hak lisensi dari pemilik waralaba atau *franchisor* sebagai bentuk investasi yang memberikan kemudahan bagi pewaralaba atau *franchisee* menjadikan waralaba atau *franchise* sebagai bisnis yang dipilih untuk memulai usaha.

Susilowati menjelaskan bahwa waralaba atau *franchise* adalah kontrak perjanjian pemakaian nama, merek dagang dan logo perusahaan tertentu dari pemberi waralaba atau *franchisor* yang didalamnya dicantumkan ikhtisar peraturan pengoperasiannya oleh perusahaan yang menggunakan (*franchise*) jasa yang disediakan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan persyaratan keuangan.<sup>3</sup>

---

<sup>2</sup> Syahrin Naihassy, *Hukum Bisnis (Business Law)*, Mida Pustaka, Yogyakarta, 2005, hlm. 8

<sup>3</sup> Etty Susilowati, *Bisnis Kewirausahaan*, Teras, Yogyakarta, 2013, hlm. 7

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. Karena bisnis dengan sistem ini sederhana dan mudah untuk dijalani dan periode balik modalnya tergolong cepat. Sederhana dan mudah dalam hal ini adalah :<sup>4</sup>

- a. Sederhana cara pengelolaannya
- b. Sederhana cara kerjanya
- c. Sederhana cara transaksinya
- d. Mudah diterapkan, hal ini berkaitan dengan efektivitas dan efisiensi usaha dengan sistem waralaba atau *franchise* ini.

Salah satu keunggulan *franchise* adalah ketika pihak menerima waralaba (*franchisee*) atau terwaralaba (*franchisor*) memulai usahanya, tidak perlu repot melakukan kegiatan promosi dan pemasaran, karena pelanggan telah tersedia. Berbeda bila kita memulai bisnis *independent* (non-waralaba), pasti kita disibukkan melakukan promosi dan pemasaran yang biayanya tidak sedikit.<sup>5</sup>

Selain itu, menggunakan sistem bisnis waralaba atau *franchise* menjadikan salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan perekonomian, memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha, memberikan kesempatan kerja, pemerataan, dan menciptakan lapangan kerja

---

<sup>4</sup> Suryono Ekotama, *10 Rahasia Bisnis Franchise*, PT. Gramedia Pustaka, Jakarta, 2012, hlm. 44-45

<sup>5</sup> Amir Karamoy, *Percaturan Waralaba Indonesia*, Foresight Asia, Jakarta, 2013, hlm. 15

masyarakat, serta meningkatkan minat dan kesadaran masyarakat untuk memiliki usaha sendiri.<sup>6</sup>

Saat ini telah dikenal banyak bisnis waralaba atau *franchise* diberbagai 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* lokal walaupun tidak menutup kemungkinan *franchise* asing juga dapat ditemui.<sup>7</sup>

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini dibentuk atas dasar perjanjian, yang dikenal dengan perjanjian waralaba atau *franchise*. Perjanjian waralaba atau *franchise* merupakan dasar dari timbulnya hubungan hukum antara pemilik waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*), sebagai pemberi kepastian yang mengikat hubungan hukum antara pemilik waralaba dan penerima waralaba dalam melaksanakan bisnis waralaba atau *franchise* sehingga para pihak wajib untuk menghormati dan melaksanakan isi perjanjian tersebut.

Pada dasarnya tujuan dari bisnis ini adalah perluasan wilayah merek dagangnya dengan cara memperbolehkan orang lain menjual produknya. Pemilik waralaba atau *franchisor* akan mendapat untung berupa perluasan

---

<sup>6</sup> Camelia M. *Implikasi Hukum Adanya Globalisasi Bisnis Franchise*, Jurnal Hukum No.1 Vol.1 Januari, Yogyakarta 2007, hlm. 104

<sup>7</sup> 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, hlm. 16

wilayah, sementara penerima atau *franchisee* bisa memulai usaha dengan cara yang sudah pasti menguntungkan dan berjalan dengan baik.<sup>8</sup>

Pemerintah senantiasa turut aktif untuk membuat kebijakan dengan memberikan kesempatan yang lebih luas kepada para pelaku usaha agar dapat mengembangkan usahanya. Tonggak kepastian hukum mengenai waralaba atau *franchise* dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba, yang kemudian diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah Republik 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;

---

<sup>8</sup>Ratna Patria, *Pengertian Waralaba dan Jenisnya*, sebagaimana diakses pada <https://www.domainsia.com/berita/pengertian-waralaba-dan-jenisnya/>, tanggal 28 September 2020, pukul 12:15 WIB

5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 07/M-DAG/PER/2/2013  
Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis  
Usaha Jasa Makanan dan Minuman.

Berkembangnya bisnis waralaba atau *franchise* dari tahun ke tahun terutama pada bidang makanan maupun minuman. Saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat beranekaragam menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha makanan dan minuman yang modern. Beberapa diantara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan, supermarket, minimarket, dan lainnya yang ada di kota-kota besar maupun di kota kecil. Hal tersebut tidak lepas dari tuntutan kebutuhan masyarakat yang ingin hidup serba praktis, cepat, menghemat waktu, dan nyaman. Sehingga mendorong para pelaku usaha untuk membuat bisnis baru dengan membuka peluang timbulnya bisnis waralaba atau *franchise* yang bergerak di bidang makanan dan minuman, seperti Sel Sel Cheese Tea yang bergerak di bidang minuman 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, *franchisor* atau pemberi waralaba wajib memberikan keterangan tertulis secara benar mengenai data atau informasi usahanya kepada *franchisee* atau penerima waralaba, mengenai :

- 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 dengan 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 (e).

Waralaba atau *franchise* sebagai konsep bisnis mengenai pemberian penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) yang diatur dalam sebuah perjanjian waralaba, yaitu suatu

perjanjian yang mendokumentasikan hubungan hukum tentang kewajiban yang ada antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).<sup>9</sup>

Bisnis dengan sistem waralaba atau *franchise* ini merupakan sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa pada konsumen. Sebelum usaha waralaba atau *franchise* ini dilakukan maka terlebih dahulu dibuat perjanjian secara tertulis untuk menerangkan hak dan kewajiban serta kedudukan masing-masing pihak serta tentang ketentuan-ketentuan mengenai sistem waralaba atau *franchise*. Sebagaimana dalam kontrak lisensi, pada kontrak *franchise* pemegang waralaba (*franchisee*) wajib membayar sejumlah *royalti* untuk menggunakan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian.

Dalam bisnis *franchise* pada umumnya terjadi suatu hambatan, salah satunya adalah pada keterlambatan pengiriman bahan baku produksi *franchise* yang telah ditetapkan dan disamakan oleh pemilik *franchisor*, misalnya seperti bumbu yang harus diambil dari produsen khusus atau 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 yang dapat mengganggu kinerja pada proses produksi *franchise*.<sup>10</sup>

---

<sup>9</sup> Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Pewaralabaan*, Harvarindo, Jakarta, 2006, hlm. 34

<sup>10</sup> Tasbihul Mamnun, *4 Masalah Yang Sering Menimpa Bisnis Franchise Waspadalah*, sebagaimana diakses pada <https://www.maxmanroe.com/masalah-ini-sering-menimpa-franchisee-waspadalah.html>, tanggal 18 November 2020, pukul 22:15 WIB



Selain itu hambatan yang di hadapi adalah hambatan yang menjadi penyebab kegagalan sebagian besar usaha dengan sistem waralaba (*franchise*), yaitu karena kurang serius dalam menjalankannya sehingga dijadikan sebagai sampingan di luar pekerjaan utama dan keterbatasan waktu mengelola bisnis *franchise* akhirnya menjadi kesulitan utama. Sering terjadi juga pada pengaturan sumber daya karyawan, masalah yang dihadapi bisa semakin rumit saat karyawan yang dipekerjakan berhenti bekerja mendadak dan belum menemukan penggantinya, sehingga dapat mengakibatkan suatu gerai tutup dalam waktu lama. Tentunya hal ini akan sangat merugikan usaha waralaba kita.<sup>11</sup>

Masalah kemudian timbul sehubungan dengan pelaksanaan waralaba atau *franchise* karena adanya kekhawatiran akan adanya ketidakseimbangan kedudukan antara pemilik atau *franchisor* dengan penerima waralaba atau *franchisee* yang kemungkinan terjadi sesuatu yang dapat menghambat pelaksanaan sistem 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 di Sel Sel Cheese Tea Jepara”**.

---

<sup>11</sup><https://infopeluangusaha.org/3-masalah-yang-sering-menimpa-usaha-sistim-waralaba/>, sebagaimana diakses pada tanggal 18 November 2020, pukul 22:00 WIB

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka dapat dirumuskan beberapa pokok permasalahan dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara ?
2. Apa yang menjadi hambatan dan solusi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara ?

## C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan dalam permasalahan tersebut di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara;
2. Untuk mengetahui hambatan dan solusi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara.

## D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan berbagai macam kegunaan baik dari segi teoritis maupun praktis, yaitu:

1. Teoritis;
  - a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran atau memberikan solusi dalam perkembangan ilmu hukum,

khususnya mengenai hukum bisnis tentang perjanjian waralaba (*franchise*) sehingga memperluas wawasan;

- b. Menerapkan pengetahuan teoritis yang telah diperoleh di bangku perkuliahan dan mempraktikkannya 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 studi hukum perdata, khususnya mengenai waralaba (*franchise*).

- b. Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta gambaran dalam memilih bisnis yang baik dengan sistem bisnis waralaba (*franchise*).

- c. Bagi pelaku Industri

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan untuk membantu perusahaan dalam mengembangkan usahanya yang menggunakan pola sistem waralaba (*franchise*).

## E. Terminologi

Dalam penelitian ini penulis memilih judul “Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Perjanjian Waralaba”. Dengan penjelasan arti dari judul tersebut sebagai berikut :

### a. Tinjauan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian tinjauan adalah mempelajari dengan cermat, memeriksa (untuk memahami), pandangan, pendapat (sesudah menyelidiki, mempelajari, dan sebagainya).<sup>12</sup>

### b. Yuridis

Menurut Kamus Hukum, kata yuridis berasal dari kata yuridisch yang berarti menurut hukum atau dari segi hukum. Menurut hukum; secara hukum, yuridis adalah bantuan hukum (diberikan oleh pengacara kepada kliennya di muka pengadilan).<sup>13</sup>

### c. Perjanjian

Perjanjian diatur dalam Buku III KUHPerdara tentang perikatan, Pasal 1233 KUHPerdara menyatakan bahwa “Tiap-tiap perikatan itu terjadi karena persetujuan atau karena Undang-Undang”. Menurut Pasal 1313 KUHPerdara Perjanjian adalah perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

---

<sup>12</sup>Buku KBBI hlm. 1529

<sup>13</sup> M. Marwan dan Jimmy P, *Kamus Hukum*, Reality Publisher, Surabaya, 2009, hlm. 651

#### d. Waralaba

Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang 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.

### 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.<sup>14</sup>

Berdasarkan permasalahan yang akan diteliti materi penelitian ditelaah secara yuridis, kemudian didukung dengan data yang ada di lapangan berdasarkan pengalaman-pengalaman nyata di masyarakat. Kemudian digunakan untuk menganalisis data dan menarik kesimpulan dari masalah yang diteliti. Sebelumnya penulis terlebih dahulu mengetahui tentang perjanjian waralaba (*franchise*) melalui literatur dan peraturan

---

<sup>14</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Pendekatan Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1998, hlm. 48

terkait, kemudian melakukan wawancara dengan responden yaitu *franchisee* dan *franchisor* untuk dapat menemukan jawaban dan membuat kesimpulan mengenai masalah yang sedang diteliti.

Dalam hal ini, masalah yang diteliti adalah mengenai bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara dan hambatan yang terjadi selama pelaksanaan perjanjian serta solusinya.

## 2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis, karena peneliti berkeinginan untuk menggambarkan atau memaparkan atas subjek dan objek penelitian, yang kemudian menganalisis dan akhirnya ditarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.<sup>15</sup>

Dikatakan deskriptif karena penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara yang jelas, rinci, dan sistematis. Sedangkan dikatakan analisis karena data yang diperoleh dari data primer maupun data sekunder akan dianalisis untuk menemukan jawaban dari permasalahan yang diteliti, yaitu hambatan yang terjadi selama pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara dan solusinya berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

## 3. Sumber Data Penelitian

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan terdiri dari data yang bersifat primer dan data yang bersifat sekunder.

---

<sup>15</sup> Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm. 183

a. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumber data di lapangan. Dengan melalui wawancara yaitu suatu metode pengumpulan data dengan cara tanya jawab sistematis untuk mendapatkan keterangan yang lebih jelas dan terperinci.

b. Data Sekunder

Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari literatur atau studi kepustakaan yang berupa bahan-bahan hukum, yaitu bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, dan bahan hukum tersier.

1) Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum berupa peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan penelitian ini, yaitu :

a. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

c. Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen.

d. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek.

e. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

2) Bahan Hukum Sekunder, yaitu seluruh informasi yang relevan dengan permasalahan hukum atau bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer, seperti

literatur, jurnal, skripsi, tesis, dan artikel yang berkaitan dengan obyek penelitian yang dapat membantu peneliti untuk mendapatkan informasi.

- 3) Bahan Hukum Tersier, bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan mengenai bahan hukum primer dan sekunder, seperti Kamus Hukum, Kamus Besar Bahasa Indonesia, internet dan lainnya yang dapat digunakan untuk melengkapi data penelitian.

#### 4. Metode Pengumpulan Data

##### 1. Penelitian Lapangan (*Field research*)

Penelitian lapangan dilakukan untuk mengumpulkan data primer dengan melakukan wawancara secara langsung pada pihak-pihak yang terkait, yaitu pihak yang mewakili Sel Sel Cheese Tea Jepara selaku *franchisor* dan *franchisee* selaku penerima *franchise* untuk mendapatkan jawaban atau pernyataan berkaitan dengan penelitian tersebut.

##### 2. Penelitian Kepustakaan (*Library research*)

Penelitian kepustakaan dilakukan untuk mencari data sekunder dengan cara mencari dan mempelajari dari berbagai referensi berupa, buku-buku ilmu hukum, tulisan-tulisan tentang ilmu hukum, internet, dan perundang-undangan yang berkaitan dengan pelaksanaan perjanjian waralaba atau *franchise*.



## 5. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di *Franchise* Sel Sel Cheese Tea Jepara, yang beralamat di Komplek Ruko Timur Lapangan Batealit Jepara.

## 6. Metode Analisis Data

Analisis dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif, yaitu data-data yang diperoleh selama proses penelitian kemudian disusun secara sistematis dan dianalisis sehingga mencapai kejelasan permasalahan yang dibahas, yaitu tinjauan yuridis empiris terhadap kajian hukum pelaksanaan perlindungan hukum atas perjanjian waralaba atau *franchise* di Sel Sel Cheese Tea Jepara.

## G. Sistematika Penulisan

Sistematika Penulisan ini terdiri dari 4 (empat) bab, dimana ada keterkaitan antara bab yang satu dengan bab yang lainnya agar dapat tersusun secara terarah dan sistematis. Sistem penulisan ini akan dijabarkan sebagai berikut :

BAB I merupakan Pendahuluan yang berisi penjelasan tentang kerangka-kerangka penulisan penelitian tentang pelaksanaan perjanjian waralaba atau *franchise* di Sel Sel Cheese Tea Jepara, yang meliputi : Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, Terminologi, Metode Penelitian, Lokasi Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, yang berisi Tinjauan umum tentang perjanjian yang didalamnya dijelaskan mengenai pengertian perjanjian, syarat sahnya perjanjian, unsur-unsur perjanjian, asas-asas perjanjian, dan akibat hukum serta *wanprestasi* dalam perjanjian. Tinjauan umum tentang waralaba (*franchise*) yang didalamnya dijelaskan mengenai pengertian waralaba (*franchise*), macam-macam waralaba (*franchise*), dan pihak-pihak dalam waralaba (*franchise*). Tinjauan umum tentang perjanjian waralaba dalam perspektif hukum islam.

BAB III Hasil Penelitian dan Pembahasan, didalam bab ini berisi tentang pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara, dan hambatan serta solusi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) di Sel Sel Cheese Tea Jepara.

BAB IV Penutup, yang berisi simpulan dan saran. Pada simpulan berisi jawaban atas permasalahan yang dibahas, sedangkan pada saran berisi sumbangan pemikiran atau kontribusi atas permasalahan yang diteliti.