

ABSTRAK

Waralaba merupakan konsep baru dalam pemasaran untuk memperluas jaringan usaha secara cepat dengan cara memberikan merek dagang kepada pihak yang akan menjual dan mempergunakan ciri khas usaha suatu produk barang, makanan dan minuman atau layanan jasa, yang dimiliki oleh pemilik merek dagang. Di dalam berbagai jenis waralaba terdapat perjanjian yang harus disepakati kedua belah pihak.

Studi kasus ini bertujuan untuk mengetahui alasan yang kuat untuk perjanjian waralaba antara PT. Pos Indonesia (Persero) Pati dengan agen pos yang tidak dibuat akta notariel dan untuk mengetahui penerapan asas kebebasan berkontrak terhadap perjanjian PT. Pos Indonesia (Persero) Pati dengan agen pos.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis sosiologis. Data yang digunakan merupakan data primer dimana data yang diperoleh berasal dari hasil penelitian dan wawancara di lapangan. Analisa yang dilakukan berdasarkan dengan peraturan perundangan-undangan yang berlaku.

Hasil dari penelitian ini dapat diketahui bahwa: perjanjian waralaba PT. Pos Indonesia (Persero) Pati dengan Agen pos merupakan bentuk perjanjian yang menggunakan akta dibawah tangan yang hanya dilakukan oleh para pihak yang bersepakat tanpa melibatkan pejabat umum yang mempunyai tugas dan wewenang dalam pembuatan akta di dalam sebuah perjanjian menurut Undang-Undang. Perjanjian waralaba PT. Pos Indonesia dengan agen pos tidak dibuat akta notariel karena dalam perjanjian bersifat lokal atau dalam satu wilayah dan telah mendapatkan pengesahan oleh Pimpinan Direksi PT. Pos Indonesia (Persero) dari kantor pusat. Perjanjian waralaba antara PT. Pos Indonesia dengan Agen pos merupakan perjanjian baku tanpa menerapkan asas kebebasan dimana asas kebebasan berkontrak merupakan kebebasan yang diberikan kepada para pihak perjanjian menurut Undang-Undang untuk menentukan isi dalam perjanjian, isi perjanjian baku yang dibuat untuk kepentingan salah satu pihak tanpa memperhatikan kepentingan pihak lainnya.

Kata kunci : Perjanjian, Waralaba, Akta.

ABSTRACT

Franchising is a new concept in marketing to expand business networks quickly by giving trademarks to parties who will sell and use the business characteristics of a product, food and beverage or service, which is owned by the trademark owner. In various types of franchising, there are agreements that must be agreed by both parties.

This case study aims to find out the strong reasons for the franchise agreement between PT. Pos Indonesia (Persero) Pati with a postal agent is not made a notarial act and to find out the basic application of freedom of contract to the agreement of PT. Pos Indonesia (Persero) Pati with postal agent.

This research uses sociological juridical research methods. The data used is primary data where the data obtained comes from the results of research and interviews in the field. The analysis is carried out based on the prevailing laws and regulations.

The results of this study can be seen that: the franchise agreement of PT. Pos Indonesia (Persero) Pati with a Postal Agent is a form of agreement that uses the act under the hands of only those who agree without involving public officials who have the duty and authority in making the deed in an agreement according to the Law. Franchise agreement PT. Pos Indonesia with a postal agent is not made a notarial deed because the agreement is local or within a region and has been approved by the Head of the Board of Directors PT. Pos Indonesia (Persero) from headquarters. Franchise agreement between PT. Pos Indonesia with a Postal Agent is a standard agreement without applying the principle of freedom where the principle of freedom of contract is the freedom given to the parties to the agreement according to the Law to determine the content of the agreement, the content of the standard agreement made for the benefit of one party.

Keywords: Agreement, Franchise, Deed.