

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya *franchise* merupakan suatu konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat, Sistem *franchise* dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM (sumber daya manusia) dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan Pihak lain. *Franchise* juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan *franchise*.

Di samping itu, fenomena yang menarik dari Tahun ke Tahun yaitu makin tumbuh suburnya Bisnis *Franchise*, terutama pada bidang makanan maupun minuman. Kalau di amati 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 atau di jalan utama di lokasi yang strategis di tengah kota. Contoh yang sangat mudah adalah usaha makanan Mc Donald, Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Dunkin Donuts dan juga makanan-makanan lokal yang sekarang sedang membumi salah satunya waroeng steak di kota Semarang.

Franchise di Indoensia dikenal sejak era 70-an ketika masuknya Shakey Pisa, KFC, Swensen dan Burger King. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar 1995. Data Deperindag pada 1997 mencatat sekitar 259 perusahaan penerima *franchise* di Indonesia. Setelah itu, usaha *franchise*

mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima *franchise* asing terpaksa menutup usahanya karena nilai Rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga pada tahun 2000, *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit politik. Barulah pada tahun 2003, usaha *franchise* di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat.¹

Franchise Pertama kali dimulai di Amerika oleh Singer Sewing Machine Company, produsen mesin jahit Singer pada 1851. Pola itu kemudian diikuti oleh perusahaan otomotif General Motor Industry yang melakukan penjualan kendaraan bermotor dengan menunjuk distributor *franchise* pada Tahun 1898. Selanjutnya, diikuti pula oleh perusahaan-perusahaan soft drink di Amerika sebagai saluran distribusi di AS dan Negara-Negara lain. Sedangkan di Inggris *franchise* dirintis oleh J Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg pada dekade 60-an. *Franchise* saat ini lebih didominasi oleh *franchise* rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada Tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka restaurant cepat sajanya. Pada Tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerjasama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha restoran modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran. Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama

¹ Franchise Bible, *Graha info franchise*, Jakarta, 2009, 2009, hlm 3.

di Tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi *franchise* sebagai format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai *franchise* generasi kedua. Perkembangan sistem *franchise* yang demikian pesat terutama di Negara asalnya, AS, menyebabkan *franchise* digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS. Sedangkan di Inggris, berkembangnya *franchise* dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg, pada Tahun 60-an. Bisnis *franchise* tidak mengenal diskriminasi. Pemilik *franchise* (*franchisor*) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama.²

Para pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada Pasal 1 ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa pemberi waralaba (*Franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba (*Franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba

² *Ibid*, hlm 5

untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.³ Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan 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.

Lebih lanjut Diperjelas pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa usaha yang dapat digolongkan sebagai usaha *Franchise* atau waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan, dan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.

Pasal 3 ayat (6) menyatakan bahwa kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Rahmadi Usman³ menjelaskan bahwa hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia, legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan

³ Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jakarta: Kata Hati, hal. 107.

Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ditegaskan bahwa ;

Waralaba (franchise) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba di mana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba.⁴

Perjanjian waralaba merupakan landasan legal yang berlaku sebagai undang-undang dalam mengoperasionalkan hubungan yang telah disepakati dan merupakan landasan untuk menjaga kepentingan Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba. Adanya perjanjian tersebut memberikan perlindungan hukum

⁴ Anak Agung Deby, Wulandari dan Ida Bagus Putra Atmadja, "Perlindungan Hukum Bagi *Franchisee* Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Bisnis *Franchise*". Jurnal Hukum, Vol. 2. No. 3. <http://dh3m0echan.wordpress.com/perlindungan-hukum-bagi-franchisee-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-dalam-bisnis-franchise/2018/11/29/> diunduh 17 juni 2016, pukul 22.45WIB.

secara preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya perselisihan. Hal ini diwujudkan dengan cara calon *franchisee* diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapatnya sebelum suatu perjanjian waralaba tersebut disepakati oleh kedua belah pihak. Perlindungan hukum represif bertujuan untuk menyelesaikan perselisihan. Hal ini dapat diwujudkan dengan melalui lembaga litigasi maupun non-litigasi yang berwenang.⁵

Dari dua pendapat tersebut dapat dipahami bahwa perjanjian mitra merupakan perjanjian kerja sama yang saling menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Para pihak yang terlibat perlu mendapat perlindungan hukum, karena masing-masing pihak dalam perjanjian mitra memiliki kewajiban sendiri-sendiri. Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan HAKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh *franchisee*, yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari pemberi waralaba disinilah sebuah latar belakang masalah yang penulis teliti bagaimana sebuah peran seorang notaris sebagai pejabat umum dalam pembuatan akta perjanjian bisnis franchise/waralaba.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini dipilih judul, yaitu: **PERAN NOTARIS DALAM PEMBUATAN AKTA PERJANJIAN BISNIS FRANCHISE/WARALABA (studi kasus Waroeng Steak Supriadi Kota Semarang)**

B. Perumusan Masalah

Dalam penulisan ini, secara garis besarnya terdapat beberapa permasalahan dalam Perjanjian Waralaba/Franchise terhadap Waroeng Steak

⁵ *Ibid*, hal. 24.

Supriadi , Adapun pokok permasalahan dalam penulisan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah Peran Notaris dalam pembuatan akta perjanjian bisnis franchise/waralaba terhadap Waroeng Steak Supriadi kota Semarang?
2. Bagaimanakah permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan perjanjian franchise/waralaba terhadap Waroeng Steak Supriadi kota Semarang?
3. Bagaimanakah solusi/upaya hukum dan akibat hukum yang dapat dilakukan dalam pelaksanaan sebuah perjanjian bisnis franchise/waralaba terhadap waroeng steak supriadi di kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui peranan notaris dalam pembuatan akta perjanjian bisnis franchise/waralaba.
2. Untuk mengetahui kendala-kendala/permasalahan yang nantinya hadir dalam pelaksanaan perjanjian bisnis franchise/waralaba waroeng steak supriadi di kota Semarang.
3. Untuk mengetahui bagaimana solusi dan akibat hukum yang timbul dalam perjalanan pelaksanaan perjanjian bisnis franchise/waralaba waroeng steak supriadi di kota Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Tesis ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Hasil kajian ini dapat dijadikan bahan kajian lebih lanjut untuk melahirkan beberapa konsep ilmiah sehingga memberikan sumbangan bagi perkembangan di dunia kenotariatan khususnya di dalam Hukum bisnis Franchise/ Waralaba.

2. Secara Praktis

- a. Sebagai suatu hal yang dapat menambah wawasan serta pengetahuan bagi penulis mengenai sebuah peran Notaris dalam pembuatan akta perjanjian bisnis.
- b. Sebagai bahan masukan, solusi serta tanggapan terhadap Perjanjian Waralaba (*Franchise*) tentang berkembang dan meningkatnya suatu waralaba.
- c. Sebagai bahan kajian bagi kalangan akademisi untuk menambah wawasan di bidang Hukum bisnis.

E. Kerangka Konseptual

Konsep adalah suatu bagian yang terpenting dari penyusunan suatu teori. Peranan konsep pada dasarnya adalah untuk menghubungkan dunia teori dan observasi, antara abstraksi dan realita. Konsep di artikan sebagai kata yang menyatakan abstraksi yang digeneralisasikan dalam hal-hal khusus dan di sebut dengan definisi oprasional. Pentingnya definisi oprasional adalah untuk menghindarkan perbedaan antara penafsiran mendua (dibius) dari suatu istilah yang dipakai. selain itu di pergunakan juga untuk memberikan pegangan pada proses penelitian tesis ini. dalam penulisan tesis ini ada beberapa landasan konseptual yaitu : dasar perjanjian bisnis Franchise/waralaba dan peran notaris dalam pembuatan akta perjanjian.

1. Dasar perjanjian bisnis Franchise/waralaba

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia

(SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan 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.

Lebih lanjut Diperjelas pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa usaha yang dapat digolongkan sebagai usaha *Franchise* atau waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan. Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia, legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

2. Peran Notaris dalam pembuatan akta perjanjian

Peranan Notaris dalam pembuatan suatu akta Perjanjian bisnis adalah menerjemahkan transaksi bisnis yang hendak dilakukan oleh para pihak dan dapat mengakomodasikan kepentingan pihak-pihak, sehingga memberikan jaminan atau kepastian secara hukum sampai dengan terealisasinya kontrak bisnis secara definitif. Hal ini dimaksudkan adalah kehendak pihak-pihak yang dituangkan dalam suatu akta Notaris benar-benar merupakan suatu perwujudan dari suatu akta yang berkekuatan hukum dan dapat untuk dijadikan sebagai bukti bagi pihak ketiga lainnya, dan juga merupakan suatu bukti yang terkuat untuk dijadikan sebagai suatu alat bukti di pengadilan. Setiap kontrak yang dibuat oleh para pihak selalu ada kemungkinan berpotensi konflik, Perselisihan atau sengketa kadang-kadang tidak dapat dihindari karena adanya kesalahpahaman, pelanggaran peraturan perundang-undangan, ingkar janji, kepentingan yang berlawanan dan atau kerugian pada salah satu pihak. Sumber konflik yang sering menjadi pemicu timbulnya sengketa adalah: itikad tidak baik dari salah satu pihak, kekeliruan menafsirkan kalimat-kalimat dalam kontrak, Force Majeure, wanprestasi, masalah moneter, waktu dan masaiah ketentuan denda. Dalam suatu kontrak, ada pasal atau bagian dari pasal yang mengatur suatu hal tertentu yang bersifat "spesial" berkaitan dengan kemungkinan peristiwa yang tidak dikehendaki oleh para pihak yang terjadi dikemudian hari. Oleh karena itu, perlu diatur klausula penyelesaian sengketa dalam kontrak bisnis. Cara yang ditempuh oleh para pihak dalam menyelesaikan konflik ini biasanya adalah diselesaikan secara kekeluargaan (musyawarah), apabila tidak berhasil, masalah dapat diselesaikan melalui prosedur hukum yang berlaku. Baik berupa peradilan (litigasi); dan di luar peradilan (nonlitigasi) atau Alternative Dispute Resolution (ADR). Disarankan kepada para Notaris dalam

pembuatan suatu akta kontrak bisnis benar-benar dapat mengakomodir kepentingan pihak-pihak, disamping itu karena kontrak bisnis itu meliputi berbagai hal sehubungan dengan era globalisasi saat ini maka disarankan agar para Notaris untuk tetap menambah ilmu pengetahuan terutama sekali yang berhubungan dengan hukum kontrak bisnis. Serta disarankan kepada Notaris sebelum pembuatan suatu akta benar-benar mengenal dan memahami maksud dari para pihak, sehingga semua konflik yang akan timbul telah dapat diantisipasi dan semua keinginan para pihak dapat diakomodasi di dalam akta dimaksud, dengan demikian kekuatan keotentikan dari akta Notaris itu tetap terjaga dimanapun dan dalam kondisi apapun. Disarankan kepada para pihak dalam hal penyelesaian sengketa yang mungkin timbul untuk tetap mengutamakan musyawarah dan mufakat, dan walaupun tidak dapat diselesaikan juga diambil penyelesaian secara nonlitigasi dengan maksud untuk mengurangi biaya dan waktu yang lama dibandingkan dengan penyelesaian secara litigasi (pengadilan).

F. Metode Penelitian

1. Lokasi Penelitian

Lokasi yang ditentukan dalam melakukan penelitian tesis ini adalah Waralaba rumah makan “ Waroeng Steak “ di jalan Supriadi kota Semarang.

2. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian ini adalah termasuk deskriptif, sebab hanya menggambarkan aspek Hukum dalam Perjanjian waralaba.

3. Metode pendekatan

Metode pendekatan penelitian ini mempergunakan metode pendekatan yuridis normatif dan metode kualitatif. Metode pendekatan yuridis normatif

dipergunakan dengan cara melihat bahan-bahan pustaka seperti Undang-Undang dan literatur-literatur tentang pokok permasalahan yang di teliti. Sedangkan metode yuridis empiris diperoleh dari waralaba rumah makan “Waroeng Steak” Supriadi kota Semarang dengan cara melakukan wawancara kepada *franchisee* atau penerima waralaba tersebut.

Metode pendekatan secara kualitatif bermanfaat untuk melakukan analisis data secara menyeluruh dan merupakan satu kesatuan yang integral (*holistic*), hasil penelitian dipaparkan secara deskriptif dan mendalam dengan tidak mempergunakan analisis secara kualitatif. Adapun struktur wawancara yang dilakukan penulis pada saat melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

a. Pedoman Wawancara (*Interview Guide*)

Pedoman yang disusun oleh pewawancara yaitu merupakan sebuah outline yang berisikan aspek-aspek utama dari topik wawancara.

b. Pembukaan (*Opening*)

Menciptakan atmosfir yang saling memiliki kepercayaan dan saling menghargai sehingga dapat membentuk hubungan positif antara pewawancara dan responden.

c. Isi (*The Body*)

Pewawancara menggali jawaban atas pertanyaan-pertanyaan dan mempersiapkan pertanyaan lanjutan dari pedoman wawancara.

d. Penutup (*The Closing*)

Pewawancara mengakhiri wawancara ketika informasi yang diperoleh telah didapati dari responden.

4. Jenis dan Sumber Data

Untuk terlaksananya penelitian dan penulisan ini diperlukan sejumlah data yang dikelompokkan pada :

- a) Data primer, merupakan satu bentuk data yang akan diperoleh secara langsung melalui observasi terhadap objek peneliti.
- b) Data sekunder, Data sekunder di dalam penelitian ini bersumber di dasari :
 - 1) Bahan Hukum primer, yaitu bahan Hukum berupa Undang-Undang dan KUHPerdara.
 - 2) Bahan Hukum sekunder, yakni bahan-bahan yang erat hubungannya dengan bahan Hukum primer berupa buku-buku yang berhubungan dengan obyek yang diteliti.
 - 3) Bahan Hukum tersier, yakni yang memberi informasi lebih lanjut mengenai Hukum primer dan bahan Hukum sekunder seperti kamus Hukum, Ensiklopedia, Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI)

5. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data ini merupakan landasan utama dalam menyusun skripsi dan menggunakan metode penelitian sebagai berikut :

a. Tinjauan Kepustakaan

Yakni berupa buku bacaan yang relevan dengan penulisan skripsi ini, dengan cara membaca dan mempelajari bahan buku bacaan maupun perUndang-Undangan dan juga sumber lain yang berhubungan dengan penulisan ini dan dijadikan sebagai dasar untuk menghasilkan suatu karya ilmiah dengan sebaik-baiknya agar lebih berbobot, yang mana data-data ini diperoleh dari penelitian kepustakaan (*library research*).

b. Tinjauan Lapangan

Yakni dengan melakukan tinjauan secara langsung terhadap Pemilik maupun Pegawai Waroeng Steak yang berada di jalan Supriadi kota Semarang di

samping itu penulis juga melakukan interview atau tanya jawab yang diarahkan untuk mencapai tujuan tertentu.

Wawancara kualitatif dilakukan bila peneliti bermaksud untuk memperoleh pengetahuan tentang makna-makna subjektif yang dipahami individu, berkenaan dengan topik yang diteliti dengan maksud melakukan eksplorasi terhadap isu tersebut, suatu hal yang tidak bisa dilakukan melalui pendekatan lain.

6. Analisis Data

Untuk dapat memberikan penilaian terhadap penelitian dan penulisan skripsi ini melalui suatu pengamatan yang teruji, guna mendapatkan gambaran tentang pemecahan masalah, pengajuan analisa sangat diperlukan, sehingga studi ini memenuhi syarat untuk dijadikan bahan masukan bagi Pihak terkait. Maka penelitian ini mempergunakan analisa kualitatif, yang dijabarkan dan disajikan lebih lanjut dalam pembahasan secara tuntas permasalahannya.

G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

Bab I : Pendahuluan

Di dalam bab ini disajikan pengantar-pengantar permasalahan pokok yang terdiri dari; Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat Penulisan, Kerangka Konseptual, Metode Penulisan, Sistematika Penulisan.

Bab II : Tinjauan Pustaka Tentang Peran Seorang Notaris Sebagai Pejabat Umum .

Di Dalam Bab ini uraikan sekilas tentang Pengertian secara umum peran Notaris sebagai Pejabat Umum dalam pembuatan akta

perjanjian bisnis Franchise/waralaba yang terdiri dari; Sejarah Notaris, Pengertian dan Wewenang, Akta Notaris, Tanggung jawab Notaris selaku Pejabat Umum, Landasan Profesi Jabatan Notaris, (yuridis, sosiologis, filosofis), Tinjauan Terhadap Perjanjian Bisnis, Pengertian bisnis Franchise/waralaba, Dasar Hukum bisnis Franchise/waralaba, serta peran Notaris dalam sebuah pembuatan akta perjanjian bisnis Franchise/waralaba, serta ditinjau dalam prespektif Hukum Islam.

Bab III : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam Bab ini menjelaskan tentang hasil penelitian yang dilakukan penulis terhadap narasumber dan Objek kajian “ Waroeng Steak Supriadi kota Semarang.”

Bab IV : Penutup (Simpulan dan Saran)

Dalam Bab ini diuraikan mengenai kesimpulan dari seluruh Penulisan serta saran dan mudah-mudahan berguna bagi penulis dan pembaca.