

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Istilah waralaba (*franchise*) tidak dikenal dalam hukum kepustakaan Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga waralaba sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi, maka *franchise* kemudian masuk dalam tatanan hukum maupun budaya masyarakat Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang tidak asing bagi masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia yang menarik perhatian banyak pihak untuk lebih mendalaminya.¹

Kegiatan bisnis waralaba dapat ditinjau dari berbagai sudut pandang. Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba Pasal 1 (1) mengartikan waralaba sebagai 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.

Sebagai tindak lanjut diterbitkannya Peraturan Pemerintah tersebut, Menteri Perdagangan RI menerbitkan Peraturan Perdagangan RI Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat

¹Jurnal Liquidity Vol. 1 No. 2, Juli-Desember 2012, hlm. 159-166

Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-Dag/Per/2008 tentang Penyelenggaraan RI Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Ferro Sinambela dalam bukunya yang berjudul Peranan Perjanjian Kerja Antara Pengusaha dan Pekerja Pada Perusahaan Waralaba (*franchise*) dari sudut hak atas kekayaan intelektual sebagai semua hak milik yang berhubungan dengan bidang usaha atau kepemilikan yang berhubungan daya pikir, seperti merek dagang, nama perusahaan, label perusahaan, model barang penemuan, hak cipta, *know how* atau hak paten, yang digunakan untuk tujuan penjualan barang-barang atau jasa-jasa kepada konsumen.²

Dari sudut hubungan kemitraan usaha dan perjanjian, A. Abdurrahman dalam bukunya yang berjudul Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan, Perdagangan menyebutkan bahwa waralaba yang dikenal dengan istilah *franchise* adalah suatu persetujuan atau perjanjian (kontrak) antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar, yang menyatakan bahwa yang tersebut pertama itu memberikan kepada yang tersebut terakhir itu suatu hak untuk memperdagangkan produknya, dengan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak.³

Di Indonesia, waralaba dikenal pada 1950-an dengan munculnya *dealer* kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merek. Waralaba di Indonesia semakin berkembang ketika masuknya waralaba asing seperti KFC, McDonald's, Burger King, dan

² Andrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008, hlm.10.

³ *Ibid.*

Wendys pada tahun 80-90an. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba salah satunya disebabkan oleh faktor popularitas *franchisor*. Hal ini dikarenakan kemampuan para *franchisor* untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilan yang tinggi.⁴

Franchise harus memiliki dasar hukum yang merupakan bagian dari perjanjian atau kontrak. Perjanjian sebagai dasar hukum KUHPerdara Pasal 1338 ayat (1), 1233 s/d 14 56 KUHPerdara; para pihak bebas melakukan apapun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, kebiasaan, kesopanan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan ketertiban umum, juga tentang syarat-syarat sahnya perjanjian.

Waralaba merupakan bisnis yang menawarkan keuntungan *cash back* yang dapat mencapai 100% dalam jangka waktu tertentu. Prosedurnya yang tidak begitu rumit mengundang banyak kalangan masyarakat untuk ingin mengetahui lebih dalam mengenai bisnis *franchise* tersebut.

Penyelesaian masalah dalam bisnis waralaba (*franchise*) sangat dibutuhkan demi terciptanya jalinan bisnis yang baik. Minimnya para pemilik usaha waralaba (*franchise*) yang mendaftarkan usahanya di lembaga hukum yang berwenang, yakni Direktorat Jendral Hak dan Kekayaan Intelektual (HaKI) pada Departemen Kehakiman dan Hak Azasi Manusia Republik Indonesia menyebabkan para pihak menyelesaikan masalah yang di alami tanpa adanya perlindungan oleh badan hukum. Penyelesaian dengan tahap musyawarah kerap kali menjadi cara para pihak untuk

⁴ *Ibid*, hlm. 19.

menyelesaikan masalah yang dialami. Tahapan musyawarah dilakukan para pihak tentunya sebelum melibatkan badan hukum yang berwajib

Mengetahui lebih dalam mengenai pelaksanaan perjanjian yang tercantum dalam isi perjanjian waralaba merupakan suatu kewajiban penting bagi calon peserta bisnis waralaba. Hal ini dikarenakan pihak-pihak yang terlibat di dalam bisnis waralaba diikat oleh perjanjian khusus, yang dikenal dengan perjanjian waralaba. Sebelum terikat oleh perjanjian waralaba, setiap pihak yang terlibat harus memperhatikan dengan teliti setiap poin dalam perjanjian waralaba dengan hati-hati dan saksama. Maka dari itu, perjanjian waralaba merupakan bagian yang sangat penting dalam bisnis waralaba.

Dengan dilatar belakangi uraian di atas maka penulis terdorong untuk melakukan penulisan skripsi dengan judul **“Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kecamatan (Disingkat Kec) Genuk Kota Semarang”**, dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih jelas pelaksanaan perjanjian waralaba serta kendala-kendala yang ada dalam hubungan hukum yang akan dibahas dalam penelitian ini.

B. Rumusan Masalah

Demi menghindari meluasnya permasalahan yang akan dibahas dan untuk memperkecil terjadinya kekeliruan, maka penulis membatasi ruang

lingkup permasalahan ke dalam bentuk perumusan masalah yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang?
2. Kendala apa yang dialami dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang ?
3. Bagaimana bentuk penyelesaian *wanprestasi* terhadap salah satu pihak antara pemegang usaha (*franchisor*) dengan pembeli merek usaha (*franchisee*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.
2. Untuk mengetahui kendala yang dialami dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.
3. Untuk mengetahui cara penyelesaian bentuk *wanprestasi* terhadap salah satu pihak antara pemegang usaha (*franchisor*) dengan pembeli merek usaha (*franchisee*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun kegunaan yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Kegunaan Teoritis

- a. Penelitian ini di harapkan dapat dijadikan salah satu bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam hal ini yang berkaitan dengan ilmu hukum perdata yang berkaitan dengan masalah perjanjian waralaba (*franchise*).
- b. Untuk memenuhi tugas penelitian hukum, sebagai syarat menyelesaikan studi di Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung Semarang.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi masyarakat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi serta gambaran kepada masyarakat dalam memilih bisnis yang baik mengenai bisnis waralaba (*franchise*).

- b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan bahan bacaan serta dapat dipakai sebagai acuan terhadap penelitian sejenis untuk kajian-kajian berikutnya.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian pada hakekatnya adalah merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk menemukan, mengembangkan, atau menguji kebenaran dengan metode ilmiah yang akan dipergunakan dalam penelitian untuk menyusun skripsi ini. Metode ilmiah merupakan gabungan metode pendekatan rasional dan pendekatan empiris.⁵

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

1. Metode Pendekatan

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 untuk kemudian dilanjutkan dengan mengadakan penelitian terhadap data primer dengan menemukan kenyataan hukum yang dialami dilapangan penelitian⁶

Penggunaan dari metode *yuridis empiris* dalam penelitian skripsi ini adalah dari hasil pengumpulan data dan informasi melalui studi lapangan pada Keab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

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

⁵ Ronny Hanitjo Soemitro, *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm 36

⁶ *Ibid*, 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 menarik kesimpulan dari hasil penelitian tersebut.⁷

3. Sumber Data

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

a. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data.⁸ Data primer didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis wawancara bebas terpimpin. Dimana narasumber menyiapkan beberapa pertanyaan terlebih dahulu dan kemudian menanyakan ke narasumber dengan keadaan non formal.

Dalam penelitian ini, data primer diperoleh melalui wawancara dengan Bapak Rudi selaku *franchise Manager* pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

⁷ Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2010, hlm.183

⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung, 2008, hlm. 193

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data misal dari orang lain atau dokumen.⁹

1. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat dan terdiri dari :

- a) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;
- b) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- c) 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;

⁹ *Ibid*

2. Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer, seperti :
 - a) Kepustakaan yang berkaitan dengan Perjanjian;
 - b) Kepustakaan yang berkaitan dengan waralaba (*franchise*)
3. Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk dan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder, terdiri dari :
 - a) Kamus hukum;
 - b) Kamus besar Bahasa Indonesia;
 - c) Surat kabar atau majalah.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Lapangan

Dalam penelitian lapangan, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.

Wawancara dilakukan dengan subyek peneliti, yaitu Bapak Rudi selaku *franchise Manager* pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang, memperoleh data mengenai pelaksanaan perjanjian

waralaba (*franchise*) di bidang makanan cepat saji pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan cara mencari dan membaca literatur dan dokumen yang berhubungan dengan masalah yang akan diteliti dari perpustakaan.¹⁰

5. Analisis Data

Analisis yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah *kualitatif*, yaitu suatu metode analisis yang dilakukan dengan cara mengumpulkan semua bahan yang diperoleh dan kemudian dianalisis berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan 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 (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

¹⁰ M. Ali, *Penelitian Kependidikan Produser dan Strategi*, Sinar Pagi, Jakarta, 1985, hlm 9

6. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *franchise* Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang, yang beralamatkan jalan Padi Raya, Blok. I No.2 RT. 03, Gebangsari, Kecamatan Genuk.

F. Sistematika Penulisan

Untuk memperjelas penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kecamatan Genuk Kota Semarang”**, maka sistematika penulisan skripsi terdiri dari empat bab adalah sebagai berikut :

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

Bab II Tinjauan Pustaka, yang berisi Tinjauan Umum tentang perjanjian yang didalamnya diuraikan mengenai pengertian perjanjian, unsur-unsur dan asas dalam perjanjian, serta akibat hukum 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 prespektif Islam yang didalamnya diuraikan mengenai perjanjian menurut Islam dan waralaba (*franchise*) menurut Islam.

Bab III Hasil Penelitian dan Pembahasan, yang berisi pokok permasalahan yang akan dibahas berdasarkan rumusan masalah, yaitu mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang, kendala yang timbul dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang, dan bagaimana jika terjadi *wanprestasi* terhadap salah satu pihak antara pemegang usaha (*franchisor*) dengan pembeli merek usaha (*franchisee*) pada Kebab Alii Baba di Kec. Genuk Kota Semarang.

Bab IV Penutup, yang berisi Simpulan dan Saran.