

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Perkembangan di sektor ekonomi merupakan bagian yang penting untuk mencapai tujuan pembangunan bangsa, walaupun belum melakukan perubahan secara mendasar dalam sistem perekonomian, Indonesia telah membuktikan bangkitnya dari keterpurukan pasca krisis moneter tahun 1998. Hal ini dapat dilihat dari terus tumbuhnya para investor lokal dan asing untuk berinvestasi di Indonesia serta berkembangnya pasar modal di Indonesia.

Pembangunan perekonomian bangsa didasarkan kepada demokrasi perekonomian, yang menentukan bahwa masyarakat harus memegang peranan aktif dalam kegiatan pembangunan ekonomi bangsa. Menurut Pasal 33 Ayat (1) sampai Ayat (4) Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen ke IV, demokrasi perekonomian nasional memiliki ciri-ciri :

1. Perekonomian disusun sebagai usaha bersama berdasar atas asas kekeluargaan.
2. Cabang-cabang produksi yang penting bagi negara dan yang menguasai hajat hidup orang banyak dikuasai oleh negara.
3. Bumi air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.
4. Perekonomian nasional diselenggarakan berdasarkan atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan,

berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional.

Upaya-upaya yang dilakukan untuk mencapai tujuan pembangunan ekonomi bangsa sangat membutuhkan usaha dan dana besar. Kehadiran Waralaba (*Franchise*) adalah salah satu upaya dalam mencapai pembangunan ekonomi. Hadirnya waralaba mengambil peranan yang dapat mendukung dalam pembangunan ekonomi dan sosial. Esensinya adalah telah menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan dapat menciptakan stabilitas ekonomi bangsa.

*Franchise* berasal dari bahasa latin yakni *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian *Franchising* (Pewaralabaan) adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa.<sup>1</sup> Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, di mana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

---

<sup>1</sup> Linda Puspitasari, “Pengertian Waralaba,” <<http://lindapushyy.blogspot.co.id/2012/11/pengertian-waralaba-franchising.html>>”, 2016

Waralaba kini dapat dibentuk oleh berbagai macam badan usaha. Salah satunya adalah Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT Pos Indonesia (Persero) sebagai salah satu BUMN di Indonesia, saat ini telah memiliki satu jenis waralaba yakni Agenpos. Menurut Keputusan Direksi PT Pos Indonesia (Persero) Nomor KD.04/DIRUT/0113 pasal 1 ayat (a), Agenpos adalah fasilitas fisik pelayanan milik mitra untuk penyelenggaraan layanan pos atas izin perusahaan yang pelayanannya secara langsung dioperasikan oleh Pengelola Agenpos.

Kepemilikan agenpos oleh *franchisee* dapat dilakukan oleh badan usaha perorangan. Badan usaha perorangan atau disebut perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dikendalikan oleh satu orang pemilik. Menurut Murti Sumarni dan Jhon Suprianto dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Ekonomi Perusahaan, Perusahaan perseorangan adalah perusahaan yang dimiliki, dikelola, dan dipimpin oleh seseorang yang bertanggung jawab penuh terhadap semua resiko dan aktivitas perusahaan. Perusahaan perseorangan banyak sekali dipakai di Indonesia. Bentuk perusahaan ini biasanya dipakai untuk kegiatan usaha kecil, atau pada saat permulaan mengadakan kegiatan usaha, misalnya dalam bentuk toko, restaurant, bengkel, dan lain-lain. Walaupun jumlah perusahaan yang ada relatif banyak, tetapi volume penjualan masing-masing relatif kecil jika dibandingkan perusahaan lain. Untuk pendirian perusahaan perseorangan, izin yang dikenakan secara relatif dapat dikatakan lebih ringan dan sederhana persyaratannya dibandingkan dengan jenis perusahaan lainnya. Selama ini pemerintah tidak menentukan suatu kategori khusus tentang bentuk usaha ini,

jadi tidak ada pemisahan secara hukum antara perusahaan dan kepentingan pribadi.

Pada masa sekarang ini pemerintah lebih memperhatikan pengembangan usaha perusahaan-perusahaan kecil sebagai salah satu strategi pembangunan. Perusahaan-perusahaan kecil dari perusahaan perseorangan ini dapat bekerja sama dengan pemilik merek waralaba (*franchisor*) dalam membangun usaha waralaba.

Pembentukan usaha waralaba akan berkaitan dengan notaris. Notaris berperan dalam membantu menciptakan kepastian dan perlindungan hukum bagi masyarakat. Notaris sebagai pejabat umum berwenang untuk membuat akta otentik, sejauh pembuatan akta otentik tersebut tidak dikhususkan bagi pejabat umum lainnya. Kepastian dan perlindungan hukum itu tampak melalui akta otentik yang dibuatnya sebagai alat bukti yang sempurna di Pengadilan. Alat bukti sempurna karena akta otentik memiliki tiga kekuatan pembuktian yaitu kekuatan pembuktian lahiriah (*uitwendige bewijskracht*), kekuatan pembuktian formal (*formeel bewijskracht*) dan kekuatan pembuktian material (*materiele bewijskracht*).<sup>2</sup> Menurut TAN THONG KIE keberadaan Notaris:

tidak terlepas dari kebutuhan masyarakat yang membutuhkan seseorang (*figure*) yang keterangannya dapat diandalkan, dapat dipercaya, yang tanda tangannya serta segelnya (*capnya*) memberi jaminan dan bukti kuat, seorang ahli yang tidak memihak dan penasehat yang tidak ada cacatnya (*onkreukbaar*) atau (*unimpeachhable*), yang tutup mulut dan

---

<sup>2</sup> G. H. S. Lumban Tobing, *Peraturan Jabatan Notaris*, cet. V, (Jakarta: Gelora Aksara Pratama, 1999), h. 55-59.

membuat suatu perjanjian yang dapat melindungi di hari-hari akan datang. Kalau seorang *advocate* membela hak-hak seseorang ketika timbul suatu kesulitan, maka seorang Notaris harus berusaha mencegah terjadinya kesulitan itu<sup>2</sup>.

Pada dasarnya bentuk dari suatu akta bukan suatu masalah, apakah itu akta dibawah tangan atau akta otentik yang dibuat oleh atau dihadapan Notaris, selama para pihak tetap berkomitmen untuk melaksanakan kewajiban dan hak yang tertuang dalam akta tersebut.<sup>3</sup> Akan menjadi suatu problem tersendiri bagi para pihak bila nantinya salah satu pihak yang bersepakat mengingkari kesepakatan dan lahirlah suatu sengketa yang bisa merugikan banyak pihak. Risiko tersebut dapat terjadi karena adanya perbedaan kepentingan tiap individu, ketidakjelasan identitas dan pengingkaran suatu prestasi yang akhirnya berujung pada konflik antara individu.<sup>4</sup> Oleh karena itu, menjadi penting bagi individu tersebut untuk melengkapi diri dengan surat atau dokumen yang dapat melindunginya dari segala hubungan hukum, oleh sebab pilihan akta otentik dirasa sebagai suatu hal yang tepat dalam menuangkan dan pengesahan suatu kesepakatan. Notaris sebagai pejabat umum dapat memberikan jaminan serta perlindungan hukum melalui formulasi akta otentik yang dibuatnya. Akta merupakan refleksi dari pemenuhan serta pelaksanaan hak dan kewajiban antara suatu subjek hukum dengan subjek hukum lainnya. Menurut R. Subekti bahwa

---

<sup>3</sup> R. Subekti berpendapat “Suatu akte ialah suatu tulisan yang memang dengan sengaja dibuat untuk dijadikan bukti tentang suatu peristiwa dan ditandatangani, dengan demikian unsur penting untuk suatu akte adalah kesengajaan untuk menciptakan suatu bukti tertulis dan penandatanganan tulisan itu”. Lihat R. Subekti, *Hukum Pembuktian*, cet. XVI, (Jakarta: Padya Paramita, 2007), h. 25.

<sup>4</sup> Ira Koesoemawati dan Yunirman Rijan, *Kenotaris*, cet. I, (Jakarta: Raih Asa Sukses, 2009), h. 6.

“dari suatu perkara perdata alat bukti (alat pembuktian) yang utama adalah tulisan, sedangkan dalam suatu perkara pidana kesaksian”.<sup>5</sup>

Pelaksanaan perjanjian waralaba antara perusahaan perseorangan dengan dengan pemilik waralaba dalam hal ini PT Pos Indonesia (Persero) Pati harus diatur sedemikian rupa agar para pihak dapat mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan yang telah disepakati. Hal inilah yang mendasari penulis untuk menulis tesis dengan judul “ *Peran Notaris Dalam Perjanjian Waralaba Antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati Dengan Badan Usaha Perseorangan.* ”

---

<sup>5</sup> Pendapat R. Subekti didasarkan Pasal 1866 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan 164 RIB (Pasal 283 RDS) tentang alat-alat bukti dalam perkara perdata meliputi: bukti tertulis, bukti dengan saksi-saksi, persangkaan-persangkaan, pengakuan dan sumpah. Lihat *Ibid.*, h. 19.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang di atas, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penulisan tesis ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana peran notaris dalam perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan?
2. Apa hambatan dan solusinya dalam perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan?
3. Apa akibat hukum jika perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan tidak dibuat akta notariel?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peran notaris dalam perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan dan solusi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis akibat hukum jika perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan tidak dibuat akta notariel.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Proposal penelitian ini, apabila berhasil menjadi tesis diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara teoritis maupun secara praktis.

##### **1. Manfaat Secara Teoritis**

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan.

##### **2. Manfaat Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada masyarakat dalam upaya meningkatkan pemahaman tentang perjanjian waralaba antara PT Pos Indonesia (Persero) Pati dengan badan usaha perorangan.

#### **E. Kerangka Konseptual**

##### **1. Pengertian Waralaba**

Waralaba atau dalam bahasa Inggris disebut *franchise* adalah pemberian hak oleh *franchisor* (pemberi waralaba) kepada *franchisee* (penerima waralaba) untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis di bidang perdagangan atau jasa 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) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal

bisnis dagang atau jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang atau jasa milik *franchisor*.<sup>6</sup>

Waralaba merupakan salah satu metode pengembangan usaha. Keegen mengatakan bahwa para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam metode, dari metode yang paling sederhana hingga yang paling kompleks. Secara singkat dikatakan oleh Keegen bahwa ada lima macam metode pengembangan usaha, yaitu:<sup>7</sup>

- a. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor impor.
- b. Dengan pemberian lisensi.
- c. Melakukan *franchising* (pemberian waralaba).
- d. Membentuk perusahaan patungan (*joint ventures*).
- e. Melakukan penanaman modal langsung (*foreign direct investment*) dengan kepemilikan yang menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.

Waralaba pertama kali ditemukan di Jerman pada abad ke-18 ketika sebuah perusahaan di Jerman memberikan lisensi dan bantuan pengelolaan keuangan pada pemasaran eksklusif pada beberapa merek beer.<sup>8</sup> Namun demikian, waralaba mulai mengalami perkembangan yang sangat baik bersamaan dengan dinamisnya perekonomian Amerika Serikat. Pada tahun 1863, perusahaan mesin jahit Singer memperkenalkan untuk pertama kalinya bentuk waralaba modern.

---

<sup>6</sup> Ita Gambiro, *Laporan Akhir Tim Penyusunan Naskah Akademis Peraturan Perundang-Undangan tentang Usaha Waralaba (Franchise)*, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Jakarta, 1995, h. 1.

<sup>7</sup> Warren J. Keegen, *Global Marketing Management*, New York: Baron's Educational Series Inc, 1990, h. 73.

<sup>8</sup> Donald W. Hackett, *The International Expansion of U.S. Franchise Systems: Status and Strategies*, Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire, 1976, h. 76.

Tahun 1890, industri minuman ringan dan industri otomotif mengadopsi waralaba sebagai metode utama dalam distribusi, yang kemudian diikuti oleh produsen-produsen minyak pada tahun 1930, dan Howard Johnson mengembangkan jaringan restoran waralaba yang pertama kali pada tahun 1935. Industri waralaba mulai tumbuh pesat pada tahun 1950-an, dan *booming* pada tahun 1990-an, pada bidang usaha restoran *fastfood*, bisnis jasa, konstruksi, hotel dan motel, pariwisata, hiburan.<sup>9</sup>

Waralaba berkembang dengan pesat karena sistem ini memiliki beberapa keunggulan yang layak untuk dipertimbangkan. Waralaba merupakan konsep baru dalam perdagangan internasional yang sangat efektif digunakan oleh perusahaan multinasional untuk mengembangkan usahanya ke negara lain. Keunggulan yang lain adalah waralaba dapat dipakai oleh perusahaan besar dalam pembiayaan perusahaan. Pada sisi yang lain waralaba memungkinkan terjadinya transfer sumber daya dengan melintasi batas-batas negara.

Seperti telah dikatakan di atas, bahwa waralaba merupakan salah satu metode pengembangan usaha secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Hal ini berarti bahwa seorang *franchisor* harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara di mana waralaba akan diberikan atau dikembangkan agar nantinya *franchisee* tidak beralih wujud dari mitra usaha menjadi kompetitor.<sup>10</sup> Pada sisi lain, seorang atau suatu pihak *franchisee* yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha *franchisor* menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha

---

<sup>9</sup> *Ibid.* h.74

<sup>10</sup> Gunawan Widjaja, *Waralaba*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003, h. 5.

yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan merupakan suatu produk yang disukai oleh masyarakat, serta akan dapat memberikan suatu manfaat (finansial) baginya. Ini berarti waralaba sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang diharapkan baik oleh pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.<sup>11</sup>

## **2. Dasar Hukum Waralaba**

Di Indonesia, pada tahun 1997, untuk pertama kalinya Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang diikuti dengan dikeluarkannya Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dalam peraturan perundang-undangan tersebut ditegaskan bahwa waralaba (*franchise*) adalah perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Dengan demikian, setiap perjanjian waralaba harus merujuk pada ketentuan-ketentuan yang ada dalam kedua peraturan perundang-undangan tersebut. Hal ini perlu ditegaskan mengingat di samping keunggulan-keunggulan pada usaha waralaba, ditengarai ada hal-hal negatif yang perlu dicegah, misalnya: pelarian modal ke

---

<sup>11</sup> Ibid.hal. 65

luar negeri, pemborosan devisa negara, dan juga masuknya tenaga kerja asing sebagai pesaing tenaga kerja Indonesia.<sup>12</sup>

Dalam rangka mengembangkan usaha waralaba di Indonesia untuk lebih maju lagi, maka dikeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Perubahan yang mendasar pada peraturan ini adalah pengaturan jangka waktu perjanjian, yaitu untuk jangka waktu perjanjian waralaba utama dan waralaba lanjutan. Data yang dikeluarkan Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia, sampai dengan tahun 2007, jumlah waralaba lokal di Indonesia mencapai 360 buah dengan tingkat pertumbuhan sebesar 7% per tahun, sedangkan waralaba asing mencapai 240 buah dengan tingkat pertumbuhan 15% per tahun.<sup>13</sup>

Memperhatikan perkembangan usaha waralaba di Indonesia yang semakin meningkat tersebut, maka pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba untuk menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 dengan harapan dapat lebih memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam memasarkan produknya, serta dalam rangka untuk lebih meningkatkan tertib usaha melalui waralaba serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, terutama untuk mendorong pengusaha kecil dan menengah tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya

---

<sup>12</sup> Gunawan Widjaja, *Waralaba (Seri Hukum Bisnis)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, h. 32.

<sup>13</sup> *Harian Bisnis Indonesia*, Edisi 19 November, Jakarta, 2016, h.. 3.

saing di dalam maupun di luar negeri.<sup>14</sup> Di sini, pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pemberi waralaba guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh penerima waralaba nasional.

### **3. Bentuk dan Isi Perjanjian Waralaba**

#### **a. Bentuk Perjanjian Waralaba**

Bentuk perjanjian/kontrak dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu tertulis dan lisan.<sup>15</sup> Perjanjian tertulis adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan, sedangkan perjanjian lisan adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan.

Sehubungan dengan bentuk perjanjian waralaba, Pasal 4 ayat (1) PP Waralaba, menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) PP Waralaba ini jelas dimengerti bahwa apabila pemberi dan penerima waralaba telah sepakat maka perjanjian waralaba harus dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis.

Menurut Salim HS, ada 3 (tiga) bentuk perjanjian tertulis, yaitu:

- 1) Perjanjian di bawah tangan ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan saja.
- 2) Perjanjian dengan saksi notaris untuk melegalisir tanda tangan para pihak.

---

<sup>14</sup> Juajir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, h 33.

<sup>15</sup> Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Di Indonesia*, PT. Sinar Grafika, Jakarta, 2005, h. 32.

3) Perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris dalam bentuk akta notariel.

Bila dihubungkan pendapat Salim HS dengan ketentuan bentuk perjanjian waralaba dalam Pasal 4 ayat (1) PP Waralaba di atas, maka bentuk perjanjian waralaba yang termaktub dalam PP Waralaba tidak menjelaskan dengan tegas bagaimana bentuk perjanjian tertulis tersebut, dengan keadaan seperti ini tentunya bentuk perjanjian waralaba yang ada dilapangan dapat berbentuk 3 (tiga) macam yaitu perjanjian waralaba dengan bentuk perjanjian di bawah tangan yang ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan saja, perjanjian waralaba dengan bentuk perjanjian yang disaksikan notaris untuk melegalisir tanda tangan para pihak dan perjanjian waralaba dengan bentuk perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris dalam bentuk akta notariel.

Namun ketentuan dalam Pasal 4 ayat (1) PP Waralaba dapat berubah apabila dalam prakteknya, sarana komunikasi dan instruksi yang dipergunakan antara para pihak dalam pembuatan perjanjian bukanlah bahasa Indonesia, (contohnya bahasa Inggris), maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Dalam hal ini, harus ada suatu klausul yang secara eksplisit menyatakan bahwa bahasa Indonesia adalah bahasa resmi dari perjanjian waralaba tersebut, bukan terjemahannya ke dalam bahasa-bahasa lain. Pemberi waralaba asing harus memenuhi persyaratan keabsahan di negara asalnya dan dokumen-dokumen yang berkaitan telah disahkan oleh instansi yang berwenang di negaranya serta diketahui oleh Pejabat Perwakilan Republik Indonesia di negara pemberi waralaba.

Sebelum para pihak terikat dalam suatu perjanjian waralaba, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis kepada penerima waralaba mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir, hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba. Pemberi waralaba juga harus merinci fasilitas-fasilitas atau bantuan-bantuan yang akan ditawarkan kepada penerima waralaba, persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba, hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak, cara-cara pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian tersebut, serta hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

#### **b. Isi Perjanjian Waralaba**

Peraturan Pemerintah tentang waralaba sebagai dasar hukum yang baru dalam mengatur bisnis waralaba di Indonesia telah menentukan bahwa isi perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit yakni:<sup>16</sup>

- 1) nama dan alamat para pihak.
- 2) Jenis Hak Kekayaan Intelektual.
- 3) Kegiatan usaha.
- 4) Hak dan kewajiban para pihak.
- 5) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
- 6) Wilayah usaha.

---

<sup>16</sup> Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

- 7) Jangka waktu perjanjian.
- 8) Tata cara pembayaran imbalan.
- 9) Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris.
- 10) Penyelesaian sengketa.
- 11) Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Selain itu para pihak dalam perjanjian waralaba juga diberikan kebebasan untuk mengatur ketentuan lain yang belum diatur dalam PP Waralaba tersebut di atas sepanjang tidak bertentangan dengan ketentuan Pasal 1338 KUH Perdata. Misalnya suatu ketentuan yang memungkinkan penerima waralaba untuk memberikan waralaba lanjutan kepada pihak lain dengan ketentuan bahwa penerima waralaba tersebut harus mengoperasikan sekurang-kurangnya 1 (satu) gerai waralaba dan perjanjian waralaba lanjutan tersebut dibuat dengan sepengetahuan pemberi waralaba.

Dalam memberikan waralaba lanjutan, penerima waralaba utama wajib membuktikan kepada penerima waralaba lanjutan bahwa ia memiliki kewenangan untuk melakukan hal tersebut dan juga hal-hal yang dapat mengakibatkan pemutusan atau berakhirnya perjanjian waralaba.

**c. Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba**

Kemampuan untuk menghasilkan suatu bentuk kerjasama yang salingmenguntungkan dalam jangka waktu panjang merupakan faktor penting dalam mengimplementasikan konsep bisnis waralaba. Sebagai suatu konsep

bisnis pemasaran, waralaba memiliki ciri konsep bisnis total (*total business concept*) yang merupakan kombinasi 4 (empat) P, yaitu *product*, *price*, *place/distribution* dan *promotion*.<sup>17</sup> Konsep itu dikemas dalam suatu format bisnis atau paket usaha terpadu yang memiliki standar dan mudah ditransferkan, serta dapat dijalankan secara universal (dapat diterapkan oleh para calon wirausaha dari beragam kultur di berbagai tempat/ mancanegara).

Khusus dalam sistem waralaba yang disebut dengan *business format franchise*, pemberi waralaba tidak hanya menggunakan penerima waralaba sebagai sarana pemasaran hasil produksinya, melainkan lebih terfokus pada upaya mentransferkan paket-paket usaha barang/jasa tertentu miliknya secara natural. Transfer paket usaha tersebut selanjutnya disertai dengan adanya keharusan bagi pemberi waralaba untuk selalu menjaga kelangsungan kerjasama dengan para pemakai paket usaha (penerima waralaba) karena jika terjadi kegagalan pada usaha penerima waralaba maka pada gilirannya akan dapat mengganggu kelangsungan usaha pemberi waralaba, atau setidaknya akan dapat menjatuhkan citra/ nama baik pemberi waralaba.

Karakteristik dasar bisnis waralaba adalah:<sup>18</sup> Pertama, harus ada perjanjian yang disepakati dan dibuat secara tertulis. Ikatan perjanjian ini merupakan aspek terpenting yang mewakili kepentingan pemberi waralaba dan penerima waralaba, terutama mengenai kondisi perusahaannya menyangkut masalah manajemen, finansial, siapa pemilik sahamnya, apa bentuk/jenis kegiatan perusahaannya, serta mengemukakan semua aspek bisnis yang

---

<sup>17</sup> Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba*, Jurnalindo Aksara Grafika, Jakarta, 1996, h. 97.

<sup>18</sup> Suharsono, *Pedoman Membeli dan Mengelola Franchise*, Dela Pratasa, Jakarta 1997, h.. 28.

diwaralabakan. Pemberian informasi yang transparan itu akan mempermudah penerima waralaba dan pemberi waralaba mengadakan kerjasama. Hal ini merupakan sesuatu yang mutlak sifatnya dilakukan oleh pemberi waralaba. Oleh karena itu, sebaiknya isi perjanjianwaralaba terlebih dahulu harus dinegosiasikan sebelum kesepakatan diperoleh para pihak, walaupun dalam prakteknya negosiasi terhadap isi perjanjian merupakan hal yang sangat sulit dilaksanakan oleh penerima waralaba.

Kedua, pemberi waralaba wajib memberikan bimbingan dan latihan kepada penerima waralaba dalam segala aspek yang menyangkut bisnis yang akan dijalankan, terutama membantu penerima waralaba pada saat persiapan awal mulai usaha.

Ketiga, transaksi antara penerima waralaba dan pemberi waralaba bukan merupakan transaksi antar cabang perusahaan pemberi waralaba dengan perusahaan pemberi waralaba, melainkan hanya merupakan transaksi antara dua pemilik modal yang independen.

Keempat, penerima waralaba berhak atas daerah pemasaran tertentu, karena penerima waralaba dan pemberi waralaba adalah pemilik modal yang independen, maka tentang kesepakatan penguasaan wilayah pemasaran oleh penerima waralaba perlu ditegaskan dalam perjanjian. Hal ini bertujuan untuk mencegah terjadinya *unfair business practice*.

Kelima, penerima waralaba mempunyai kewajiban membayar royalti dan/atau *fee*. Keenam, penerima waralaba dalam menjalankan usahanya berhak menggunakan merek dagang/jasa, hak cipta, hak paten, *trade secrets* dan *know*

*how*, serta hak-hak lainnya yang menyangkut ciri-ciri usaha waralaba milik pemberi waralaba.

Pada umumnya *outlet* yang dikelola oleh penerima waralaba tidak ada investasi ataupun penyertaan modal (*equity participation*) dari pemberi waralaba. Dalam hal pengadaan peralatan yang dibutuhkan oleh penerima waralaba untuk keperluan operasional produksi, biasanya pemberi waralaba menawarkan jasa untuk menyediakan peralatan tersebut. Penerima waralaba dapat membelinya melalui fasilitas *leasing* (sewa-beli). Walaupun demikian, ternyata peran pemberi waralaba cukup dominan terhadap usaha penerima waralaba. Hal ini dapat dibuktikan bahwa untuk mendesain *outlet* atau menatanya tetap ditentukan atau harus mendapatkan persetujuan dari pemberi waralaba. Dari kondisi ini tampak bahwa posisi penerima waralaba dapat dikatakan sebagai pihak pemilik modal saja. Untuk menjamin pelaksanaan hak dan kewajiban, kesepakatan itu dituangkan ke dalam apa yang dinamakan perjanjian waralaba.

Dalam perjanjian waralaba diatur antara lain tentang hak dan kewajiban penerima waralaba dan pemberi waralaba, besarnya *fee* maupun royalti yang harus dibayar oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba, untuk bantuan yang akan diterima penerima waralaba dari pemberi waralaba, pemutusan hubungan perjanjian dan berakhirnya perjanjian. Pembayaran royalti atau *fee* merupakan suatu bentuk kompensasi atas hak yang diperoleh dari perjanjian waralaba royalti ini biasanya dikeluarkan setiap bulan ataupun setiap tahun oleh penerima waralaba dan besarnya ditentukan sesuai dengan kesepakatan kedua belah pihak atau disesuaikan dengan nilai usaha yang diwaralabakan.

Adapun *franchise fee* merupakan suatu bentuk beban (*charge*) yang umum dikenakan kepada penerima waralaba yang dibayar hanya satu kali, yaitu pada saat kerjasama dimulai. Biaya ini diasumsikan sebagai biaya pra-operasi dan dapat diterima kembali oleh penerima waralaba dalam bentuk latihan/magang bagi karyawan dan pemberian konsultasi. Kendati demikian, perlu dikemukakan di sini, ternyata tidak semua bentuk waralaba menuntut adanya pembayaran *fee*. Ini dapat dilihat pada tipe waralaba distribusi dan waralaba produsen karena pada hakikatnya dalam waralaba semacam ini yang lebih dipentingkan oleh pemberi waralabanya adalah perluasan jaringan distribusi hasil produksinya. Contohnya, pada waralaba distribusi kendaraan bermotor roda empat dan sepeda motor beserta komponennya.

Bentuk bantuan yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba adalah bantuan manajemen dan *technical assistance* yang sifatnya berkesinambungan, terutama dalam hal penyusunan rencana usaha (*business plan*) dan strategi pemasaran, pedoman operasional usaha dan standarisasi produk, pengendalian kualitas produk, latihan lanjutan, pemberian hasil riset dan pengembangan produk/jasa serta promosi dagang.

Untuk mendukung keberhasilan sinergi kerja dalam perjanjian waralaba ini ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan yaitu akses modal, akses pasar, skill dan teknologi (*know-how* dan *trade secret*), akses merek dagang/jasa yang sudah teruji, manajemen dan hubungan kemitraan. Perjanjian waralaba dapat berjalan lancar, pemberi waralaba perlu menyampaikan semua informasi yang berhubungan dengan kegiatan usahanya kepada penerima waralaba saat

mempromosikan jenis usaha yang akan diwaralabakan. Dengan demikian, penerima waralaba dapat mempertimbangkan atau memutuskan apakah akan membuat perjanjian waralaba yang dimaksud atau tidak.

Sebagaimana telah diuraikan pada bab terdahulu, bisnis waralaba ini telah berkembang pesat dalam dunia perdagangan Indonesia. Hal yang melatarbelakangi perkembangannya tidak lain adalah karena hukum perjanjian Indonesia menganut asas kebebasan berkontrak, sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang berbunyi “semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Berdasarkan pasal itu, setiap orang dapat dan dibenarkan untuk membuat perjanjian waralaba dengan syarat-syarat yang ditetapkan sendiri, asalkan isi perjanjian yang dibuat itu tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum (Pasal 1337 KUH Perdata).

Untuk itu setiap persetujuan hanya akan berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya dan sebaliknya persetujuan yang telah dibuat tidak boleh merugikan pihak ketiga (Pasal 1340 KUH Perdata). Kecuali jika perjanjian itu memang diperjanjikan untuknya. Berdasarkan Pasal 1337 dan Pasal 1340 KUH Perdata tersebut, walaupun para pihak (pemberi waralaba dan penerima waralaba) diberi peluang secara bebas menentukan syarat perjanjian/ kontrak yang mereka inginkan, kesepakatan itu kemudian ditandai dengan penandatanganan pada perjanjian. Namun undang-undang masih membatasi tindakan para pihak tersebut, karena masih dipertanyakan apakah perjanjian yang dibuat itu telah sesuai atau tidak bertentangan dengan kepatutan, keadilan, kebiasaan dan undang-undang itu

sendiri. Jadi kebebasan berkontrak yang dimaksud tidaklah dalam pengertian bebas secara mutlak. Oleh karena itu, setiap perjanjian yang mengandung unsur yang bertentangan dengan kepatutan, kebiasaan dan undang-undang oleh pemerintah dapat dilarang diberlakukan. Apalagi jika kebebasan yang dimaksud berkaitan dengan kegiatan bisnis, yaitu kebebasan atau kesewenang-wenangan yang hanya bertujuan mengejar keuntungan ekonomi.

Eksistensi bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya telah dapat diakui sebab dalam bisnis waralaba terdapat kedua aspek tersebut, yaitu aspek perjanjian/kontrak dan aspek lisensi, walaupun dalam prakteknya perjanjian waralaba yang telah berjalan selama ini selalu dibuat dalam bentuk perjanjian kontrak baku, artinya segala persyaratan dan isi perjanjian telah ditentukan sepenuhnya oleh pemberi waralaba.

Beberapa klausula dalam perjanjian waralaba adalah sebagai berikut:

- 1) Sifat perjanjian dari waralaba sangat pribadi yang maksudnya adalah bahwa hak dan kewajiban penerima waralaba tidak mudah dialihkan kepada pihak lain, baik dengan cara jual beli, maupun karena pemindahan hak dan kewajiban penerima waralaba. Kalaupun terjadi pemindahan hak dan kewajiban penerima waralaba kepada pihak lain (penerima waralaba baru), maka pemindahan itu harus endapatkan persetujuan dan penerima waralaba yang ditunjuk itu harus memenuhi persyaratan lain yang ditentukan oleh pemberi waralaba, persyaratan tersebut adalah:
  - a) Penerima waralaba baru yang diusulkan harus mempunyai pengalaman usaha baik reputasi secara personal dan finansial, stabilitas personal

maupun finansial, mempunyai kemampuan dan kemauan untuk meluangkan waktu yang cukup menjalankan toko/*outlet*/gerai.

- b) Penerima waralaba yang baru harus menyetujui secara tertulis mengambil alih seluruh tanggung jawab atau kewajiban penerima waralaba lama yang tertuang dalam perjanjian waralaba dan harus dapat melaksanakan dengan baik, meskipun bertujuan demikian dalam prakteknya, banyak perjanjian waralaba yang dapat dialihkan kepada pihak lain.

Walaupun pemindahan hak dan kewajiban penerima waralaba itu sifatnya terbatas. Misalnya, hak usaha hanya dapat diberikan kepada salah satu anggota keluarga, terutama bila pemegang waralaba adalah sebuah perusahaan berbadan hukum dan pemilik modalnya adalah para anggota keluarga.

- 2) Posisi pemberi waralaba lebih kuat karena dapat memutuskan perjanjian secara sepihak atas dasar adanya pelanggaran atau kesalahan dari penerima waralaba dalam menjalankan usahanya. Bila persyaratan semacam ini dilihat dari segi bisnis, tindakan pemberi waralaba tersebut dapat merugikan pihak penerima waralaba dan bersifat berat sebelah. Jika terjadi pemutusan hubungan perjanjian secara sepihak, walaupun hal itu telah mendapatkan persetujuan dan disebutkan dalam klausul perjanjian, maka secara hukum tindakan tersebut dapat dikatakan sebagai suatu tindakan melawan hukum. Ketentuan ini dapat dilihat dalam Pasal 1266 KUH Perdata.

- 3) Pada saat berakhirnya perjanjian atau bila perjanjian waralaba itu tidak diperpanjang lagi, penerima waralaba diwajibkan mengembalikan dan menghentikan seluruh penggunaan merek pemberi waralaba, nama dagang/jasa, *trade secret*, *know-how*, termasuk juga pengembalian seluruh material yang berkaitan dengan identitas pemberi waralaba seperti daftar menu, *point of sale* dan desain *outlet* milik pemberi waralaba. Dalam kondisi seperti ini dapat disimpulkan bahwa kedudukan penerima waralaba sebagai pemilik modal sangat lemah, sebab dana yang telah diinvestasikan ke dalam usaha waralaba tersebut tidak dapat dijalankan secara independen lagi secara hukum pun penerima waralaba tidak mendapatkan perlindungan yang memadai.
- 4) Bila ada perubahan atau penambahan pada *outlet* milik penerima waralaba yang dimintakan oleh pemberi waralaba, yang mana menurut pemberi waralaba penambahan atau perubahan tersebut sangat dibutuhkan dalam rangka perbaikan mutu toko/*outlet*/gerai, maka seluruh biaya yang diakibatkannya merupakan tanggung jawab pihak penerima waralaba. Keadaan ini tentunya merupakan beban tambahan bagi penerima waralaba.
- 5) Jika toko/*outlet*/tempat usaha perlu direnovasi ataupun dipindahkan berdasarkan atas keinginan pemberi waralaba setelah diadakan perpanjangan perjanjian, maka kewajiban penerima waralaba adalah harus mengikuti kehendak pemberi waralaba.

Berdasarkan uraian di atas, bila diamati secara cermat, isi perjanjian waralaba tersebut tampak lebih banyak menguntungkan pihak pemberi waralaba dan jelas terlihat adanya sifat *tying business* yang dilakukan oleh pemberi waralaba, di lain pihak penerima waralaba hanya berhadapan dengan pihak *take it or leave it* terhadap syarat perjanjian yang dihadapkan kepadanya. Ditambah lagi peran pemberi waralaba sangat dominan terhadap penerima waralaba. Oleh karena itu, hubungan penerima waralaba dengan pemberi waralaba adalah semata-mata karena kebutuhan ekonomi. Sehingga sudah sewajarnya bahwa sesuai dengan hukum alam, pihak pemilik hak (pemberi waralaba) memiliki posisi atau kedudukan yang lebih kuat dan dapat berperan besar terhadap penerima hak (penerima waralaba).

Pengaturan yang ada di dalam PP waralaba menyangkut hak dan kewajiban para pihak baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Pemberi waralaba wajib memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran (Pasal 7 PP Waralaba).
- 2) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan (Pasal 8 PP Waralaba).
- 3) Pemberi waralaba dan penerima waralaba wajib mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi

standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba (Pasal 9 ayat (1) PP Waralaba).

- 4) Pemberi waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba (Pasal 9 ayat (2) PP Waralaba).
- 5) Pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba (Pasal 10 PP Waralaba).
- 6) Penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba (Pasal 11 PP Waralaba).

Secara umum dapat dirumuskan hak-hak dan kewajiban-kewajiban pemberi waralaba maupun penerima waralaba sebagai berikut:

- 1) Kewajiban pemberi waralaba:
  - a) Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.
  - b) Memberikan bantuan pada penerima waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba.
- 2) Hak pemberi waralaba:
  - a) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba.

- b) Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba.
- c) Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja penerima waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya.
- d) Sampai batas tertentu mewajibkan penerima waralaba dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari pemberi waralaba.
- e) Mewajibkan penerima waralaba untuk menjaga kerahasiaan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- f) Mewajibkan agar penerima waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- g) Menerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya.
- h) Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba.

- i) Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba.
  - j) Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba.
  - k) Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
  - l) Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif, tidak menghapuskan hak pemberi waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- 3) Kewajiban penerima waralaba
- a) Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh pemberi waralaba kepadanya guna melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan

atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

- b) Memberi keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik.
- c) Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun permintaan khusus dari pemberi waralaba.
- d) Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari pemberi waralaba.
- e) Menjaga kerahasiaan atas Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian waralaba.
- f) Melaporkan segala pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba yang ditemukan dalam praktik.

- g) Tidak memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan.
- h) Melakukan pendaftaran waralaba.
- i) Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- j) Melakukan pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama.
- k) Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya.
- l) Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba.
- m) Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen,

cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

- 4) Hak penerima waralaba
  - a) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut.
  - b) Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

#### **4. Pengertian Badan Usaha Perorangan**

Perusahaan perseorangan adalah suatu bentuk badan usaha yang dikelola dan diawasi oleh satu orang, dimana segala resiko ditanggung secara pribadi pula atau perorangan. Perusahaan perseorangan merupakan bentuk peralihan antara bentuk partnership dan padat pula dimungkinkan sebagai one man corporation. Dalam hubungan ini dapat pula diberlakukan pasal 6 dan pasal 18 Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Sumber modal perusahaan perseorangan adalah dari pemilik atau dapat pula menggunakan modal pinjaman. Pada perusahaan perseorangan tidak terdapat pemisahan antara kekayaan pribadi pemilik dengan kekayaan perusahaan, sehingga utang perusahaan berarti pula utang pemiliknya. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh harta kekayaan pemilik menjadi jaminan bagi semua hutang perusahaannya. Oleh karena itu pemilik perusahaan perseorangan memiliki tanggung jawab yang tidak terbatas.

Dalam proses pendirian perusahaan terdapat beberapa proses atau prosedur yang harus dipenuhi, antara lain adalah sebagai berikut:

a) Akta Notaris

Apabila seseorang akan mendirikan perusahaan perseorangan, maka harus pergi ke notaris terlebih dahulu untuk pembuatan akta notaris. Di hadapan notaris, pemilik perusahaan mengutarakan makdus dan tujuannya mendirikan perusahaan. Syarat-syarat yang diperlukan dalam pembuatan akta notaris adalah sebagai berikut:

- 1) Nama pemilik perusahaan
- 2) Alamat pemilik perusahaan
- 3) Nama perusahaan
- 4) Modal yang digunakan

b) AD/ART

Anggaran Dasat dan Anggaran Rumah Tangga yang biasa disingkat AD/ART merupakan landasan operasional dalam menjalankan suatu

usaha/organisasi, didalamnya juga terdapat visi, misi, tujuan, tugas pokok, sampai bidang usaha. Untuk membuat AD/art tentunya perlu dirancang dan direncanakan dengan baik dan benar. AD/ART dibuat dan disetujui oleh pemilik dan anggota perusahaan dan disahkan di hadapan notaris.

Pada umumnya AD/ART berfungsi untuk menggambarkan mekanisme kerja suatu perusahaan. AD berfungsi sebagai dasar pengambilan sumber peraturan/ hukum dalam konteks tertentu, sedangkan ART berfungsi menerangkan hal-hal yang belum spesifik pada AD atau yang diterangkan dalam AD, karena AD hanya mengemukakan pokok-pokok mekanisme organisasi saja. Jadi ART adalah perincian pelaksanaan AD.

c) Surat Keterangan Domisili

Surat keterangan domisili menjelaskan tentang domisili atau alamat suatu badan usaha. Surat Keterangan ini diurus di Kantor Pelayanan & Perizinan Terpadu setempat. Adapun persyaratan yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

- 1) Fotocopy KTP pemilik perusahaan
- 2) Fotocopy KK pemilik perusahaan
- 3) Fotocopy Akta Notaris
- 4) Status Tempat (Sertifikat, Sewa-Menyewa, Pinjam-Pakai)
- 5) Denah Lokasi Perusahaan
- 6) Foto Pemilik Perusahaan
- 7) Surat Pengantar dari RT/RW setempat

d) NPWP

Berdasarkan UU No. 28 Tahun 2007 Pasal 1 (6), Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) adalah nomor yang diberikan kepada wajib pajak sebagai sarana dalam administrasi perpajakan yang dipergunakan sebagai tanda pengenal diri atau identitas Wajib Pajak dalam melaksanakan hak dan kewajiban perpajakannya.

Persyaratan untuk mengurus NPWP adalah sebagai berikut:

- 1) Fotocopy KTP/SIM/Paspor pemilik perusahaan
- 2) Fotocopy KK pemilik perusahaan
- 3) Fotocopy Akta Notaris
- 4) Fotocopy Surat Keterangan Domisili perusahaan
- 5) Fotocopy PBB

e) SIUP

Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) adalah surat izin untuk dapat melaksanakan kegiatan usaha perdagangan. Setiap perusahaan yang melakukan kegiatan usaha perdagangan wajib memperoleh SIUP yang diterbitkan berdasarkan domisili perusahaan dan berlaku di seluruh wilayah Republik Indonesia. Dasar hukum dari diterbitkannya SIUP adalah KEP Menperindag No. 289/MPP/kep/10/2001. SIUP terdiri dari tiga kategori, yaitu:

- 1) SIUP Kecil, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih Rp. 200 juta di luar tanah dan bangunan.

- 2) SIUP Menengah, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih Rp. 200 – Rp. 500 juta di luar tanah dan bangunan.
- 3) SIUP Besar, untuk perusahaan dengan modal dan kekayaan bersih diatas Rp. 500 juta di luar tanah dan bangunan.

Bagi perusahaan perseorangan, syarat dalam pengurusan SIUP adalah sebagai berikut:

- 1) Fotocopy KTP pemilik perusahaan
- 2) Fotocopy NPWP pemilik perusahaan
- 3) Fotocopy SITU dari Pemda setempat
- 4) Neraca Perusahaan

Untuk SIUP jenis kecil dan menengah maka pengurusannya dilakukan di Kantor Dinas Perindustrian & Perdagangan Kota/Wilayah sesuai domisili perusahaan. Sedangkan untuk SIUP besar maka pengurusannya dilakukan di Kanwil Perindustrian & Perdagangan Kota/Propinsi setempat.

f) SITU

Surat Izin Tempat Usaha (SITU) adalah pemberian izin tempat usaha kepada orang pribadi atau badan di lokasi tertentu yang dapat menimbulkan gangguan dan atau kerugian dan atau bahaya. Dasar hokum atas diterbitkannya SITU adalah Perda No. 9 tahun 2000 tentang izin Gangguan.

g) Hinder Ordonantie (HO)

HO biasa juga disebut Izin Gangguan adalah pemberian izin empat usaha/kegiatan usaha kepada orang pribadi atau badan di lokasi tertentu yang dapat menimbulkan bahaya, kerugian, dan gangguan. Izin ini tidak termasuk izin tempat usaha yang telah ditentukan pula oleh Pemerintah setempat.

h) Tanda Daftar Perusahaan (TDP)

Tanda Daftar Perusahaan (TDP) adalah bukti bahwa Badan Usaha telah melakukan Wajib Daftar Perusahaan berdasarkan UU No. 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan. TDP dikeluarkan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota. TDP berlaku hingga 5 (lima) tahun sejak tanggal dikeluarkan.

## **F. Metode Penelitian**

Penelitian merupakan suatu kegiatan yang digunakan untuk memperkuat atau menunjang suatu penulisan ilmiah. Dari penelitian dimaksud untuk memperoleh hasil jawaban yang seobyektif mungkin atau kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.<sup>19</sup>

Pada hakekatnya penelitian ini timbul dari hasrat ingin tahu dalam diri manusia dalam melakukan pembinaan serta pengembangan ilmu pengetahuan, termasuk di dalamnya ilmu hukum. Penelitian hukum dimaksudkan sebagai kegiatan ilmiah yang didasarkan pada metode, sistematika, dan pemikiran dengan jalan menganalisa, kecuali itu juga diadakan pemeriksaan yang mendalam terhadap fakta hukum tersebut untuk kemudian mengusahakannya sebagai

---

<sup>19</sup> Soerjono Soekamto, 1987, *Pengantar Penelitian Hukum*, Universitas Indonesia Press, Jakarta. h. 84

pemecahan atas permasalahan-permasalahan yang timbul didalam gejala tersebut.<sup>20</sup>

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisis dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis dan konsisten. Metodologis artinya sesuai dengan metode atau cara-cara tertentu. Sistematis adalah berdasarkan suatu sistem, sedangkan konsisten berarti tidak adanya hal-hal yang bertentangan dengan kerangka tertentu.

Dalam penulisan tesis ada beberapa metode yang digunakan sebagai pedoman dengan maksud agar lebih mudah dalam mempelajari, menganalisa dan memahami untuk mendapat hasil yang memuaskan. Sehubungan dengan itu langkah-langkah yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini merupakan pendekatan yuridis-empiris. Pendekatan yuridis digunakan untuk menganalisis peraturan yang berkaitan dengan peran notaris dalam perjanjian waralaba sedang pendekatan empiris digunakan untuk menganalisis hukum yang dilihat sebagai perilaku masyarakat yang berpola dalam kehidupan masyarakat yang selalu berinteraksi dan berhubungan dalam aspek kemasyarakatan.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> *Ibid*, h .5

<sup>21</sup> Bambang Sugugon, *Metode Penelitian hukum*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, h. 23.

## 2. Spesifikasi Penelitian

Dalam penulisan tesis ini, spesifikasi penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif analitis yaitu penelitian yang menggambarkan atau melukiskan kenyataan mengenai kebudayaan suatu masyarakat secara fenomenologis dan apa adanya dalam konteks satu kesatuan yang integral.

Hasil penelitian deskriptif ini kemudian dianalisa secara sistematis untuk mendapatkan jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

## 3. Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, data sekunder dan data tersier. Bahan hukum primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat yang terdiri dari UUD 1945, Peraturan yang terkait Hukum Waralaba. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan hukum yang memberikan penjelasan mengenai hukum primer, seperti buku-buku, disertasi, tesis-tesis, jurnal-jurnal ilmiah dan artikel ilmiah yang terkait dengan waralaba dan badan usaha perorangan. Sedangkan bahan hukum tersier, berupa kamus atau ensiklopedia kepustakaan yang berkaitan dengan waralaba.

## 4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data mengandung makna sebagai upaya pengumpulan data dengan menggunakan alat pengumpul data tertentu. Penentuan alat pengumpul data dalam penelitian ini berpedoman kepada jenis datanya. Data yang dikumpulkan didalam penelitian ini adalah data primer, sekunder dan tersier

yang diperoleh melalui studi kepustakaan maupun data yang diperoleh dari pihak-pihak terkait.

Selain data dari pustaka, penulis juga menggunakan data yang didapat dari responden dalam penelitian ini yang menggunakan sistem pengambilan sample dengan cara purpose sampling yaitu teknik yang biasa dipilih karena alasan biaya, waktu dan tenaga sehingga tidak dapat mengambil dalam jumlah besar. Metode pengambilan sample ini berdasarkan tujuan tertentu dengan melihat pada persyaratan-persyaratan antara lain: dilihat dari ciri-ciri, sifat-sifat atau karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri utama dari obyek yang diteliti dan penentuan karakteristik populasi yang dilakukan dengan teliti melalui studi pendahuluan.<sup>22</sup> Responden yang menjadi sumber dalam penelitian ini adalah Kepala Kantor Pos Pati dan Agenpos Pemuda Rembang

## 5. Metode Analisis Data

Metode yang digunakan adalah analisis kualitatif, yaitu : data yang diperoleh melalui penelitian lapangan dan penelitian kepustakaan kemudian disusun secara sistematis, dan selanjutnya dianalisa secara kualitatif untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas. Data tersebut kemudian dianalisa secara interpretatif menggunakan teori maupun hukum positif yang telah dituangkan kemudian secara deduktif ditarik kesimpulan untuk menjawab permasalahan yang ada.<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Ibid, hal. 96.

<sup>23</sup> Ibid, hal.119.

## **G. Sistematika Penulisan**

Hasil penelitian yang diperoleh dianalisis, kemudian dibuat suatu laporan akhir dengan sistematika penulisan sebagai berikut :

**BAB I :** Pendahuluan, pada bab ini akan diuraikan tentang Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Manfaat Penelitian, Metode Penelitian, Kerangka Konseptual, Sistematika Penulisan, dan Jadwal Penelitian.

**BAB II :** Tinjauan Pustaka, pada bab ini berisi landasan teori yang merupakan hasil studi kepustakaan, meliputi : Ketentuan peran notaris dalam perjanjian waralaba pada badan usaha perorangan dan PT Pos Indonesia (Persero) Pati.

**BAB III :** Hasil Penelitian dan Pembahasan, dalam bab ini akan diuraikan tentang hasil penelitian mengenai Gambaran Umum tentang perjanjian waralaba pada badan usaha perorangan dan PT Pos Indonesia (Persero) Pati, hambatan dan solusinya dalam pelaksanaan perjanjian waralaba pada badan usaha perorangan dan PT Pos Indonesia (Persero) Pati, akibat hukum jika perjanjian waralaba pada badan usaha perorangan dan PT Pos Indonesia (Persero) Pati tidak dibuat akta notariel.

**BAB IV :** Penutup, terdiri dari kesimpulan dari hasil penelitian dan saran-saran.