

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dunia bisnis selalu bergerak dinamis dan para pelaku bisnis selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan bisnisnya. Hal ini semakin terasa di mana ekspansi dunia bisnis telah menembus batas ruang, waktu dan teritorial suatu negara. Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah pengembangan bisnis melalui sistem *franchise*<sup>1</sup> yang di Indonesia dikenal dengan waralaba. Sistem ini bagi sebagian pebisnis yang ingin mengembangkan bisnisnya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu bisnis karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerjasama pihak lain. Dengan kemampuan teknologi dan pengetahuan atau penemuan yang spesifik, lebih maju atau inovatif, pebisnis dapat menawarkan kelebihan kemampuan yang dimiliki oleh bisnisnya kepada pihak lain untuk menjalankan bisnisnya. Ternyata pemberian izin penggunaan teknologi dan/atau pengetahuan itu saja dalam banyak hal masih dirasakan kurang cukup oleh kalangan pebisnis, khususnya bagi mereka yang berorientasi internasional.<sup>2</sup>

Pebisnis merasakan perlunya suatu bentuk “penyeragaman total”, agar masyarakat konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan atau dijual olehnya secara luas, sehingga maksud pengembangan bisnis yang ingin dicapai olehnya

---

<sup>1</sup> Abdul R. Saliman, *Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus*, (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014), *Franchise* adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk yang memberikan lisensi ke pihak lain untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama pemberi waralaba.

<sup>2</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2011), hlm. 3

dapat terwujud. Hingga kemudian terjadilah bentuk-bentuk lisensi seperti yang kita kenal dewasa ini, yang bersifat komprehensif.<sup>3</sup>

Perkembangan dunia bisnis ternyata tidak berhenti sampai disitu, pebisnis kemudian tidak hanya berbicara soal keseragaman dalam bentuk Hak atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan, tetapi juga kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala dan setiap perintah yang dikeluarkan, termasuk sistem pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut. Untuk itu maka mulai dikembangkanlah waralaba sebagai alternatif pengembangan bisnis, khususnya yang dilakukan secara internasional. Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba ini pun sesungguhnya mengandalkan kemampuan mitra bisnis dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan bisnis waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pebisnis pemberi waralaba. Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan sebagai bagian dari kepatuhan mitra bisnis terhadap aturan main yang diberikan oleh pebisnis pemberi waralaba, mitra bisnis diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pebisnis pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pebisnis pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan royalti atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibid*

<sup>4</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 5

Saat ini waralaba juga dapat dipakai sebagai sarana pengembangan bisnis secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Ini berarti seorang pemberi waralaba harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di Negara dimana waralaba akan diberikan atau dikembangkan. Waralaba dalam praktek dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Bisnis Waralaba. Kemudian telah diubah dengan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007. Waralaba juga sangat berkaitan dengan hukum perjanjian atau kontrak. Hal ini telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan juga dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang mengenai rahasia dagang dalam sistem *franchise*.<sup>5</sup>

Waralaba adalah suatu bisnis yang didasarkan pada perjanjian dua pihak, yaitu *franchisor* (pemilik hak) dan *franchisee* (yang diberi hak) untuk menjalankan bisnis *franchisor* menurut sistem yang ditentukan oleh *franchisor*. Dengan kata lain, waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perbisnisan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh *franchisor*. Kedua pihak berharap bahwa melalui kemitraan tersebut akan memperoleh keuntungan

---

<sup>5</sup> Retno Johar Juliani, *Merintis Usaha Melalui Bisnis Franchise*, Jurnal Universitas Panandaran, Vol 4, Nomor 2 Oktober 2014, hlm. 5

yang lebih besar dan resiko kegagalan yang minimal. *Franchisee* menggunakan nama *goodwill*<sup>6</sup>, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, serta fasilitas penunjang dari *franchisor*. Sebagai imbalannya, *franchisee* membayar *initial fee*<sup>7</sup> dan *royalty*<sup>8</sup> (biaya pelayanan manajemen) pada *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba. Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan berhasil, bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang bisnis tersebut.<sup>9</sup>

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan. *Franchise* sendiri berasal dari Bahasa Latin, yaitu *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan” yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak bisnis. Sedangkan pengertian *franchise* dalam Bahasa Perancis pada abad pertengahan, diambil dari kata “*franc*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan), yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa. Oleh sebab itu,

---

<sup>6</sup> Agus Sarjono, *Upaya Perlindungan HKI Terkait Genetic Resources*, Jurnal Hukum Internasional, Vol 3, Nomor 1 Oktober 2012, *Goodwill* adalah aset tak berwujud atau yang tidak memiliki wujud biasanya dalam bentuk merek, paten, *license*, dan rahasia dagang

<sup>7</sup> Soesilo Prajogo, *Kamus Hukum Internasional dan Indonesia*, (Jakarta: Wacana Ilmiah Press, 2010), *Initial fee* adalah biaya perizinan yang dikeluarkan oleh *franchisee* atau penerima waralaba yang merupakan biaya atas hak intelektual

<sup>8</sup> Soesilo Prajogo, *Ibid*, *Royalty* adalah suatu jumlah yang dibayarkan atau terutang dengan cara atau perhitungan apa pun baik dilakukan secara berkala maupun tidak sebagai imbalan Penggunaan Hak Kekayaan Intelektual

<sup>9</sup> *Ibid* hlm. 6

pengertian *franchise* diinterpretasikan sebagai pembebasan dari pembatasan tertentu, atau kemungkinan untuk melaksanakan tindakan tertentu yang untuk orang lain dilarang. Dalam Bahasa Inggris, *franchise* diterjemahkan dalam pengertian *privilege* (hak istimewa/hak khusus). Di Amerika Serikat, *franchise* diartikan sebagai konsensi.<sup>10</sup>

Pada awalnya, istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga *franchise* sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi di berbagai bidang, maka *franchise* kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah *franchise* di Indonesia dikenal dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM).<sup>11</sup>

Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti bisnis yang memberikan laba lebih atau istimewa. Selain istilah yang didefinisikan diatas, ada pula berbagai definisi waralaba yang lain. Dalam *Black’s Law Dictionary*, *franchise* atau waralaba diartikan sebagai berikut:

*“A special privilege to do certain things that is conferred by government on an individual or corporation, and which does not belong to citizens generally of common rights, e.g. a right granted to offer Cable Television service. In its simple terms, a franchise is a license from the owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More*

---

<sup>10</sup> Kevin Kogin, *Aspek Hukum Kontrak Waralaba*, (Jakarta: Tatanusa, 2018), hlm. 15

<sup>11</sup> *Ibid*

*broadly stated, a franchise has evolved into an elaborate agreement under which the franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the franchisor, and the franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising, promotion and other advisory services”.*<sup>12</sup>

Pengertian waralaba dalam *Black’s Law Dictionary* menekankan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang dan jasa dengan memanfaatkan merek dagang *franchisor*, dimana pihak *franchisee* berkewajiban untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *franchisor*.<sup>13</sup>

Dalam peraturan Menteri Perdagangan No. 12 tahun 2006, pengertian atau definisi waralaba adalah sebagai berikut:

“Waralaba adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak 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 kepada penerima waralaba.”<sup>14</sup>

Pemberi waralaba (*franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi

---

<sup>12</sup> Bryan A Garner, *Black Law Dictionary 11th Edition*, 2019, “Hak istimewa khusus untuk melakukan hal-hal tertentu yang diberikan oleh pemerintah pada individu atau perusahaan, dan yang bukan milik warga negara yang pada umumnya memiliki hak bersama, misalnya hak yang diberikan untuk menawarkan layanan televisi kabel. Dalam istilahnya yang sederhana, waralaba adalah lisensi dari pemilik merek dagang atau nama dagang yang memungkinkan orang lain untuk menjual produk atau layanan dengan nama atau merek tersebut. Secara lebih luas dinyatakan, waralaba telah berkembang menjadi perjanjian yang terperinci dimana pewaralaba melakukan untuk melakukan bisnis atau menjual produk atau layanan sesuai dengan metode dan prosedur yang ditentukan oleh pemilik waralaba, dan pemilik waralaba berjanji untuk membantu pewaralaba melalui iklan, promosi dan layanan penasihat lainnya”.

<sup>13</sup> Adrian Sutedi, *Op.cit*, hlm. 79

<sup>14</sup> Moch Basarah, *Bisnis Franchise dan Aspek-asepek Hukumnya*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2008), hlm. 21

waralaba. Penerima waralaba (*franchisee*) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Penerima waralaba utama (*Master Franchisee*) adalah penerima waralaba yang melaksanakan hak membuat perjanjian waralaba lanjutan yang diperoleh dari pemberi waralaba dan berbentuk perusahaan nasional.<sup>15</sup>

Penerima waralaba lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba melalui penerima waralaba utama.<sup>16</sup>

Dalam peraturan lain, Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 Tentang Waralaba, yang mana memberikan definisi mengenai waralaba sedikit berbeda. Dalam pasal 1 ayat (1), tercantum definisi waralaba yaitu sebagai berikut:

“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.”<sup>17</sup>

Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba

---

<sup>15</sup> *Ibid*

<sup>16</sup> *Ibid*, hlm. 22

<sup>17</sup> Adrian Sutedi, *Op.cit*, hlm. 80

untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>18</sup>

*Bryce Webster* mengemukakan pengertian *franchise* dari aspek yuridis. Ia mengatakan bahwa *franchise* adalah lisensi yang diberikan oleh *franchisor* dengan pembayaran tertentu, lisensi yang diberikan itu dapat berupa lisensi paten, merek perdagangan, merek jasa dan lain-lain yang digunakan untuk tujuan perdagangan tersebut diatas. *Franchise* adalah suatu lisensi kontraktual yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* yang:

1. Mengizinkan atau mengharuskan *franchise* selama jangka waktu *franchise*. Untuk melaksanakan bisnis tertentu dengan menggunakan nama khusus yang dimiliki atau berhubungan dengan pihak *franchisor*.
2. Memberikan hak kepada *franchisor* untuk melaksanakan pengawasan berlanjut selama jangka waktu *franchise* terhadap aktivitas bisnis *franchise* oleh *franchisee*.
3. Mewajibkan pihak *franchisor* untuk menyediakan bantuan kepada *franchisee* dalam hal melaksanakan bisnis *franchise* tersebut. Semisal memberikan bantuan pendidikan, perdagangan, manajemen dan lain-lain.
4. Mewajibkan pihak *franchisee* untuk membayar secara berkala kepada *franchisor* sejumlah uang sebagai imbalan penyediaan barang dan jasa oleh pihak *franchisor*.<sup>19</sup>

---

<sup>18</sup> Merry Tirza Juanita Ruauw, *Perlindungan Hukum Terhadap Franchisor dan Franchisee dalam Perjanjian Franchise*, Jurnal Hukum Unsrat, Vol 1, Nomor 1 April-Juni 2013, hlm. 4

<sup>19</sup> Merry Tirza Juanita Ruauw, *Loc.cit*

Sedangkan *British Franchise Association* (BFA) mendefinisikan *franchise* sebagai *contractual license*<sup>20</sup> yang diberikan oleh suatu pihak (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*) yang :<sup>21</sup>

- a. Mengizinkan *franchisee* untuk menjalankan usaha selama periode *franchise* berlangsung, suatu usaha tertentu yang menjadi milik *franchisor*.
- b. *Franchisor* berhak untuk menjalankan control yang berlanjut selama periode *franchise*.
- c. Mengharuskan *franchisor* untuk memberikan bantuan pada *franchisee* dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subjek *franchiseenya* (berhubungan dengan pemberian pelatihan, *merchandising*<sup>22</sup>, atau lainnya).
- d. Mewajibkan *franchisee* untuk secara periodik selama periodik *franchise* berlangsung, membayar sejumlah uang sebagai pembayaran atas *franchise* atau produk atau jasa yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.
- e. Bukan merupakan transaksi antara perusahaan induk (*holding company*) dengan cabangnya atau antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.<sup>23</sup>

Sehingga jelas bahwa waralaba melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi waralaba termasuk di dalamnya hak untuk mempergunakan merek dagang. Dengan membeli

---

<sup>20</sup> Suatu Perjanjian atau kontrak lisensi atau izin penggunaan hak kekayaan intelektual

<sup>21</sup> Merry Tirza Juanita Ruauw, *Loc.cit*

<sup>22</sup> <https://en.wikipedia.org/wiki/merchandising>, diakses tanggal 28 Mei 2020, *Merchandising* adalah kegiatan pengadaan barang-barang modal yang digunakan pada bisnis ritel, toko, atau waralaba biasanya dalam bentuk bahan-bahan makanan, pakaian, barang-barang konsumen yang diadakan atau disediakan dalam jumlah dan waktu tertentu sesuai harga, kebutuhan, dan kesepakatan

<sup>23</sup> Merry Tirza Juanita Ruauw, *Loc.cit*

sistem yang teruji dan merek dagang yang terkenal, siapapun yang memenuhi kualifikasi berdasarkan ketentuan pemilik bisnis waralaba, pasti bisa memiliki bisnis sesuai dengan kategori produk yang disenangi atau kategori *trend* bisnis yang akan datang.<sup>24</sup>

Pada prinsipnya, penyelenggaraan waralaba tidak jauh berbeda dengan pembukaan kantor cabang. Hanya saja dalam pembukaan kantor cabang segala sesuatu didanai dan dikerjakan sendiri, sedangkan pada waralaba penyelenggaraan perluasan bisnis tersebut didanai dan dikerjakan oleh pihak lain yang dinamakan penerima waralaba atas resiko dan tanggung jawabnya sendiri, dalam bentuk bisnis sendiri, namun sesuai dengan arahan dan instruksi serta petunjuk pemberi waralaba. Pada sisi lain waralaba juga tidak berbeda jauh dari bentuk pendistribusian dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Keduanya menggunakan Hak Kekayaan Intelektual yang sama, milik pemberi waralaba atau prinsipal (dalam bentuk kegiatan distribusi). Hanya saja distributor menyelenggarakan sendiri kegiatan penjualannya, sedangkan dalam pemberian waralaba, penerima waralaba melaksanakan segala sesuatunya berdasarkan pada “arahan” atau “petunjuk” atau “instruksi” yang telah ditetapkan atau digariskan oleh pemberi waralaba. Bisnis dengan menggunakan metode waralaba sendiri memiliki beberapa ruang lingkup sebagai ciri khas bisnis waralaba antara lain:<sup>25</sup>

---

<sup>24</sup> *Ibid*, hlm. 5

<sup>25</sup> *Ibid*

### 1. Komisi

Laba konsultan waralaba yang terdiri dari komisi yang dibayarkan oleh *franchisee* sebagai konsultan waralaba yang memenuhi syarat mengirim kepada mereka.

### 2. Penuh atau paruh waktu

Seorang konsultan waralaba memiliki fleksibilitas untuk memutuskan apakah akan menjalankan bisnisnya konsultasi penuh atau paruh waktu. Waktu yang tersedia serta hasil keuangan yang diinginkan akan menentukan seberapa besar upaya yang dimasukkan ke dalam peninjauan *lead potencial*<sup>26</sup>. Sebagai konsultan, konsultan-konsultan memiliki pilihan untuk menjalankan bisnis secara paruh waktu sambil tetap mempertahankan pekerjaan lain. Ada potensi besar untuk mendapatkan penghasilan kedua bagus dari bisnis ini. Juga banyak profesi seperti perencana keuangan termasuk konsultasi waralaba dalam portofolio layanan mereka untuk klien yang sudah ada.

### 3. Gaji kemungkinan

Sebagai seorang konsultan waralaba, maka sangat mungkin bisnis anda akan mengambil dalam penghasilan enam angka tahunan kotor bahkan jika hanya satu kesepakatan per bulan ditutup. Hal ini dapat dicapai sangat sementara masih dalam tahun pertama bisnis. Hal ini dicapai untuk membawa cukup nyaman pendapatan melalui konsultasi waralaba. Berapa banyak yang diperoleh tidak hanya hasil dari berapa banyak waktu dan bisnis yang

---

<sup>26</sup> Syahadi Syaputra dan Yusron Affandi, Kamus Ekonomi Inggris-Indonesia, (Jakarta: Pustaka Baru, 2014), *Lead potencial* adalah subjek yang memiliki prospek atau yang memiliki potensi niat untuk membeli atau memberikan keuntungan

dimasukkan ke dalam bisnis tetapi juga oleh manajemen bijaksana waktu dan sumber daya. Bahwa dalam mengambil keuntungan dari pelatihan dan dukungan yang diberikan oleh organisasi konsultan waralaba bisa sangat bermanfaat dalam menjalankan bisnis yang sukses.<sup>27</sup>

Apabila terjadi kesepakatan perjanjian *franchise*, penerima *franchise* atau *franchisee* harus menyampaikan perjanjian *franchise* tersebut kepada pemerintah. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor* misalnya hak teritorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, biaya-biaya yang harus dibayar oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *franchisor*.<sup>28</sup>

Dalam menjalankan suatu bisnis *franchise*, para pelaku bisnis umumnya beberapa tujuan dalam menjalankan bisnis tersebut, diantaranya:

- a. Untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) yang sebesar-besarnya dengan modal yang seminimal mungkin.
- b. Dapat menjual merek dagang terkenal (*trademark*) dengan harga terjangkau.
- c. Untuk menarik perhatian para konsumen agar membeli produknya.
- d. Dapat mengembalikan dana investasi dengan mudah dan cepat untuk membuka bisnis *franchise* lebih banyak lagi.<sup>29</sup>

---

<sup>27</sup> Merry Tirza Juanita Ruauw, *Loc.cit*

<sup>28</sup> *Ibid*

<sup>29</sup> Yohanes Heidy Purnama, "Epidemi Trend Bisnis Waralaba", <<https://www.neo-promosindo.com>>, diakses 17 Maret 2020

Dalam dunia bisnis waralaba ada banyak manfaat bagi *franchisor* (pemilik hak) dan *franchisee* (yang diberi hak) yaitu:

Bagi *franchisor* (pemilik hak):

- a. Waktu pengembangan lebih singkat dan mudah.
- b. Biaya pengembangan lebih kecil dibanding dengan cabang karena investasi terbagi antara *franchisor* dan *franchisee*.
- c. Sebuah jaringan yang menawarkan keuntungan.
- d. *Partner* kerja antara *entrepreneur* independen

Bagi *franchisee* (yang diberi hak):

- a. Resiko lebih kecil dengan alasan yang sama.
- b. Persentasi rentabilitas *capital entrepreneur* lebih tinggi.
- c. *Franchise* menguasai *control professional superior* karena transfer dan asistensi.
- d. *Franchise* dapat belajar bidang baru.
- e. *Franchise* mengkopi atau meniru kesuksesan dengan diberikannya bantuan dari awal bisnis atau bisnis sehingga lebih cepat dengan biaya yang ringan.<sup>30</sup>

Dalam melaksanakan perjanjian *franchise*, hak-hak dan juga kewajiban-kewajiban setiap pihak-pihak *franchise* dibuat berdasarkan asas-asas perjanjian sehingga masing-masing pihak tidak ada yang dirugikan sama sekali. Ilmu hukum

---

<sup>30</sup> *Ibid*

mengenal adanya beberapa macam asas umum dalam perjanjian, begitu pula dengan perjanjian waralaba yang meliputi.<sup>31</sup>

1. Asas Kebebasan Berkontrak

Subekti menyatakan pendapat cara menyimpulkan asas kebebasan berkontrak (*beginsel der contractsvrijheid*) adalah dengan jalan menekankan pada perkataan “semua” yang ada di muka perkataan “perjanjian”. Selanjutnya dikatakan bahwa pasal 1338 ayat (1) tersebut seolah-olah membuat suatu pernyataan bahwa kita diperbolehkan membuat perjanjian apa saja dan itu akan mengikat kita sebagaimana mengikatnya Undang-Undang.

2. Asas Konsensualitas

Menurut asas konsensualitas, maka perjanjian sudah dianggap ada saat tercapainya kesepakatannya tentang hal-hal yang diperjanjikan.

3. Asas Itikad Baik

Asas ini dapat terdapat dalam rumusan pasal 1338 ayat (3) BW dimana dinyatakan “perjanjian-perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

4. Asas Kerahasiaan

Asas ini pada dasarnya mewajibkan kepada para pihak (*franchisor* dan *franchisee*) untuk menjaga kerahasiaan data ataupun ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, misalnya *trade secret* atau resep

---

<sup>31</sup> Hafidz Abdurrahman, *Hukum Berbisnis Franchise*, (Jakarta: Al Azhar Press, 2012), hlm. 22

makanan/minuman dan tidak dibenarkan untuk memberitahukan kepada pihak ketiga kecuali Undang-Undang menghendaknya.

5. Asas Persamaan Hukum

Asas ini menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan, walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kekayaan, kekuasaan, jabatan, dan lain-lain.

6. Asas Keseimbangan

Asas ini menghendaki kedua pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian itu. Asas ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan.

7. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas ini menyatakan bahwa setiap perjanjian menjadi hukum yang mengikat bagi para pihak yang melakukan perjanjian.<sup>32</sup>

Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen*<sup>33</sup> yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba, jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, akan tetapi sering terjadi *das sein*<sup>34</sup> menyimpang dari *das sollen*. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini sehingga di dalam mengatasi masalah-masalah terkait pelaksanaan *franchise* dibutuhkan aturan atau

---

<sup>32</sup> *Ibid*

<sup>33</sup> Soesilo Prajogo, *Op.cit*, *Das sollen* adalah segala sesuatu yang dicita-citakan atau yang seharusnya terjadi

<sup>34</sup> *Ibid*, *Das sein* adalah segala sesuatu yang faktanya terjadi saat ini

kebijakan hukum sebagai alat *problem solving*<sup>35</sup> untuk mengatasi masalah yang ada maka daripada itu penulis tertarik untuk mengangkat judul ***Pelaksanaan Perjanjian Waralaba ditinjau dari Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.***

## **1.2 Rumusan Masalah**

Permasalahan merupakan dasar dari suatu kerangka pemikiran sehingga adanya permasalahan tersebut dapat menjadi bahan fokus penelitian, maka dari itu dirumuskan beberapa permasalahan yang menjadi pokok pembahasan dalam skripsi nantinya. Permasalahan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kedudukan perjanjian waralaba di dalam Hukum Perjanjian di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* di dalam perjanjian waralaba?
3. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah hasil akhir yang akan dituju dari sebuah penelitian, adapun tujuan penelitian di dalam penelitian ini antara lain:

---

<sup>35</sup> M. Natsir Asnawi, *Hemeneutika Putusan Hakim*, (Yogyakarta: UII Press, 2014), *Problem solving* adalah pola pikir atau suatu tindakan untuk mencari atau merupakan suatu jalan keluar dari sebuah permasalahan

1. Mengetahui kedudukan perjanjian waralaba di dalam Hukum Perjanjian di Indonesia.
2. Mengetahui perlindungan hukum terhadap *franchisee* dan *franchisor* di dalam perjanjian waralaba.
3. Mengetahui pelaksanaan perjanjian waralaba ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

- a. Sebagai bahan kajian bagi akademis untuk menambah wawasan ilmu pengetahuan.
- b. Suatu bentuk literatur tambahan di tempat pembelajaran.
- c. Diharapkan akan mengembangkan dan memperluas pengetahuan akan ilmu hukum secara umum dan secara khusus pada peraturan-peraturan yang mengatur tentang waralaba.

##### 2. Manfaat Praktis

- a. Bagi masyarakat agar lebih memahami pelaksanaan perjanjian waralaba.
- b. Sebagai sumber informasi bagi masyarakat untuk mengetahui peraturan terkait waralaba.

## **1.5 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tugas akhir ini, disusun sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis mengutarakan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan.

### **BAB II TINJUAN PUSTAKA**

Dalam bab ini diuraikan tentang perjanjian waralaba menurut KUH Perdata dan juga prinsip-prinsip bisnis waralaba. Perjanjian waralaba menurut KUH Perdata dijabarkan bagaimana syarat-syarat sah dalam membuat perjanjian dan juga bagaimana perjanjian waralaba dilihat dari KUH Perdata. Prinsip-prinsip waralaba menjabarkan tentang bagaimana sejarah waralaba, kedudukan *franchisee* dan *franchisor* dalam perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba dan juga rahasia dagang dalam bisnis waralaba.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Dalam bab ini penulis menjelaskan tentang metode penelitian yang digunakan, jenis penelitian, jenis data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data.

### **BAB IV Hasil dan Pembahasan**

Dalam bab ini penulis menjelaskan hasil dari analisa dan pembahasan terkait rumusan masalah dari penelitian kedudukan perjanjian waralaba di dalam hukum perjanjian, perlindungan hukum terhadap masing-masing pihak dan juga pelaksanaan perjanjian waralaba ditinjau dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

## BAB V Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan akhir dari penulisan skripsi yang berisi beberapa kesimpulan dan saran penulis berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan.

