

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dewasa ini kita tahu banyak hal mulai dari makanan dan minuman kekinian yang sedang digemari oleh generasi milenial. Bila makanan atau minuman tersebut sedang viral atau *booming* pasti akan menarik minat pembelinya. Melihat fenomena tersebut, makanan atau minuman itu dijual di kios-kios yang mudah dijangkau. Selain makanan dan minuman kekinian, ada juga minimarket yang menjamur di berbagai tempat. Banyak yang kemudian tertarik untuk ikut mencoba peruntungannya yaitu dengan cara mencoba bisnis *franchise* atau waralaba. Bisnis waralaba ini dinilai praktis karena dengan mengeluarkan biaya untuk membeli merknya, pelaku bisnis sudah mendapat berbagai keuntungan mulai dari bahan baku, dan peralatan.

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. Waralaba juga merupakan suatu hubungan kerja yang memiliki perjanjian antara *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba). 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 untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>1</sup>

Badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki disebut dengan pemberi waralaba/franchisor, sedangkan badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba disebut dengan penerima waralaba/franchisee (selanjutnya ditulis penerima waralaba).

Berdasarkan pada rumusan yang diberikan tersebut di atas dapat dikatakan bahwa waralaba merupakan suatu perikatan, yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu, waralaba di dalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai pada derajat tertentu, waralaba tidak berbeda dengan lisensi (Hak atas Kekayaan Intelektual), khususnya yang

---

<sup>1</sup> Melihat Pajak atas Bisnis Waralaba, <https://www.pajak.go.id/id/artikel/melihat-pajak-atas-bisnis-waralaba>

berhubungan dengan waralaba nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu, hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk waralaba yaitu waralaba dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan waralaba sebagai suatu format bisnis. Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa waralaba tidaklah diberikan secara cuma-cuma, pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu.

Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta oleh pemberi waralaba dari penerima waralaba. Pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*Direct Monetary Compensation*) dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*Indirect and Non Monetary Compensation*), misalnya *Lumpsum Payment (Pre-Calculated Amount)* dan *Royalty*.

Bagi pemberi waralaba lintas negara (*Cross Border*), masalah perpajakan menjadi pertimbangan utama dalam proses dan cara pembayaran *royalty*. Pada umumnya pemberi waralaba menginginkan *royalty* yang diterima olehnya bebas dari segala macam beban pajak dan biaya-biaya maupun ongkos-ongkos sehingga dengan demikian pemberi waralaba dapat melakukan perhitungan secara pasti akan *return* yang diharapkan dari waralaba yang diberikan, jika dihadapkan dengan ongkos dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan hak atas kekayaan intelektual maupun sistem atau proses atau ciri khas yang di waralabakan tersebut.

Untuk mengatur waralaba Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba kemudian diperbaharui dengan Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Didalam ketentuan pasal 4 ayat 1 dan 2 Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Pasal 8 merupakan bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba. Bidang atau sektor yang sering dilakukan dengan cara waralaba yaitu bidang minuman (*Coca-Cola*), makanan (*McDonald's* dan *Kentucky Fried Chicken*), Perhotelan (*Hyatt, Ibis, Natour Garuda*), Restoran, Pendidikan, Fast Food dan lain sebagainya.

Pengembangan usaha bisnis khususnya yang menyangkut dengan perluasan areal usaha, penyebaran produk maupun marketing dapat juga diwujudkan lewat pemberlakuan kontrak waralaba, terhadapnya banyak mengandung unsur-unsur perjanjian lisensi, disamping itu juga terhadapnya banyak mengandung unsur-unsur distribusi, selebihnya adalah kombinasi antara perjanjian kerja, keagenan dan jual-beli.

Waralaba sebagai suatu bentuk pengembangan usaha telah mendapat perhatian dari para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling

sederhana hingga yang paling kompleks. Secara singkat dikatakan oleh Keegen dalam Gunawan Wijaya bahwa ada lima macam cara pengembangan usaha, yaitu:

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor impor
2. Dengan pemberian lisensi
3. Melakukan franchising (pemberian waralaba)
4. Membentuk perusahaan patungan
5. Melakukan penanaman modal langsung dengan kepemilikan yang menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.<sup>2</sup>

Sejak satu dekade terakhir, bisnis waralaba sangat marak di Indonesia.

Banyak perusahaan dan industri, seperti makanan, salon, bengkel, apotik, pendidikan dan sebagainya dikembangkan melalui sistem yang disebut dengan istilah waralaba ini. Peluang bisnis ini sendiri sangat terbuka lebar mengingat kalangan pemilik waralaba selalu membantu pengembangan pemegang hak waralabanya dengan berbagai cara. Pewaralaba lokal pun bermunculan ikut serta meramaikan persaingan bisnis waralaba. Hal ini menunjukkan waralaba diminati oleh para pelaku bisnis dalam pengembangan usahanya.

Waralaba dalam dunia perdagangan merupakan salah satu sistem yang dianggap sangat menguntungkan ini telah dibuktikan oleh berbagai perusahaan nasional maupun perusahaan berkaliber internasional. Di Indonesia aturan hukum mengenai Waralaba (Franchise) belum lengkap. Indikator hal ini dapat kita cermati dari ketentuan hukum yang mengatur bisnis waralaba, yang sampai saat ini baru diatur dalam beberapa Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri, sebagaimana

---

<sup>2</sup> Gunawan Widjaya, *Waralaba*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2001), hal. 1.

disebut di atas. Pengaturan melalui undang-undang belum tersentuh oleh pemerintah. Memang ada peraturan dari Departemen teknis yang bersangkutan, namun pengaturan ini sama sekali belum memadai mengingat bisnis melalui sistem waralaba ini selalu berkembang secara dinamis sesuai perkembangan dunia usaha, dan membentuk model-model baru dalam prakteknya. Padahal kalau terjadi sesuatu yang menyangkut perjanjian mereka, maka para pihak memerlukan pranata hukum yang komperhensif sebagai panduan baik pra pembuatan perjanjian maupun pasca perjanjian. Hal ini diperlukan untuk menghindari pemegang dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak diinginkan karena belum lengkapnya perangkat hukum yang melindungi mereka. Oleh karena itu pengaturan tentang waralaba bagi para pihak yang akan menjalankan usahanya sangat ditentukan oleh perjanjian waralaba itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak. Pembuatan suatu kontrak bisnis merupakan momentum terpenting dalam suatu proses kerja sama bisnis mengingat dalam kontrak tersebut akan dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Secara umum, yang di maksud dengan perjanjian franchise adalah pemberian hak oleh franchisor kepada franchisee untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk di usahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu, saat, jam operasional, pakaian, dan penampilan karyawan) sehingga

kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang dan jasa milik franchisee sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang atau jasa milik franchisor.<sup>3</sup>

Dari kedua pengertian di atas ada dua pihak dalam perjanjian waralaba ini, yaitu pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Franchisor adalah pihak atau para pihak yang memberikan izin kepada pihak lain (franchisee) untuk menggunakan kekhasan usaha dan spesifikasi (ciri pengenal) bisnis miliknya. Sedangkan yang dimaksud dengan franchisee adalah pihak atau para pihak yang mendapat izin atau lisensi waralaba dari pihak franchisor untuk menggunakan kekhasan usaha atau spesifikasi usaha franchisor tersebut. Pada dasarnya franchisee adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Franchisor dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada franchisee untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa atas nama franchisor.<sup>4</sup>

Dalam perumusan dan pembuatan suatu kontrak masyarakat diberikan kebebasan oleh undang-undang untuk menentukan materi perjanjian dan dengan siapa mereka akan saling mengikatkan diri dalam suatu perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan syarat sah perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 KUHPerdata. Adapun syarat sahnya perjanjian diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata, yaitu sebagai berikut:

1. Pertama, Adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kedua, Kecakapan para pihak untuk membuat suatu perikatan.

---

<sup>3</sup> Di unduh dari [www.santoslolowang.com](http://www.santoslolowang.com), 6 November 2007 tanggal 15 November 2023

<sup>4</sup> Di unduh dari [www.santoslolowang.com](http://www.santoslolowang.com), 6 November 2007 tanggal 15 November 2023

3. Ketiga, Suatu hal tertentu.
4. Keempat, Suatu sebab (*causa*) yang halal.

Perjanjian yang dibuat tersebut mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi kedua pihak. Asas kebebasan berkontrak bukan berarti tanpa pembatasan dalam perkembangannya telah terdapat campur tangan pemerintah dalam suatu perjanjian yang akan diselenggarakan. Dalam perjanjian waralaba pembatasan tersebut dapat dilihat dari kewajiban para pihak untuk mencantumkan klausula-klausula tertentu dalam perjanjian yang dibuatnya. Hal ini dimaksudkan oleh pembentuk undang-undang untuk memberikan perlindungan hukum. Pembatasan lainnya dalam kebebasan berkontrak adalah dengan munculnya bentuk kontrak-kontrak standard atau baku. Perjanjian baku adalah perjanjian yang ditentukan secara apriori oleh salah satu pihak. Dengan demikian isi perjanjiannya hanya ditentukan oleh salah satu pihak saja. Pihak lainnya hanya dapat memilih untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut tanpa ikut menentukan isinya.<sup>5</sup>

Menurut Badruzaman, asas kebebasan berkontrak tidak berarti tidak terbatas akan tetapi terbatas oleh tanggungjawab para pihak, sehingga kebebasan berkontrak sebagai asas diberi sifat yang bertanggung jawab. Asas ini mendukung kedudukan yang seimbang di antara para pihak sehingga sebuah kontrak akan bersifat stabil dan memberikan keuntungan bagi kedua pihak.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Siti Malikhatun Badriyah, Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku (Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro) Vol. XXX NO. 1 Januari-Maret 2001, hal. 39.

<sup>6</sup> Mariam D. Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, (Bandung, Alumni, 1994). hal 25

Hukum pada dasarnya adalah untuk perlindungan kepentingan manusia. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian harus ada keseimbangan antara para pihak supaya tidak terjadi konflik kepentingan. Namun dalam realitasnya tidak selalu demikian. Selalu terdapat kemungkinan salah satu pihak mempunyai posisi yang lebih kuat baik dari sisi ekonomis maupun dari penguasaan teknologi atau suatu penemuan yang spesifik. Dalam kondisi ini salah satu pihak lebih mempunyai peluang untuk lebih diuntungkan dalam suatu perjanjian. Seringkali pihak penyusun menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan apalagi kontrak tersebut disajikan dalam bentuk kontrak standard, karena ketentuan-ketentuan dalam perjanjian dapat dipakai untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian pada pihaknya. Dalam hal demikian salah satu pihak hanya punya pilihan untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut.<sup>7</sup>

Kerjasama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik pemberi maupun penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain. Dalam merealisasikan hal tersebut penyusunan dan pembuatan perjanjian waralaba secara seimbang antara para pihak sebagai dasar pelaksanaan kerjasama menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Pada dasarnya setiap perikatan, termasuk perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya, dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian

---

<sup>7</sup> Siti Malikhatun Badriyah. *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent dalam Perjanjian Baku* (Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro) Vol. XXX NO. 1 Januari-Maret 2001, hal. 42

pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/KEP/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba Pasal 8 yang mengatur waralaba disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba, ditentukan berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.

Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan *kompleks* dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan. Pengembangan usaha bisnis khususnya yang menyangkut dengan perluasan areal usaha, penyebaran produk maupun marketing dapat juga diwujudkan lewat pemberlakuan kontrak waralaba, terhadapnya banyak mengandung unsur-unsur perjanjian lisensi, disamping itu juga terhadapnya banyak mengandung unsur-unsur distribusi, selebihnya adalah kombinasi antara perjanjian kerja, dan jual-beli.

Pada sisi lain, seorang atau suatu pihak penerima waralaba yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha pemberi waralaba menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang 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 didambakan baik oleh pengusaha pemberi

waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.

Dalam hal membahas mengenai waralaba, maka akan erat kaitannya dengan dunia Perpajakan, maka dari itu, secara sederhana dan singkat, sedikit menjauh sebentar membahas seputar perpajakan. Selanjutnya secara sederhana, pengertian pajak terbagi menjadi 2 (dua) yaitu:

1. Pengertian Pajak menurut Undang-Undang nomor 28 Tahun 2007 tentang Perubahan Ketiga atas Undang-Undang nomor 6 tahun 1983 tentang Ketentuan Umum dan Tata Cara Perpajakan pada Pasal 1 Ayat 1 berbunyi: “Pajak adalah kontribusi wajib kepada negara yang terutang oleh orang pribadi atau badan yang bersifat memaksa berdasarkan undang-undang, dengan tidak mendapatkan imbalan secara langsung dan digunakan untuk keperluan negara bagi sebesar-besarnya kemakmuran rakyat.”
2. Pajak menurut Rochmat Soemitro, menyatakan yaitu : “pajak adalah iuran rakyat kepada kas negara berdasarkan undang-undang (yang dapat dipaksakan) dengan tidak mendapat jasa timbal (kontraprestasi) yang langsung dapat ditunjukkan dan yang digunakan untuk membayar pengeluaran umum.”<sup>8</sup>

Dari kedua pengertian yang ada, dapat disimpulkan secara sederhana bahwa pajak adalah iuran wajib yang dibebankan kepada rakyat oleh negara untuk menarik dan mendapatkan biaya dalam mengelola dan menjalankan suatu negara.

---

<sup>8</sup> Mardiasmo, *Perpajakan*. (Yogyakarta: Rajawali Pers, 2018), hal 3

Rahmat membagi<sup>9</sup> fungsi pajak menjadi dua, yaitu:

1. “Fungsi *Budgetair* (Sumber keuangan negara) Artinya, Pajak merupakan salah satu sumber penerimaan pemerintah untuk membiayai pengeluaran, baik rutin maupun pembangunan. Sebagai sumber keuangan Negara, pemerintah berupaya memasukkan uang sebanyak-banyaknya untuk kas negara. Upaya tersebut ditempuh dengan cara ekstensifikasi dan intensifikasi pemungutan pajak melalui penyempurnaan peraturan berbagai jenis pajak, seperti Pajak Penghasilan (PPh), Pajak Pertambahan Nilai (PPN), Pajak Penjualan atas Barang Mewah (PPnBM), Pajak Bumi dan Bangunan (PBB), dan sebagainya.
2. Fungsi *Regularend* (Pengatur) Artinya, Pajak sebagai alat untuk mengatur atau melaksanakan kebijakan pemerintah dalam bidang sosial dan ekonomi serta mencapai tujuan-tujuan tertentu di luar bidang keuangan. Sebagai contoh:
  1. Tarif pajak ekspor sebesar 0% dimaksud agar para pengusaha terdorong untuk mengekspor hasil produksinya di pasar dunia sehingga memperbesar devisa negara.
  2. Pengenaan pajak 1% bersifat final untuk kegiatan usaha dan Batasan peredaran usaha tertentu, dimaksudkan untuk penyederhanaan penghitungan pajak”.

Kepastian perpajakan memang sangat penting bagi dunia usaha, agar bisa menciptakan *playing field* yang semakin baik. Peraturan pelaksanaan UU Cipta

---

<sup>9</sup> Rahmat Hidayat Lubis. *Pajak Penghasilan*, (Yogyakarta, Rajawali Pers, 2018), hal 2

Kerja sektor Perpajakan terdiri dari 8 (delapan) pasal. Latar belakang hal itu disinergikan ke dalam UU Cipta Kerja agar memperkuat perekonomian nasional, meningkatkan investasi di tengah perlambatan perekonomian global supaya dapat menyerap tenaga kerja seluas-luasnya, dan mendorong kemudahan berusaha.

Para pengusaha 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 franchise (Waralaba) sebagai alternatif pengembangan usaha, khususnya yang dilakukan secara internasional. Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba inipun sesungguhnya mengandalkan para kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.

Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan, sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan royalti atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba. Demikian dapat kita lihat bahwa ternyata waralaba juga dapat dipakai

sebagai sarana pengembangan usaha 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, agar nantinya penerima waralaba tidak beralih “wujud” dari mitra usaha menjadi kompetitor.

Sejak satu dekade terakhir, bisnis waralaba sangat marak di Indonesia. Banyak perusahaan dan industri, seperti makanan, salon, bengkel, apotik, pendidikan dan sebagainya dikembangkan melalui sistem yang disebut dengan istilah waralaba ini. Peluang bisnis ini sendiri sangat terbuka lebar mengingat kalangan pemilik waralaba selalu membantu pengembangan pemegang hak waralabanya dengan berbagai cara. Pewaralaba lokal pun bermunculan ikut serta meramaikan persaingan bisnis waralaba. Hal ini menunjukkan waralaba diminati oleh para pelaku bisnis dalam pengembangan usahanya. Oleh karena itu pengaturan tentang waralaba bagi para pihak yang akan menjalankan usahanya sangat ditentukan oleh perjanjian waralaba itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak. Pembuatan suatu kontrak bisnis merupakan momentum terpenting dalam suatu proses kerja sama bisnis mengingat dalam kontrak tersebut akan dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Dari penjelasan mengenai Waralaba dan sedikit menjelaskan mengenai Perpajakan, tentu dalam Indonesia erat kaitannya dengan *Omnibuslaw* atau Ciptakerja, maka dari itu secara singkat, Omnibus law adalah regulasi atau Undang-Undang (UU) yang mencakup berbagai isu atau topik. Secara harfiah, definisi

omnibus law adalah hukum untuk semua. Istilah ini berasal dari bahasa latin, yakni omnis yang berarti 'untuk semua' atau 'banyak'.<sup>10</sup>Tujuan UU Cipta Kerja adalah untuk menciptakan lapangan kerja seluas-luasnya bagi rakyat Indonesia secara merata, di seluruh wilayah NKRI.

Omnibus Law Cipta Kerja memberi dampak manfaat untuk penyederhanaan perizinan dalam berusaha, yakni dengan menyederhanakan dan mengintegrasikan perizinan dasar dari sejumlah UU yang terkait dengan izin lokasi, lingkungan dan bangunan gedung. Mendorong investasi dalam mempercepat transformasi ekonomi. Dalam peraturan, Cipta Kerja diatur dalam Undang-undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja Menjadi Undang-Undang. Tentunya dari penjelasan singkat tersebut, dalam dunia Waralaba dan dunia Perpajakan<sup>11</sup>

Berdasarkan uraian di atas maka dalam penulisan tesis ini, penulis akan mencoba membahas mengenai kepentingan negara dalam mengenakan pajak terhadap usaha waralaba di Indonesia. yang dituangkan dalam judul “Implementasi Ketentuan Hukum di Indonesia Terhadap Pengenaan Pajak di Indonesia.”

## 1.2 Rumusan Masalah

---

<sup>10</sup> Pengertian kata Omnibuslaw di unduh dari <https://www.online-pajak.com> tanggal 12 November 2023

<sup>11</sup> Undang-Undang Nomor 6 Tahun 2023 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 2 Tahun 2022 Tentang Cipta Kerja, di unduh dari <https://peraturan.go.id/id/uu-no-6-tahun-2023#:~:text=Undang%2Dundang%20Nomor%206%20Tahun,Cipta%20Kerja%20Menjadi%20Undang%2Dundang> tanggal 12 November 2023

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, penulis memilih 2 (dua) hal yang menjadi permasalahan dalam penulisan tesis ini. Adapun permasalahan yang dibahas, antara lain:

- 1.2.1 Bagaimana implementasi ketentuan hukum Indonesia terhadap usaha waralaba di Indonesia?
- 1.2.2. Bagaimana implementasi pajak pada hukum di Indonesia terhadap usaha waralaba?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang akan dicapai dari penulisan tesis ini adalah:

- 1.3.1 Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi ketentuan hukum Indonesia terhadap usaha waralaba di Indonesia.
- 1.3.2. Untuk mengetahui dan menganalisis implementasi pajak pada hukum di Indonesia terhadap usaha waralaba.

### **1.4. Manfaat Penulisan**

Manfaat Penelitian merupakan resultan pada ekspektasi yang dimiliki oleh peneliti. Manfaat penelitian dapat diklasifikasikan sebagai manfaat praktis, manfaat teoritis, atau keduanya. Tujuan utama dari penelitian adalah menghasilkan manfaat bagi masyarakat dan perkembangan ilmu pengetahuan. Manfaat penelitian dalam tesis berjudul “Implementasi Ketentuan Hukum di Indonesia Terhadap Pengenaan Pajak di Indonesia.” Selanjutnya menjadi dua kategori, yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dalam sebuah penelitian memiliki kemanfaatan dalam bidang pertumbuhan komprehensi secara teoritis atau konseptual mengenai fenomena dan masalah sedang diteliti. Manfaat teoritis dapat disajikan dengan bentuk pengembangan teori baru, pengembangan kerangka konseptual. Dalam pelaksanaan pembangunan kerangka tesis, manfaat teoritis merupakan salah satu aspek vital. Hal tersebut dikarenakan daripada hasil penelitian yang dirilis akan memperkaya unsur pemahaman teoritis mengenai bagaimana suatu fenomena atau masalah memiliki andil pada pertumbuhan ilmu pengetahuan.

Eksistensi manfaat teoritis terpampang pada tesis akan mengelevasi komprehensi pembaca mengenai masalah yang diangkat oleh inisiator tesis, Bermanfaat sebagai media pembelajaran sehingga dapat memberikan pengetahuan bersifat teoritis yang dapat menunjang kemampuan civitas akademis. Bermanfaat menambah wawasan pengetahuan masyarakat pada umumnya dan bagi peneliti pada khususnya sehubungan dengan pembahasan aturan hukum dan peranan pemerintah *mengenari pajak* atas adanya pelanggaran merek yang dilakukan oleh penjual menurut Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2007 Tata Cara Perpajakan.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Manfaat praktis dalam suatu tesis diklasifikasikan sebagai manfaat yang diimplementasikan secara *direct* pada kehidupan sehari-hari berdampingan dengan realitas. Melalui manfaat praktis memiliki dampak pada perluasan wawasan pada pengambilan kebijakan, elevasi performa hukum merek di Indonesia. Pada tesis yang dikonstruksikan manfaat praktis memiliki vitalitas tinggi dikarenakan tesis

yang tidak memiliki manfaat praktis memiliki probabilitas tinggi pada ketidakrelevansian dan fungsionalitas rendah bagi khalayak.

### **1.5. Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan dalam tesis dilaksanakan berupa sekumpulan regulasi dan pedoman digunakan untuk mengkonstruksi buah pikiran penulis dalam tesis. Struktur penulisan meliputi urutan dan struktur dijadikan pedoman dalam penulisan dokumen guna untuk memberikan pemahaman dan manfaat baik bagi pembaca. Terdapat perbedaan pada sistematika penulisan daripada jenis dokumen atau dalam konteks ini tesis yang hendak dibangun. Dokumen tersebut dapat diklasifikasikan seperti makalah ilmiah, laporan, proposal, atau tesis.

Secara general memiliki cakupan bagian bagian seperti judul, abstrak, pendahuluan, tinjauan pustaka, metodologi, hasil dan pembahasan, kesimpulan, dan daftar pustaka. Berdasarkan sistematika penulisan memiliki guna untuk menimbulkan konstruksi pemikiran terstruktur. Hal tersebut akan memberikan asistensi dalam proses membentuk teks logis, jelas dan memberikan aksesibilitas pada komprehensi mengenai teks yang logis, jelas, dan mudah dipahami oleh pembaca.

Sistematika penulisan dalam tesis dengan judul Implementasi Ketentuan Hukum di Indonesia Terhadap Pengenaan Pajak di Indonesia. Dijabarkan sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi mengenai pendahuluan dan sedikit penjelasan mengenai topik yang dipilih dan yang akan dibahas dalam hal ini mengenai usaha negara dalam pengenaan pajak pada pengusaha waralaba.

Pada pendahuluan bab pertama mengandung konten eksplanasi mengenai Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

## BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam landasan teori akan dijelaskan lebih rinci tentang Kerangka Teori meliputi Teori Kepastian Hukum (Grand Theory), Teori Kepastian Hukum (Middle Theory), Teori Penegakan Hukum (Applied Theory), Tinjauan Umum tentang Ketentuan Hukum Perpajakan, Tinjauan Umum Tentang Pengenaan Pajak di Indonesia, Kajian Tentang Pajak meliputi Pengertian Pajak, Unsur Pokok Pajak, Kedudukan dan Payung Hukum Pajak, Kendala Penegakan Hukum dalam Pemungutan Pajak. Landasan Konseptual Tentang Waralaba membahas tentang Pengertian Waralaba, Jenis Waralaba, Perjanjian Waralaba dan Manfaat Waralaba.

## BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi contoh kasus deskripsi data, jenis data, sumber data, kerangka pemikiran, dan metode analisa/pembahasan dari kasus tersebut. Metode penelitian merupakan langkah dengan sistematika terstruktur dikonstruksikan untuk mengoleksi dan melaksanakan analisis data dengan tujuan untuk menghasilkan jawaban mengenai pertanyaan ataupun masalah penelitian. Metode penelitian merupakan aspek vital

untuk menetapkan kepastian mengenai penelitian dilaksanakan dengan tepat dan memiliki resultan yang valid. Metode penelitian dalam penelitian ini membahas tentang Jenis Penelitian, Jenis Data, Cara Pengolahan Data, Jenis Pendekatan dan Analisis data.

#### BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Implementasi Ketentuan Hukum Terhadap Pengenaan Pajak di Indonesia, Analisis implementasi ketentuan hukum Indonesia terhadap usaha waralaba di Indonesia, Analisis implementasi pajak pada hukum di Indonesia terhadap usaha waralaba.

#### BAB V PENUTUP

Bab penutup berisi kesimpulan, serta saran-saran yang perlu untuk disampaikan. Kesimpulan dalam sebuah penelitian merupakan cakupan hasil dari penelitian dan analisis dilakukan oleh peneliti. Dengan adanya kesimpulan pembaca memungkinkan untuk mendapatkan jawaban daripada rumusan masalah dan tujuan penelitian telah dibangun.