

BAB I

PENDAHULUAN

Pada tahun 1950-an sistem waralaba mulai dikenal di Indonesia yaitu dengan munculnya dealer-dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Pembeli lisensi mempunyai hak untuk turut memasarkan produk kendaraan bermotor. Kemudian pada era tahun 1970-an dikenal sistem pembelian lisensi plus, yaitu pemberi waralaba tidak hanya memasarkan tetapi juga boleh memproduksi sendiri produknya. Awal tahun 1980 sistem waralaba digunakan oleh beberapa perusahaan mulai dari perusahaan makanan, fotografi, properti, dan pendidikan.

Pada tanggal 22 November 1991 lima perusahaan di Indonesia, Es Teller 77, Widyaloka, Nilasari, Homes 21, dan Trim Mustika Citra sepakat untuk mendirikan sebuah organisasi yang mewadahi pelaku bisnis waralaba yaitu Asosiasi Franchise Indonesia (AFI). Tujuan dibentuknya AFI ini antara lain sebagai wadah pengusaha dan peminat waralaba, sumber informasi seputar waralaba, mitra bagi pemerintah, pembinaan usaha waralaba dengan kegiatan pelatihan dan konsultasi, dan juga sosialisasi waralaba melalui kegiatan diskusi, seminar, dan pameran waralaba agar lebih dikenal masyarakat luas.

Pada saat ini orang banyak yang memulai usahanya dengan cara membeli sistem bisnis atau yang dikenal dengan istilah "*franchise*". Franchise berasal dari bahasa Latin, yaitu *francorum rex* yang artinya

“bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan pengertian franchise berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan diambil dari kata “*fran*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan), yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa¹. Pada kamus besar bahasa Indonesia waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih dan “laba” yang berarti untung, sehingga secara harfiah waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan keuntungan lebih.

Meski bisnis waralaba yang ditawarkan semakin beragam, namun untuk menjatuhkan pilihan terhadap bisnis waralaba secara tepat, terkadang mengalami kesulitan. Ada hal mendasar dalam menentukan pilihan indomaret merupakan jaringan minimarket yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Dikelola oleh PT Indomarco Prismatama, pada tahun 1997 perusahaan mengembangkan bisnis gerai waralaba pertama di Indonesia. Mitra usaha waralaba ini meliputi: koperasi, badan usaha dan perorangan. Indomaret melakukan pola kemitraan (waralaba) dengan membuka peluang bagi masyarakat luas untuk turut serta memiliki dan mengelola sendiri gerai Indomaret. Gerai Indomaret sendiri sudah berkembang begitu pesat, dimulai dari kota besar sampai kecamatan tingkat kabupaten diseluruh Indonesia. Letaknya pun sangat strategis, seperti pusat keramaian dikecamatan hingga disisi jalan

¹Adrian Sutendi, 2008, *Hukum Waralaba*, Bogor, Ghalia Indonesia Sinar Grafika, hlm.22.

lintas yang melewati kecamatan tersebut. Hal tersebut dilakukan agar mudah dijangkau oleh masyarakat.

Penjelasan dari hal tersebut, maka perlu dilaksanakan suatu kerja sama antara penerima waralaba dan pemberi waralaba dan dituangkan dalam sebuah perikatan yang di dalamnya dilandasi rasa saling percaya satu dengan lainnya. Di Indonesia hukum perikatan diatur dalam Buku III KUH Perdata. Perikatan dilaksanakan oleh manusia dalam interaksi baik secara sadar maupun tanpa disadari bahwa ia telah melakukan suatu perikatan yang saling mengikat untuk melaksanakan suatu hal atau tidak melakukan suatu hal. Setiap perjanjian memuat perikatan, tetapi tidak semua perikatan senantiasa dibuat perjanjiannya². Menurut Subekti, perjanjian adalah ketika seorang atau lebih berjanji melaksanakan perjanjian atau saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal, dan dapat disimpulkan kesepakatan antara dua pihak atau lebih untuk saling memberikan dan menerima sesuatu³.

Pada suatu perjanjian waralaba diatur hak dan kewajiban para pihak. Adanya suatu perjanjian yang disepakati oleh para pihak, menimbulkan hubungan hukum bagi para pihak dan perjanjian tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi kedua belah pihak. Seperti perjanjian pada umumnya terdapat kemungkinan wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi dari pihak penerima waralaba dapat berupa: tidak dibayarnya *franchise fee* pada waktunya, melakukan hal-hal

17. ²Wawan Muhawan Hariri, 2011, *Hukum Perikatan*, Bandung, Pustaka Setia, hlm.

³Subekti, 1991, *Hukum Perjanjian*, Cet. XIII, Jakarta, Intermedia, hlm. 1.

yang dilarang oleh pemberi waralaba biasanya tercantum dalam perjanjian waralaba, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan, tidak mengembalikan hak kekayaan intelektual setelah habis masa berlakunya perjanjian sama dengan produk yang diwaralabakan sehingga menjadi saingan produk pemberi waralaba. Wanprestasi yang dapat dilakukan oleh pemberi waralaba dapat berupa: tidak memberikan fasilitas yang dapat memungkinkan sistem waralaba berjalan lancar, tidak melakukan pembinaan dan tidak membantu penerima waralaba dalam melaksanakan usaha waralabanya. Berdasarkan uraian tersebut maka menarik untuk diteliti dan dikaji lebih dalam dan menuangkannya ke dalam suatu tulisan yang berbentuk skripsi dengan judul: “PENYELESAIAN PERSELISIHAN PADA PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA ANTARA PT. INDOMARCO PRISMATAMA (INDOMARET) DENGAN PT. TEBU RAYA DI SUMATERA SELATAN”.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang diteliti dan dibahas dalam skripsi ini adalah: Bagaimanakah penyelesaian dalam hal terjadi sengketa wanprestasi pada pelaksanaan perjanjian waralaba antara PT INDOMARCO PRIMATAMA (INDOMARCO) dengan PT. TEBU RAYA?

Berdasarkan permasalahan yang ada bisa kita ketahui tujuan penelitian ini adalah:

1. Tujuan Obyektif

Untuk mengetahui bagaimana upaya penyelesaian sengketa wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba dan mengkaji proses penyelesaian dalam pelaksanaan perjanjian waralaba.

2. Tujuan Subyektif

Usulan penelitian ini diajukan guna untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.