

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Secara umum, menjadi seorang pengusaha dapat dilakukan dengan dua cara, merintis usaha sendiri atau membeli usaha orang lain yang sudah jadi melalui jalur kemitraan. Dari kedua macam cara berbisnis tersebut diatas tentu saja masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan. Merintis usaha sendiri mempunyai kekurangan yaitu belum terbukanya pasar dari produk yang kita perdagangkan sehingga pengusaha menanggung risiko kegagalan yang sangat tinggi, sedangkan kelebihanannya adalah pengusaha bisa mengeluarkan daya kreatifitasnya semaksimal mungkin karena dalam usahanya dia tidak tunduk pada siapapun. Disisi lain kelebihan membeli usaha orang lain yang sudah jadi adalah sudah terbukanya pasar mengingat produk yang kita jual sudah dikenal luas dalam masyarakat, sedangkan kekurangannya adalah pengusaha tidak bisa berkreasi secara maksimal mengingat adanya standar tertentu dalam kegiatan usaha yang sudah disepakati dengan pebisnis terdahulu.

Menggunakan dan atau memanfaatkan bisnis atau usaha orang lain yang sudah jadi dikenal dengan istilah *franchise* atau waralaba. Falsafah

lokasi ke lokasi lain, dengan pemilik yang berbeda”,¹ menjanjikan suatu keuntungan bagi kedua belah pihak, baik itu pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Bagi pemberi waralaba atau pengusaha yang menularkan resep suksesnya, pola bisnis ini menguntungkan dari sisi pengembangan perusahaan dan jaringan usaha. Selain itu, pemberi waralaba akan mendapat keuntungan berupa *fee* dan royalti dari penerima waralaba tanpa mengeluarkan modal usaha sendiri untuk memperluas usaha, serta yang terpenting adalah kepercayaan yang luas dari masyarakat terhadap citra bisnis waralabanya.²

Adapun bagi penerima waralaba, atau pengusaha yang memperoleh lisensi untuk menjalankan waralaba dari pewaralaba, pola bisnis ini memberikan jaminan memperoleh kesuksesan sebagaimana yang diraih pewaralaba. Jaminan kesuksesan yang sama ini akan meningkatkan kepercayaan diri terwaralaba dalam menjalankan usahanya, sehingga “jaringan kesuksesan” ini akan juga diikuti oleh pengusaha lainnya.³

Konsep bisnis waralaba juga dikemukakan oleh pakar asing, Warren J. Keegan dalam bukunya *Global Marketing Management*, dikemukakan teori bahwa ada lima macam cara yang dapat digunakan oleh para pelaku usaha agar bisnisnya dapat berkembang secara internasional, yaitu:

1. melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor-impor;
2. dengan pemberian lisensi;
3. melakukan *franchising* (pemberian waralaba);

¹ R. S. ... *Waralaba: Bisnis Melalui Dilala* 2005, hlm. 7

4. membentuk perusahaan patungan (*joint ventures*);
5. melakukan penanaman modal langsung (*foreign direct investment*) dengan kepemilikan menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.⁴

Pada awalnya lembaga *franchise* atau waralaba dikenal di Amerika Serikat sekitar satu abad yang lalu. Ketika itu perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil untuk mendistribusikan bir produksi pabrik yang bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. *Franchise* pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor.⁵ Lalu pada perkembangannya, era *franchise* modern dimulai pada akhir tahun 1940-an dan sekitar awal 1950-an, ketika itu berkembang perusahaan yang dikembangkan dengan pola bisnis waralaba seperti Mc Donald's, Carvel Ice Cream, John Robert Power, Kentucky Fried Chicken dan lain-lain.

Di Indonesia lembaga waralaba dikenal sejak tahun 1970. Adalah pengusaha Es Teler 77 yang pertama-tama mempopulerkan lembaga waralaba ini. Bersamaan dengan itu pula masuklah waralaba asing di Indonesia, yang dirintis oleh restoran *fast food* seperti KFC, Shakey Pizza, Pizz Hut, dan Pioneer Fried Chicken. Puncak perkembangan waralaba di Indonesia adalah pada tahun 1997 dimana menurut majalah SWA edisi 29 januari 1997, pewartalaba asing sampai maret 1996 sudah mencapai 199

⁴ Gunawan Widjaja, *Waralaba : Seri Hukum Bisnis*, 2001, hlm.1.

⁵ S. H. H. S. *Perkembangan Hukum Kewirausahaan Di Indonesia*, 2002, hlm. 166

perusahaan.⁶ Pada perkembangannya, waralaba di Indonesia diatur melalui Peraturan Pemerintah RI No 16 Tahun 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 Pendaftaran Usaha waralaba.

Menurut Amir Karamoy, pewaralabaan adalah suatu metode kemitraan usaha atau bisnis, dimana pewaralaba dan terwaralaba diatur oleh sebuah perjanjian atau kontrak yang disebut *Franchise Agreement*, atau perjanjian waralaba⁷.

Adanya perjanjian waralaba atau *Franchise agreement* merupakan suatu instrumen hukum bagi kedua belah pihak baik itu pemberi maupun penerima waralaba demi terlindunginya hak-hak pemberi maupun penerima waralaba, disamping perlindungan hukum dari Undang-undang terkait.

Sesuai dengan asas *Pacta Sunt Servanda* dalam perjanjian pada umumnya, kontrak yang dibuat oleh *franchisor* dan *franchisee* berlaku sebagai Undang-Undang bagi kedua belah pihak. Sejak penandatanganan kontrak antara kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban. Secara singkat dapat dikatakan, substansi atau isi dari perjanjian waralaba berisi tentang hak dan kewajiban para pihak. Apa yang menjadi kewajiban *franchisor* menjadi hak dari *franchisee*, begitu pula sebaliknya, apa yang menjadi kewajiban *franchisee* menjadi hak dari *franchisor*.

⁶ Retnowulan Sutantio, *Aspek-Aspek Hukum Perjanjian Franchising*, 1996, hlm.1.

⁷ Amir Karamoy, *Waralaba, Pengertian, Kenda, Dan Sekeliling*, 1997, hlm. 1.

Di Yogyakarta terdapat suatu usaha restoran yang menggunakan sistem waralaba dalam pengembangan bisnisnya, yaitu Restoran OBONK Steak & Ribs. Sampai sekarang sudah terdapat tiga restoran OBONK Steak & Ribs yang berada di wilayah Yogyakarta. Satu restoran bertindak sebagai *franchisor* sedangkan dua restoran lain bertindak sebagai *franchisee*. Pihak *franchisor* OBONK Steak & Ribs beralamat di Jl Tentara Pelajar Yogyakarta, sementara dua pihak *franchisee* beralamat di Pakualaman dan Jl Kaliurang Km 5 Yogyakarta. Akhirnya penulis tertarik untuk meneliti tentang bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba di OBONK Steak & Ribs Yogyakarta.

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan apa yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan suatu permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana format, isi dan ketentuan perjanjian waralaba di Obonk Steak & Ribs Yogyakarta ?
2. Bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh pemberi maupun penerima waralaba dalam hal terjadi wanprestasi dan *overmacht* ?

C. Tinjauan Pustaka

1. Tinjauan tentang perjanjian pada umumnya

a. Pengertian Perjanjian

Sebelum masuk kepada pembahasan mengenai pengertian perjanjian, dapat sedikit disinggung tentang hubungan antara perjanjian dan perikatan karena pada prinsipnya adanya perjanjian menerbitkan suatu hubungan hukum yang disebut perikatan. Dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pasal yang menegaskan

hubungan antara perjanjian dengan perikatan adalah pasal 1233 KUH Perdata. Didalam pasal tersebut dijelaskan bahwa:

“Tiap-tiap perikatan dilahirkan baik karena persetujuan, baik karena undang-undang”

Suatu perjanjian juga dinamakan persetujuan, karena dua pihak setuju untuk melakukan sesuatu. Dapat dikatakan bahwa dua perkataan (perjanjian dan persetujuan) itu adalah sama artinya.⁹

Dengan melihat dari pasal 1233 KUH Perdata tersebut maka dapat disimpulkan bahwa perjanjian merupakan salah satu sumber perikatan disamping sumber perikatan lainnya.

Perikatan adalah suatu perhubungan hukum antara dua orang atau dua pihak, berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut suatu hal dari pihak yang lain, dan pihak yang lain berkewajiban untuk memenuhi tuntutan itu¹⁰.

Sedangkan pengertian tentang perjanjian adalah sebagai berikut:

1) Menurut pasal 1313 KUH Perdata

“Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”

2) Menurut Prof Subekti

“perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal”¹¹

Dengan melihat dua pengertian perjanjian diatas dapat di tarik kesimpulan bahwa perjanjian adalah hubungan hukum antara dua orang pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum. Yang dimaksud menimbulkan akibat hukum disini adalah munculnya hak dan kewajiban bagi para pihak yang membuat perjanjian.

b. Syarat Sahnya Perjanjian

Syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam pasal 1320 KUH Perdata, terdapat empat syarat agar perjanjian dikatakan sah. Keempat syarat tersebut adalah:

- 1) Sepakat dari mereka yang membuat perjanjian
- 2) kecakapan untuk membuat perjanjian
- 3) Objek tertentu
- 4) Suatu sebab yang halal

Syarat pertama dan kedua sebagaimana tersebut diatas disebut sebagai syarat subjektif, sehingga apabila tidak terpenuhi salah satu dari syarat ini, maka dapat mengakibatkan perjanjian tersebut bisa dimintakan pembatalan. Sedangkan syarat yang ketiga dan keempat merupakan syarat objektif, yaitu apabila salah satu syarat tidak terpenuhi maka suatu perjanjian menjadi batal demi hukum.

c. Asas-asas dalam perjanjian

Asas hukum adalah dasar pemikiran yang melatarbelakangi suatu peraturan konkrit. Dalam lapangan hukum perjanjian juga

terdapat asas-asas yang melatarbelakangi dibuatnya peraturan tentang perjanjian. Asas-asas dalam hukum perjanjian tersebut antara lain:

1) Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak dalam hukum perjanjian terbit karena Buku III KUH Perdata yang didalamnya termasuk mengatur tentang perjanjian menganut sistem terbuka, maksudnya adalah pasal-pasal yang terdapat dalam Buku III KUH Perdata sebatas sebagai kaidah-kaidah pelengkap yang sifatnya melengkapi. Jadi, para pembuat perjanjian boleh tidak mengindahkan pasal-pasal yang ada dalam Buku III KUH Perdata dan membuat perjanjian yang tidak diatur dalam KUH Perdata dengan syarat tidak bertentangan dengan asas perjanjian yang lain yaitu asas Itikad Baik.

2) Asas Konesesualisme

Asas konesesualisme berarti bahwa pada dasarnya suatu perjanjian, timbul sejak detik tercapainya kesepakatan antara kedua belah pihak yang membuat perjanjian. Dengan kata lain, asas konesesualisme ini mensyaratkan bahwa perjanjian telah sah jika telah tercapai kata sepakat dan tidak membutuhkan lagi hal-hal yang bersifat formalitas.¹² Asas ini tercermin dalam unsur

¹² 1992, hal. 46

pertama pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian.

3) Asas Itikad Baik

Asas itikad baik dalam perjanjian diatur dalam pasal 1338 ayat 3 KUH Perdata dimana dalam pasal tersebut dijelaskan

“ Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”

Artinya bahwa suatu perjanjian harus didasari rasa itikad baik bagi para pihak yang akan membuat perjanjian dan hal tersebut dapat dibuktikan dengan tidak adanya paksaan, penipuan ataupun kekhilafan yang dapat menyebabkan perjanjian tersebut menjadi tidak sah.

c. Prestasi dalam Perjanjian

Perikatan yang terbit dalam perjanjian menghendaki adanya suatu pemenuhan kewajiban dari pihak tertentu, dan pihak yang lain berhak atas pemenuhan kewajiban tersebut. Kewajiban yang harus dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian inilah yang dinamakan prestasi. Dengan demikian dapatlah kita lihat bahwa suatu hubungan hukum yang ditimbulkan oleh perikatan melibatkan minimal dua orang, yakni pihak kreditur dan debitur. Pengertian minimal disini berarti ada kemungkinannya suatu perikatan melibatkan lebih dari dua orang.

Perikatan yang terbit dalam perjanjian menghendaki adanya suatu pemenuhan kewajiban dari pihak tertentu, dan pihak yang lain berhak atas pemenuhan kewajiban tersebut. Kewajiban yang harus dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian inilah yang dinamakan prestasi. Dengan demikian dapatlah kita lihat bahwa suatu hubungan hukum yang ditimbulkan oleh perikatan melibatkan minimal dua orang, yakni pihak kreditur dan debitur. Pengertian minimal disini berarti ada kemungkinannya suatu perikatan melibatkan lebih dari dua orang.

1) Kreditur

Adalah pihak yang berkewajiban untuk melaksanakan suatu prestasi

2) Debitur

Adalah pihak yang berhak atas suatu prestasi.

Wujud prestasi dalam perjanjian diatur dalam pasal 1234 KUH

Perdata, wujudnya adalah sebagai berikut;

- 1) memberi sesuatu
- 2) berbuat sesuatu
- 3) tidak berbuat sesuatu

Sementara ruang lingkup pelaksanaan suatu prestasi dapat merupakan:

- 1) Suatu perbuatan sekali, misalnya *levering* sebuah benda
- 2) Serangkaian perbuatan yang sifatnya terus-menerus, misalnya perjanjian sewa-menyewa
- 3) Suatu tingkah laku yang pasif, misalnya tidak memberikan dukungan¹⁵

d. Wanprestasi dan Akibat Hukumnya

Wanprestasi adalah suatu keadaan dimana debitur tidak melaksanakan prestasi sesuai dengan apa yang sudah diperjanjikan karena kesalahannya dan ia telah ditegur. Dari pengertian wanprestasi tersebut di dapat dua unsur dalam wanprestasi yaitu:

1) Unsur materiil

Yakni adanya kesalahan yang dilakukan debitur

2) Unsur formil

Yakni telah dilakukan teguran atau somasi oleh kreditur kepada debitur

Wanprestasi (kelalaian atau kealpaan) seorang debitur dapat berupa:

- 1) tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan
- 2) melaksanakan apa yang dijanjikan, tetapi tidak sebagaimana yang diperjanjikan
- 3) melakukan apa yang diperjanjikan tetapi terlambat
- 4) melakukan sesuatu yang menurut perjanjian dilarang dilakukan

Menurut Subekti, atas wanprestasi yang dilakukan oleh debitur dalam perjanjian maka terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan oleh kreditur:

- 1) meminta pemenuhan prestasi
- 2) meminta pemenuhan prestasi ditambah dengan ganti rugi
- 3) meminta ganti rugi yang terdiri dari biaya, rugi dan bunga
- 4) meminta pembatalan perjanjian
- 5) meminta pembatalan perjanjian ditambah dengan ganti rugi
- 6) adanya peralihan risiko

7) pembayaran biaya perkara oleh debitur apabila diperkarakan ke Pengadilan¹⁴.

d. *Overmacht*

Overmacht atau keadaan memaksa adalah suatu keadaan di luar kekuasaan debitur yang menyebabkan debitur tidak dapat melaksanakan suatu prestasi sesuai dengan perjanjian dan hal tersebut dapat dijadikan suatu dasar hukum untuk memberikan maaf kepada debitur.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa *overmacht* mengandung dua unsur sebagai berikut:

- a. suatu keadaan diluar kekuasaan pihak debitur dan sifatnya memaksa
- b. keadaan yang tidak dapat diketahui pada waktu pembuatan perjanjian, sehingga pihak debitur tidak dapat dituntut untuk memikul risiko.

Dengan demikian apabila telah terjadi pihak debitur yang tidak memenuhi prestasi karena suatu keadaan *overmacht* maka debitur tersebut akan luput dari hukuman untuk menanggung risiko yang kemungkinan muncul. Dasar hukum mengenai *overmacht* diatur dalam pasal 1244 dan 1245 KUH Perdata.

2. Tinjauan tentang Perjanjian Waralaba

a. Pengertian Waralaba

¹⁴ Subekti, *op.cit.* hlm.45

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang tidak diatur oleh KUH Perdata maupun Kitab Undang-undang Hukum Dagang, dengan demikian perjanjian waralaba termasuk dalam perjanjian tak bernama atau innominat. Munculnya perjanjian tak bernama merupakan akibat dari sistem dari Buku III KUH Perdata yang didalamnya termasuk mengatur tentang perjanjian yang menganut sistem terbuka yang kemudian menyebabkan munculnya asas kebebasan berkontrak. Salah satu hal yang dapat disimpulkan dari adanya asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian adalah para pihak bebas untuk membuat atau tidak membuat suatu perjanjian dengan syarat tidak bertentangan dengan undang-undang, norma kesopanan, norma kesusilaan dan ketertiban umum.

Waralaba berdasarkan ketentuan pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba adalah sebagai Berikut:

“ Waralaba adalah perikatan dimana 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 dan atau penjualan barang dan atau jasa”

Sedangkan pengertian waralaba berdasarkan pasal 1 angka (1) Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan RI Nomor:259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, waralaba adalah:

“perikatan dimana 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 pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”

Dari pengertian waralaba berdasarkan dua peraturan diatas dapat ditarik kesimpulan tentang waralaba sebagai berikut:

- 1) Waralaba merupakan suatu perikatan
- 2) Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha
- 3) Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa¹⁵

Disamping pengertian waralaba menurut dua peraturan diatas, para sarjana juga memunculkan beberapa pengertian tentang waralaba, pengertian tersebut antara lain:

- 1) Winardi

Waralaba berarti hak istimewa dari pemerintah untuk sebuah badan usaha, dimana ruang lingkupnya adalah sebagai berikut:

- a) Hak yang diberikan oleh pemerintah kepada suatu badan usaha atau individu untuk menjalankan suatu usaha tertentu, pada tempat-tempat tertentu.

¹⁵ Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm.107-108

- b) Secara analog hal tersebut berarti pula hak yang serupa yang diberikan seorang produsen kepada seorang penyalur mengenai hasil produksi.¹⁶

2) Martin Mendelsohn

“Waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seorang franchisor kepada pihak lain (*franchisee*), dan lisensi tersebut memberi hak kepada franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang atau nama dagang franchisor, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus menerus atas dasar ditentukan sebelumnya”¹⁷

3) Amir Karamoy

“Pewaralabaan adalah suatu metode kemitraan usaha atau bisnis, dimana *franchisor* dengan *franchisee* diatur oleh sebuah perjanjian atau kontrak yang disebut *Franchise Agreement* atau Perjanjian Waralaba”

Selain itu waralaba juga memuat ketentuan sebagai berikut:

- a) *Franchisor* memberikan bantuan teknis dan operasional selama kedua belah pihak diikat dalam perjanjian
- b) *Franchisee* membayar *fee* dan royalti
- c) Hubungan bisnis berdasarkan *win-win*¹⁸

b. Pihak-pihak dalam Perjanjian Waralaba

Pihak-pihak dalam perjanjian waralaba adalah sebagai berikut:

1) Pemberi waralaba

¹⁶ Darmawan Budi Suseno, *op.cit*, hlm. 43-44

¹⁷

Pemilik merek dagang dan sistem bisnis yang terbukti sukses. Pemberi waralaba merupakan pemilik produk, jasa atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu yang biasanya telah didaftarkan.

2) Penerima waralaba

Pihak yang memperoleh hak menggunakan merek dagang dan sistem bisnis, yaitu perorangan atau pengusaha lain yang dipilih oleh pemberi waralaba untuk menjadi penerima waralaba dengan memberikan imbalan berupa *fee* dan royalti serta keduanya bersepakat untuk bekerja sama saling menguntungkan, dengan berbagai persyaratan yang telah disetujui dalam perjanjian waralaba.

Berikut mengenai pengertian dari pihak-pihak dalam perjanjian waralaba menurut Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/7/1997 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

1) Pemberi waralaba adalah 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.

perjanjian waralaba disamping juga harus dinyatakan secara tegas lebih lanjut dalam pasal-pasal yang ada dalam perjanjian waralaba, pengaturan mengenai hal tersebut diatas dapat kita lihat dalam pasal 3 angka 1 huruf e Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dan juga didalam pasal 7 angka 1 huruf d Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/7/1997 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Secara umum dapat dikatakan tentang hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba adalah sebagai berikut:

- 1) Kewajiban Pemberi waralaba adalah sebagai berikut:
 - a) memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, cara penjualan atau cara distribusi produk atau cara penataan yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba tersebut.
 - b) memberikan bantuan kepada penerima waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba²⁰
- 2) Hak Pemberi waralaba adalah sebagai berikut:
 - a) melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba

²⁰ Gunawan Widjaja, *op.cit*, hlm.119.

- b) memperoleh laporan berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba
 - c) menerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya
 - d) melakukan pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba²¹
- 3) Kewajiban penerima waralaba adalah sebagai berikut:
- a) melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh pemberi waralaba guna melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, cara penjualan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.
 - b) memberikan laporan-laporan secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba mengenai kegiatan usaha waralabanya.
 - c) membayar royalti kepada pemberi waralaba sesuai dengan apa yang tertera dalam perjanjian waralaba
 - d) melakukan pendaftaran waralaba.
- 4) Hak penerima waralaba adalah sebagai berikut:
- a) memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri

²¹ *Ibid*, hlm.119-120

khas usaha, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang menjadi obyek waralaba.

- b) memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan atau cara penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual penemuan atau ciri khas usaha, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.²²

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tujuan Obyektif

a. Untuk mengetahui bagaimanakah format, isi dan ketentuan perjanjian waralaba di Restoran Obonk Steak & Ribs Yogyakarta.

b. Untuk mengetahui bagaimanakah upaya hukum yang dilakukan oleh pemberi maupun penerima waralaba dalam hal terjadi wanprestasi dan *overmacht*.

2. Tujuan Subyektif

Untuk memperoleh data dan bahan-bahan yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

²² *Ibid*, hlm 121-124.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menambah pengetahuan dan wawasan mengenai aspek-aspek hukum dalam perjanjian waralaba, khususnya tentang bagaimana format, isi dan ketentuan dalam perjanjian waralaba dan langkah-langkah hukum yang dilakukan oleh pemberi maupun penerima waralaba dalam hal terjadi wanprestasi. Serta melatih ketrampilan dalam melakukan penelitian dan penulisan karya ilmiah sebagai perwujudan dari Tri Dharma Perguruan Tinggi yaitu Dharma penelitian dan sekaligus bagi perkembangan ilmu pengetahuan hukum, khususnya hukum perdata dagang.

2. Manfaat Praktis

Memberi gambaran yang lebih jelas dan sebagai sumber informasi bagi masyarakat dan mahasiswa aspek-aspek hukum dalam perjanjian waralaba khususnya mengenai format, isi dan ketentuan dalam perjanjian waralaba dan langkah-langkah hukum yang dilakukan oleh pemberi maupun penerima waralaba dalam hal terjadi wanprestasi.

F. Metode Penelitian

1. Penelitian Kepustakaan

Penelitian kepustakaan dilakukan dengan mengumpulkan dan menghimpun data serta mengkaji berbagai sumber data sekunder yang meliputi bahan-bahan sebagai berikut:

a. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum yang berupa segala macam Peraturan Perundang-undangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti, yang terdiri dari:

- 1) Kitab Undang Undang Hukum Perdata
- 2) Undang-Undang Nomor. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- 3) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang
- 4) Undang-Undang Nomor. 31 Tahun 2000 Tentang Disain Industri
- 5) Undang-Undang Nomor. 14 Tahun 2001 Tentang Paten
- 6) Undang-Undang Nomor. 15 Tahun 2001 Tentang Merek
- 7) Undang-Undang Nomor. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta
- 8) Peraturan Pemerintah RI Nomor. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba
- 9) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/7/1997 Tentang Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba

b. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan menjelaskan tentang permasalahan dalam penelitian ini, seperti buku-buku, makalah hukum, majalah-majalah, surat kabar serta jurnal-jurnal hukum.

c. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum yang mendukung bahan hukum primer dan sekunder yaitu berupa kamus-kamus bahasa, kamus hukum serta ensiklopedia-ensiklopedia.

2. Penelitian Lapangan

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Yogyakarta.

b. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non random sampling* dengan jenis *purposive sampling*, yaitu pemilihan sampel berdasarkan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang telah diketahui sebelumnya untuk mencapai tujuan tertentu.

c. Responden

- 1) Pemberi Waralaba Restoran Obonk Steak & Ribs
- 2) Penerima Waralaba Restoran Obonk Steak & Ribs di Pakualaman Yogyakarta
- 3) Penerima Waralaba Restoran Obonk Steak & Ribs di Jalan Kaliurang km 5 Yogyakarta

d. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara, yaitu dengan mengadakan tanya jawab secara langsung kepada responden dengan alat pengumpul data berupa

proses wawancara baik itu secara langsung maupun tidak langsung terhadap responden penelitian.

3. Analisis Data

Data yang diperoleh akan dianalisis secara deskriptif kualitatif maksudnya diuraikan menurut mutu dan sifat, gejala dan peristiwa hukumnya yang berlaku dalam kenyataan sebagai data primer yang didasarkan pada penalaran terhadap uraian dimana dalam penelitian ini penulis berusaha untuk dapat mengkaji aspek-aspek hukum dalam perjanjian waralaba dengan berpegang pada segi-segi yuridis, khususnya dalam lapangan hukum dagang. Serta mencari gambaran-gambaran yang terdapat dilapangan untuk kemudian dari apa yang tergambar tersebut penulis akan menganalisis berdasarkan teori-teori yang ada dalam literatur.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Secara sistematis, penulisan skripsi ini akan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

B. Perumusan Masalah

C. Tinjauan Pustaka

D. Tujuan Penelitian

E. Manfaat Penelitian

F. Metode Penelitian

G. Sistematika Penulisan Skripsi

BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG PERJANJIAN

- A. Pengertian Perjanjian
- B. Syarat Sah Perjanjian
- C. Asas-Asas Dalam Perjanjian
- D. Saat Lahirnya Perjanjian
- E. Berakhirnya perjanjian
- F. Jenis-Jenis Perjanjian
- G. Unsur-Unsur Perjanjian
- H. Prestasi Dalam Perjanjian
- I. Wanprestasi Dan Akibat Hukumnya
- J. *Overmacht*

BAB III TINJAUAN TENTANG PERJANJIAN WARALABA

- A. Pengertian Waralaba
- B. Bentuk-bentuk Waralaba
- C. Subyek Dan Obyek Dalam Perjanjian Waralaba
- D. Syarat Sah Perjanjian Waralaba
- E. Asas-asas Dalam Perjanjian Waralaba
- F. *Disclosure* Atau Dokumen Pengungkapan
- G. Saat Lahirnya Perjanjian Waralaba
- H. Hak Dan Kewajiban Dalam Perjanjian Waralaba
- I. Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba
- J. Ketentuan *Overmacht* Dalam Perjanjian Waralaba
- K. Berakhirnya Perjanjian Waralaba

BAB IV PEMBAHASAN TENTANG HASIL PENELITIAN

**A. Format, Isi dan Ketentuan Perjanjian Waralaba Di Obonk
Steak & Ribs Yogyakarta**

**B. Upaya Hukum Yang Dilakukan Pemberi Maupun Penerima
Waralaba Dalam Hal Terjadi Waprestasi dan *overmacht***