

BAB I

PENDAHULUAN

Era globalisasi memiliki banyak pengaruh bagi perekonomian baik tingkat dunia maupun di Indonesia. Para pelaku usaha saling berlomba untuk bertahan dan mengimbangi situasi persaingan bisnis yang ketat saat ini. Mereka dituntut untuk terus berinovasi agar bisnis yang dijalani bisa tetap eksis dan berkembang. Salah satu upaya yang dilakukan oleh para pelaku usaha adalah dengan menggunakan sistem waralaba.

Waralaba dianggap sebagai peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Di era globalisasi ini, peluang bisnis waralaba sangat menjanjikan dan banyak diminati oleh masyarakat. Dalam waralaba terdapat dua pihak yang disebut dengan pemberi waralaba dan penerima waralaba. Waralaba ini pada dasarnya merupakan kerjasama dalam bidang investasi bisnis, sehingga keberhasilan dari hal ini tergantung pada kerjasama antar pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan cara saling memperhatikan hubungan di antara mereka yang menyangkut tentang hak dan kewajiban dalam perjanjian yang disepakati sebelumnya.

Waralaba juga merupakan metode pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jaringan sebuah bisnis secara cepat. Konsep ini menjadi terobosan dalam pengembangan usaha yang cukup kuat dan strategis. Bisnis waralaba dianggap dapat "menjanjikan" bahwa mereka akan menghasilkan keuntungan bagi para pelakunya karena sudah teruji dan sukses dibidangnya, tak hanya itu para penerima waralaba tidak perlu kesulitan lagi untuk memasarkan produknya. Namun waralaba juga memiliki beberapa kelemahan

antara lain adalah pihak penerima waralaba tentu saja tidak bisa dengan leluasa mengembangkan bisnisnya karena semua sudah diatur oleh pihak pemilik waralaba. Bisnis waralaba yang banyak berkembang saat ini adalah dibidang ritel, makanan, pelayanan kesehatan, dan lain sebagainya. Salah satunya bisnis waralaba makanan dengan merek Hanashobu Japanese Noodle Bar.

Definisi waralaba sendiri tercantum di dalam Pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang berbunyi, “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. Sebuah waralaba ada karena adanya sebuah perjanjian terlebih dahulu, yang mana ini disebut dengan perjanjian waralaba. Perjanjian inilah yang menimbulkan adanya berbagai hak dan kewajiban bagi para pihaknya. Perjanjian waralaba umumnya dibuat secara tertulis dan apabila dibuat dalam bahasa asing maka harus diterjemahkan dalam bahasa Indonesia sesuai dengan Pasal 4 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007. Hubungan hukum antara pemberi dan penerima waralaba ditandai dengan ketidakseimbangan kekuatan tawar menawar. Perjanjian waralaba adalah perjanjian yang dibuat oleh pemilik waralaba. Pemberi waralabalalah yang menetapkan syarat-syarat dan standar yang wajib diikuti oleh penerima waralaba seperti memberikan keterangan tertulis mengenai data atau informasi usahanya dengan benar

kepada pihak penerima waralaba yang antara lain memuat tentang identitas, HKI (Hak Kekayaan Intelektual), kriteria persyaratan, biaya investasi, fasilitas, hak dan kewajiban para pihak, dan lain sebagainya yang memungkinkan pemilik waralaba bisa membatalkan apabila penerima waralaba tidak menjalankan kewajibannya dengan baik. Pemberi waralaba memiliki kekuasaan untuk menentukan aspek-aspek dalam perjanjian waralaba, mereka berhak menilai jalannya perjanjian sehingga perjanjian ini memiliki kelemahan terkait perlindungan bagi penerima waralaba dalam menghadapi perpanjangan perjanjian dan pemutusan perjanjian.

Pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 ditegaskan bahwa salah satu kriteria waralaba adalah memiliki hak kekayaan intelektual yang sudah terdaftar. Maksud dari sudah terdaftarnya hak kekayaan intelektual yaitu terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan memiliki sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.¹

Waralaba adalah sebuah perikatan dimana pihak penerima waralaba diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) dengan tetap patuh terhadap sistem yang telah ditetapkan oleh pihak pemberi waralaba sebelumnya seperti penggunaan merek dagang, jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten maupun rahasia dagang. Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak

¹ Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Pasal 3

istimewa (*privilege*) yang terjalin atau diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran.²

Aturan tentang waralaba di Indonesia pertama kali adalah dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba yang kemudian diperbaharui dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian digantikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Menurut Gunawan Widjaja peraturan tentang waralaba yang ada di Indonesia tidak seketat seperti di negara lainnya seperti di negara Amerika Serikat. Waralaba di negara tersebut diatur dalam berbagai perundang-undangan seperti ketentuan Federal yang diatur dalam Titel 16, *Chapter 1 Federal Trade Commission (FTC), Sub Chapter D Part 436* tentang *Disclosure Requirements And Prohibitions Concerning Franchising And Business Opportunity Ventures*, maupun dalam aturan negara bagian (*state*) berdasarkan pada *Uniform Franchise and Business Opportunities Act* (UFBO).³ Tak hanya itu, terdapat ketentuan-ketentuan lain yang terkait dengan waralaba sebagaimana berikut :

1. Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-undang Hukum Perdata;

² Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ciawi-Bogor, Ghalia Indonesia

2. Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006
Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda
Pendaftaran Usaha Waralaba;
3. Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/M-DAG/PER/8/2008
Tentang Penyelenggaraan Waralaba;
4. Peraturan Menteri Perdagangan No. 07/M-DAG/PER/2/2013
Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis
Usaha Jasa Makanan dan Minuman.

Waralaba dalam dunia perdagangan merupakan salah satu sistem yang dianggap sangat menguntungkan ini telah dibuktikan oleh berbagai perusahaan nasional maupun internasional. Di Indonesia aturan hukum mengenai waralaba belum cukup lengkap. Padahal jika terjadi sesuatu yang berkaitan dengan perjanjian, para pihak memerlukan peraturan perundang-undangan yang lengkap untuk dijadikan pedoman baik sebelum maupun sesudah perjanjian. Hal ini penting untuk melindungi pemberi waralaba dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak diinginkan akibat perlindungan hukum yang tidak memadai. Hal ini diperlukan untuk menghindari pemberi dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak diinginkan karena belum lengkapnya aturan hukum yang melindungi mereka.

Dalam pelaksanaannya sebuah perjanjian waralaba tidak dapat dipungkiri dapat terjadi beberapa permasalahan seperti dalam kasus waralaba yang terjadi antara Fenty Fransisca selaku penerima waralaba Hanashobu Japanese Noodle Bar dengan Shienny Octavia dan Erwin Gunawan Wijaya

selaku pemberi waralaba dalam putusan Nomor 837/Pdt.G/2021/PN Sby. Penggugat merupakan penerima waralaba yang berhak atas lisensi ataupun izin memanfaatkan dan menggunakan merek Hanashobu Japanese Noodle Bar dalam kegiatan usahanya yakni untuk kedai Hanashobu Japanese Noodle Bar cabang Sun Rise Mall di jalan Benteng Pancasila no.9 Mojokerto sebagaimana dijelaskan dalam perjanjian yang disepakati pada tanggal 27 Juli 2016 antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Namun, setelah berjalannya waktu terdapat beberapa penyimpangan yang dilakukan pihak pemberi waralaba yang tidak sesuai dengan isi dari perjanjian sebelumnya. Penggugat juga merasa ada kejanggalan dalam perjanjian waralaba yang disepakati oleh mereka. Hal ini tentu mengakibatkan kerugian bagi pihak penerima waralaba yaitu Fenty Fransisca (Penggugat).

Baik pemberi maupun penerima waralaba harus bekerja sama untuk mengembangkan usahanya dalam kerangka sistem yang terikat satu sama lain, oleh karena itu kerjasama yang menguntungkan kedua belah pihak sangat diperlukan. Namun, apabila dalam pelaksanaannya ternyata terdapat beberapa hal yang tidak sesuai dengan aturan dan dasar hukum dari perjanjian waralaba itu sendiri maka pihak yang dirugikan dapat mengajukan gugatan kepada pihak Pengadilan Negeri. Gugatan yang diajukan oleh pihak Fenty Fransisca selaku penerima waralaba dari Hanashobu Japanese Noodle Bar inilah yang menarik perhatian penulis untuk mengkaji lebih lanjut terkait permasalahan yang terjadi dalam perjanjian waralaba didalamnya yang dituangkan ke dalam judul skripsi “Pembatalan Perjanjian Waralaba

Hanashobu Japanese Noodle Bar (Studi Putusan Nomor. 837/Pdt.G/2021/PN Sby).”

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas pada skripsi ini adalah “Bagaimana perlindungan hukum yang diperoleh penerima waralaba berdasarkan pertimbangan hakim dalam memutus perkara No. 837/Pdt.G/2021/PN Sby tentang pembatalan perjanjian waralaba Hanashobu Japanese Noodle Bar?”

Adapun tujuan dari penulisan ini ialah sebagai berikut :

1. Tujuan Obyektif

Tujuan obyektif dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perlindungan hukum yang diperoleh penerima waralaba Hanashobu Japanese Noodle Bar berdasarkan pertimbangan hakim pada putusan Nomor 837/Pdt.G/2021/PN Sby.

2. Tujuan Subyektif

Dalam rangka mengumpulkan bahan penelitian dalam penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan penulis dari adanya penelitian ini yaitu :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan wawasan serta dapat mengimplikasikan dan mensosialisasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan literatur dan riset sejenis.

3. Bagi Pelaku Usaha Waralaba

Diharapkan dapat memberi masukan kepada pelaku usaha waralaba sehingga dapat menyelesaikan masalah yang dihadapi.