

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini setiap orang berlomba-lomba untuk membuat bisnis untuk menunjang kehidupannya yang lebih baik, dengan hal tersebut maka persaingan bisnis khususnya di Indonesia semakin ketat bahkan saling berlomba-lomba untuk mendapatkan suatu penghargaan baik dari konsumen itu sendiri maupun dari suatu lembaga, selain itu juga para pengusaha tersebut ingin bisnisnya atau usahanya dikenal dalam dunia usaha dan berkembang lebih pesat dari pada yang lain. Namun para pengusaha ini dalam dunia usaha diharuskan menghadapi berbagai tantangan untuk mempunyai keunggulan tersendiri baik dalam teknologi, produk yang dihasilkan, sumber daya manusia, maupun cabang atau relasi yang luas guna berkembangnya usahanya tersebut. Sehingga para pebisnis dituntut untuk *survive* dalam menghadapi persaingan dunia bisnis yang semakin ketat dan tak terkendali.

Keadaan itulah yang mendorong banyak pengusaha untuk menemukan berbagai cara yang paling efektif salah satunya yaitu melalui penggunaan pola usaha *franchise* yang di Indonesia disebut waralaba, hal tersebut dilakukan untuk memperluas sebuah usahanya. “*Franchise* (waralaba) sebagai terobosan untuk pemasaran tanpa harus menyediakan investasi dan/atau mencari para

investor besar-besaran.”¹² Disisi lain bahwa *franchise* (waralaba) ini sebagai bentuk dan cara strategis yang sama kuatnya dengan adegan dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha, dan *franchise* (waralaba) sendiri dianggap memiliki banyak kelebihan mulai dari keuntungan (income), Sumber daya manusia (SDM), manajemen, dan memperluas jaringan bisnis dan/atau usaha ke berbagai wilayah.

Para pelaku bisnis dalam mengembangkan usahanya dengan menggunakan *franchise* bukanlah sembarangan bisnis, mengingat bahwa bisnis yang di *franchise* kan adalah bisnis atau usaha yang sudah berkompeten atau mempunyai fundamental yang baik, sehingga dianggap dapat memberikan jaminan dalam mendatangkan sebuah keuntungan bagi para *Franchisor*. Dengan *franchise* ini setiap orang tidak perlu mempersiapkan segala kebutuhan untuk memulai bisnis (usahanya) dari nol, bahkan pada era dewasa sekarang hanya membutuhkan modal uang sedikit untuk membuka sebuah bisnis dengan *trend* yang sangat menjanjikan, dan tidak perlu bersusah payah dalam mempelajari hal-hal yang digunakan untuk menunjang perkembangan bisnisnya, karena dalam *franchise* in telah ada konsep dan sistem yang terpadu maksudnya bahwa mereka yang akan memulai akan diberi pelatihan dan bimbingan dalam memulai usahanya dengan baik. Selain itu *franchise* sebagai jalan untuk membuka kesempatan kerja, pemerataan dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat, dan *franchise* juga sebagai salah satu cara

¹ Rina Suryana Nasution, 2018, “Analisis Yuridis Perjanjian Usaha Waralaba Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata”, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, Vol.5 No.2, (Desember 2018), hlm. 90.

dalam meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha sebagaimana tersebut diatas untuk secara konsepnya.

Disisi lain bahwa perkembangan bisnis *franchise* sudah sangat banyak dan beragam dalam berbagai bidang, sehingga para calon pelaku bisnis dan/atau pelaku bisnis diberi kebebasan terhadap bisnis (usaha) apa yang akan mereka ambil untuk dikembangkan, dan bisnis yang sudah merambah ke *franchise* pastilah sudah dipromosikan dan mempunyai pelanggan yang tetap, sehingga nama bisnisnya sudah cukup terkenal, dengan begitu para *franchisesor* (penerima waralaba) mengikuti jejak keberhasilannya saja. Bahwa dengan pola *franchise* ini banyak orang menilai sebagai pola yang efektif untuk menjawab perkembangan bisnis yang semakin berkembang dan ketat dalam persaingannya, selain itu juga memiliki keefektifan dalam menjawab tantangan jaman modern era sekarang, akan tetapi dengan adanya hal tersebut pola-pola yang tidak efektif.

Franchise atau dalam Bahasa Indonesia dikenal dengan Waralaba, dalam bahasa latinya yaitu *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, maksudnya mengacu terhadap kebebasan seseorang dalam memiliki hak usaha. *Franchising* (pewaralabaan) adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dana atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan suatu persyaratan yang telah dikesepakati dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang atau jasa.

Menurut Amir Karamoy, Perjanjian *franchise* yaitu yang pertama bahwa *franchise* (waralaba) adalah pihak yang memperoleh hak (lisensi) untuk menggunakan merek dan sistem bisnis yang dimiliki oleh perorangan ataupun pengusaha yang dipilih seorang *Franchisor* untuk menjadi *Franchisee*nya, dengan *Franchisor* memberikan *fee* atau biaya awal sebagai jaminan awal sebelum memulai sebuah bisnis *Franchisee* tersebut, kemudian juga memberikan *royalty fee* atau uang bagi hasil yang harus dibayarkan kepada *Franchisor* dalam jangka waktu tertentu yang telah ditetapkan para pihak. Kemudian bahwa keduanya telah bersepakat dalam kerjasama di perjanjian *franchise* untuk saling menguntungkan, dengan berbagai persyaratan yang telah disetujui dan dituangkan didalam perjanjian tersebut.³

Sudah kita ketahui bersama bahwa Indonesia merupakan negara hukum yang sebagaimana sesuai dengan yang tercantum dalam Pasal 1 ayat (3) Amandemen ke IV Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Implementasi dari Indonesia sebagai Negara Hukum adalah Indonesia memiliki beberapa bidang ilmu hukum, seperti Hukum Pidana, Hukum Konstitusi, Hukum Agraria, Hukum Bisnis, Hukum Administrasi Negara, dll serta termasuknya hukum perdata yang akan lebih banyak dibahas secara khusus pada skripsi ini. Hukum perdata dibedakan atas dua macam yaitu hukum perdata materiil dan hukum perdata formil, perdata materiil lazimnya

³ Darmawan Budi Suseno, 2007, *Sukses Usaha Waralaba Mudah, Risiko Rendah dan Menguntungkan*, Yogyakarta, Cakrawala, hlm. 19.

hanya disebut sebagai hukum perdata saja, sedangkan perdata formil lazimnya sering disebut sebagai hukum acara perdata.

Menurut R. Subekti, Hukum perdata adalah segala hukum pokok yang mengatur kepentingan perseorangan, selanjutnya menurut Sri Soedewi Mashjoen Sofwan, menyatakan bahwa hukum perdata adalah hukum yang mengatur kepentingan antara warga negara perseorangan dengan warga negara perseorangan lain.⁴ Dengan demikian yang dimaksud dengan hukum perdata adalah hukum yang mengatur hubungan hukum antara orang yang satu dengan orang yang lain didalam masyarakat yang titik beratnya mengenai kepentingan perseorangan, kendatipun demikian hukum perdata tidak melulu mengatur sebuah kepentingan perseorangan saja, namun karena hukum mengikuti perkembangan masyarakat maka hukum perdata diwarnai sedemikian rupa oleh hukum publik, seperti misalnya bidang perkawinan, perburuhan dan sebagainya.⁵

Hubungan hukum yang seperti tersebut diatas dapat terjadi dan/atau timbul karena adanya beberapa hal, yang salah satunya karena adanya perjanjian (kontrak) dari pihak yang satu dengan pihak yang lain dengan akibat hukumnya yaitu muncul hak dan kewajiban untuk para pihak sebagai akibat dari adanya perjanjian yang telah disepakati tersebut. Kesepakatan tersebut menimbulkan kekuatan yang mengikat dan menjadi Undang-undang bagi para pihak pembuat dalam perjanjian, sehingga wajib untuk dipatuhi dan

⁴ Riduan Syahrani, 2017, *Seluk-Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung, PT. Alumni, hlm. 2.

⁵ *Ibid.*

dilaksanakan oleh para pihak tersebut, maka pihak ketiga tidak dapat mencampuri isi perjanjian yang dibuat oleh para pihak, kecuali ditentukan lain oleh para pihak, contohnya seperti dalam penyelesaian sengketa melalui mediasi.

Mengenai ketentuan hukum khususnya Perjanjian *Franchise* (waralaba) diawali dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba, dari peraturan tersebut Menteri Perindustrian kemudian menerbitkan Keputusan No.259/MPP/Kep/1997 yang salah satu isinya membahas mengenai batas jangka waktu perjanjian *franchise* (waralaba), keputusan Menteri tersebut adalah sebagai bentuk peraturan pelaksana dari PP No.16 Tahun 1997.

Dalam peraturan lainnya yaitu didalam Undang-undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek, dalam UU itu memang tidak secara rinci membahas tentang waralaba namun dalam salah satu Pasal menjelaskan penjelasan terkait dengan sistem waralaba yaitu Pasal 42 bahwa “pemilik merek terdaftar dapat memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menggunakan merek tersebut baik sebagian maupun seluruh jenis barang dan/atau jasa dengan atas dasar perjanjian dan harus dimohonkan pencatatannya pada menteri dan Direktorat Jendral Hak Kekayaan Intelektual. Selanjutnya ketentuan lain yang membahas secara khusus tentang *franchise* atau waralaba yaitu Peraturan Pemerintah RI No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba tepatnya pada Pasal 1 menyebutkan bahwa:

“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.”⁶

Kemudian *franchise* (Waralaba) diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/MDAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggara Waralaba sebagai peraturan pelaksanaan PP RI No. 42 Tahun 2007.

PP No. 42 Tahun 2007 mengisyaratkan bahwa waralaba harus dituangkan dalam kontrak resmi yang wajib terdaftar di kantor pemerintah yang berwenang. Kontrak tersebut tidak hanya menyangkut izin untuk menggunakan merek dagang dan/atau layanan, tetapi juga memberi hak pada penerima waralaba untuk menerapkan sistem bisnis rahasia yang dijaga oleh pemberi waralaba. Namun, fenomena menarik di Indonesia adalah masih sedikitnya pemberi dan penerima waralaba yang melibatkan pihak berwenang dalam pencatatan dan pendaftaran kontrak mereka.

Perjanjian Waralaba tidak sekadar merupakan jalinan hukum antara *Franchisor* dan *Franchisee*, tetapi sebuah karya seni yang menggambarkan hak dan kewajiban keduanya seperti catatan syarat, biaya, dan peta jalan bagi masa depan bersama. Sesuai dengan Pasal 2 dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 Tahun 2012, pemberian waralaba haruslah seperti bintang yang

⁶ Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, Tentang Waralaba.

bersinar, memiliki bukti konkret akan potensi keuntungan usahanya, serta terang benderang dalam menetapkan standar operasional yang tertulis dan sistem dukungan yang berkesinambungan. Pentingnya keselarasan terpancar dalam kehadiran Hak Kekayaan Intelektual yang sah, seolah menjadi lukisan tak tergantikan dalam kanvas perjanjian tersebut. Dan dalam sorotan yang sama, peraturan ini mengekspresikan kebutuhan akan keunikan dalam Perjanjian Waralaba, di mana setiap detil seperti nama, alamat, jenis HAKI, dan hak serta kewajiban para pihak, semuanya diukir dalam keberanian untuk menembus masa depan, baik dalam memperpanjang kisah sukses maupun menyelesaikan konflik yang tak terhindarkan.

Franchise (Waralaba) adalah bentuk perjanjian, para pihak yang akan mengadakan suatu perjanjian harus sesuai dengan apa yang sudah dicantumkan dan dipertegas dalam Peraturan Perundang-undangan. Berdasarkan Pasal 1313 KUHPdata, bahwa perjanjian berarti pihak yang satu mengikatkan dirinya terhadap orang lain atau lebih, yang dimaksud orang lain dalam pasal tersebut bisa dengan perusahaan yang telah mempunyai HAKI dan terdaftar secara sah, lebih lanjut pada Pasal 2 ayat (2) f PP No. 71 Tahun 2019 menegaskan bahwa salah satu kriteria *franchise* (waralaba) adalah HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang telah terdaftar. Pada Pasal 2 ayat (6) “Kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf f meliputi Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang terkait dengan usaha seperti merek dan/atau hak cipta dan/atau paten dan/atau lisensi dan/atau rahasia dagang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang”. Sebab

Konsep *franchise* (waralaba) di Indonesia bahwa dalam perjanjian yaitu pemberian waralaba senantiasa terkait dengan pemberian hak untuk menggunakan dan/atau memanfaatkan HAKI yang telah secara resmi terdaftar.

Dalam Perjanjian *Franchise* juga harus memenuhi empat syarat sebagaimana tersebut didalam Pasal 1320 KUHPerdara yaitu adanya kata sepakat, cakap hukum, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Ketika empat syarat sah perjanjian tersebut telah dipenuhi, maka perjanjian yang terlahir memiliki kekuatan hukum yang sah. Sehingga perjanjian tersebut mengikat para pihaknya serta berlaku sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya dan apabila terdapat pihak yang tidak patuh terhadap apa yang diperjanjikan maka dapat dikenai akibat hukum, hal tersebut sesuai dengan sebagaimana yang tersebut didalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, yang mana bahwa perjanjian yang telah dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Dengan adanya Perjanjian *Franchise* yang telah disepakati para pihak dan mengikat, maka timbul hak dan kewajiban par pihak, yang masing-masing pihak harus memenuhi prestasi-prestasi yang telah diperjanjikan. Namun tidak menutup kemungkinan dikemudian hari akan terjadi konflik para pihak *franchise* yang dapat mengakibatkan tidak dipenuhinya prestasi-prestasi yang telah diperjanjikan tersebut. Wanprestasi itu dapat muncul akibat salah satu pihak yang merasa dicurangi, kesalahan debitur baik sengaja maupun kelalaian, dan dalam keadaan memaksa dalam kesepakatan berbisnis, yang sebagaimana telah disepakati bersama. Pemutusan secara sepihak karena wanprestasi

tersebut membawa dampak berupa kerugian oleh salah satu pihak baik *Franchisor* maupun *franchise*. Sehingga semua peraturan mengenai Perjanjian Waralaba berguna bagi para pihak untuk menjadi dasar hukum yang kuat apabila terjadi konflik dikemudian hari. Hukum yang ada dalam suatu perjanjian dipenuhi dan ditaati oleh para pihak yang bersangkutan dan wajib memenuhi kewajiban tersebut seperti memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu apabila ada salah satu pihak yang ingkar janji akan menimbulkan wanprestasi⁷.

Dalam kerangka perlindungan hukum terhadap praktik bisnis waralaba, Pasal 3 huruf F dari Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 menawarkan fondasi yang mendasar. Disposisi tersebut menggarisbawahi pentingnya pengakuan resmi terhadap hak kekayaan intelektual, memastikan adanya kejelasan legalitas dalam transaksi waralaba yang ditawarkan. Lebih lanjut, ketentuan ini menegaskan bahwa penyusunan perjanjian waralaba haruslah dilakukan dalam Bahasa Indonesia, yang mencerminkan semangat nasionalisme dan kedaulatan hukum. Kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyediakan prospektus dan analisis profitabilitas sebelum penandatanganan kontrak, menggambarkan pendekatan yang berbasis bukti dan analisis dalam melindungi kepentingan calon penerima waralaba. Melalui lapisan-lapisan regulasi ini, Pasal tersebut bukan hanya memberikan dasar hukum yang kokoh, tetapi juga memperkuat keseimbangan kepentingan antara kedua belah pihak

⁷ Ahmad Miru, 2007, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Jakarta, PT. Raja Grafindo Persada, hlm. 8.

dalam ekosistem waralaba. Terdapat pula dorongan untuk mengembangkan kerangka hukum yang lebih spesifik melalui undang-undang yang mengatur waralaba di Indonesia, yang mencakup aspek-aspek seperti klausul standar dan perlindungan hukum yang lebih komprehensif bagi semua pemangku kepentingan yang terlibat.⁸

B. Rumusan Masalah

Dari penjabaran latar belakang di atas, penulis merumuskan masalah yang akan menjadikan acuan utama dalam analisis penelitian ini, yaitu Bagaimana Penyelesaian dalam hal *Franchisee* melakukan Wanprestasi dalam Perjanjian *Franchise Say Story*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari adanya penelitian ini adalah:

1. Tujuan Obyektif

Penelitian ini mempunyai tujuan obyektif, yakni untuk mengetahui bagaimana Penyelesaian dalam Hal *Franchisee* melakukan Wanprestasi dalam Perjanjian *Franchise Say Story*

2. Tujuan Subyektif

Penelitian ini mempunyai tujuan subyektif, yakni memperoleh data yang akurat tentang obyek yang diteliti sebagai bahan guna menyusun

⁸ Dwi Atmoko, Pelaksanaan Perjanjian serta Perlindungan Hukum Praktek Bisnis Waralaba di Indonesia, *Jurnal Krtha Bhayangkara*, Vol. 13 No. 1. (Januari, 2019), hlm. 29.

penulisan hukum dan/atau skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum (S1) di Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi pelaku usaha khususnya usaha di bidang waralaba agar selalu memperhatikan usaha atau produknya yang akan dipasarkan, dan diharapkan dapat membantu memberi masukan kepada semua pihak yang membutuhkan pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti dan juga agar dapat menjadi acuan terhadap Pemerintah apabila ingin membuat suatu peraturan yang baru khususnya berhubungan dalam pelaksanaan usaha waralaba.

2. Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian terhadap perkembangan hukum khususnya yang berkaitan dengan perkembangan usaha waralaba. Selain itu diharapkan akan dapat memberikan sumbangan pemikiran yuridis terhadap perkembangan hukum agar nantinya lebih dapat mengikuti atau bahkan mengimbangi perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pelaksanaan perlindungan hukum dalam perjanjian waralaba serta

penyelesaian sengketa waralaba khususnya mengenai wanprestasi secara sepihak.