

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Mewujudkan kesejahteraan bagi rakyatnya adalah salah satu tujuan suatu negara tidak terkecuali Indonesia. Pembangunan di bidang perekonomian merupakan salah satu cara mencapai kesejahteraan masyarakat, karena seiring pertumbuhan di bidang perekonomian ke arah yang lebih baik maka akan muncul lapangan-lapangan pekerjaan baru, investasi-investasi yang dapat menjadi solusi permodalan, dan hal-hal lain yang dapat meningkatkan kesejahteraan rakyat.

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha, karena dengan melakukan wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri dan dengan wirausaha akan membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang diciptakan tersebut. Selain itu wirausaha dapat berguna untuk menciptakan lapangan kerja bagi orang lain yang berada disekitar usaha tersebut.

Banyak cara untuk menjadi seorang wirausahawan, antara lain dengan mendirikan bisnis baru ataupun membeli sistem bisnis yang telah ada dan telah berjalan. Diantara pilihan-pilihan tersebut ada kelebihan dan kekurangannya, mendirikan bisnis sendiri memiliki keuntungan bahwa si pemilik bisnis dapat dengan leluasa untuk melakukan atau membuat aturan untuk menjalankan bisnisnya sedangkan kekurangan dari mendirikan bisnis sendiri antara lain bahwa sistem bisnisnya belum teruji dan pasar belum tentu ada sehingga peluang gagal

besar. Membeli sistem bisnis yang telah ada memiliki keuntungan bahwa pembeli sistem tersebut tidak perlu memulai dari nol, karena biasanya sistem itu telah teruji dan siap dijalankan oleh pembeli sistem bisnis tersebut, namun dalam membeli sistem bisnis juga terdapat kekurangan antara lain bahwa pembeli sistem tersebut tidak memiliki keleluasaan menjalankan bisnis, karena telah ada aturan-aturan baku yang dibuat oleh pemilik sistem bisnis tersebut.

Saat ini banyak orang yang memulai usaha dengan cara membeli sistem bisnis atau yang dikenal dengan istilah *franchise* yang dalam bahasa Indonesia disebut waralaba. 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.

Selain itu menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI), yang dimaksud dengan waralaba adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.¹

Di samping pengertian tersebut, ada pengertian waralaba menurut doktrin, sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharnoko : “*Franchise* pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen.”

¹<http://www.wikipediaindonesia.com>, diakses pada tanggal 05 Desember 2016, Pukul 23.30 WIB.

Selain itu ada pula pengertian waralaba menurut Juajir Sumardi :
“*Franchise* adalah sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode ini disebut “*franchisor*” sedangkan pembeli yang berhak untuk menggunakan metode ini disebut “*franchisee*”.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*.

Warren J. Keegen dalam bukunya *Global Marketing Management* mengatakan bahwa waralaba adalah salah satu cara untuk mengembangkan bisnis secara internasional dan sangat populer di dunia. Produk dan jasa waralaba mayoritas adalah produk dan jasa yang memiliki kualitas tinggi. Contoh waralaba asing yang mendunia adalah *Kentucky Fried Chicken (KFC)*, *California Fried Chicken (CFC)*, *Mc. Donald* dan *Pizza Hut*. Sedangkan waralaba lokal yang sukses antara lain Es Teller 77, Rudy Hadisuwarno, Jhonny Andrian. Seiring dengan berkembangnya bisnis waralaba, di Indonesia bisnis ini tumbuh dan berkembang pesat. Mulai era 90-an sampai saat ini bisnis waralaba telah mencakup mulai dari produk makanan, minuman, restoran, jasa seperti: salon kecantikan, ritel, fotocopy, hotel, swalayan dan bimbingan belajar serta sistem waralaba di bidang kesehatan yang mencakup pada bagian farmasi yaitu apotik

telah melakukan sistem waralaba dalam menawarkan produk atau jasa ke konsumen.

Semakin berkembangnya bisnis waralaba pada awal 90-an ini dirasa perlu untuk membuat suatu payung hukum dalam pelaksanaannya. Maka keluarlah Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba yang digantikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba dan beberapa peraturan menteri untuk mengatur pemberian hak waralaba ini.

Pemberian hak waralaba dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise contract*). Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Seperti perjanjian pada umumnya, perjanjian waralaba (*franchise contract*), tunduk pada Buku III KUHPerdara sebagai pengaturan secara umum dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 sebagai pengaturan secara khusus. Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh para pihak dalam hal ini *franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee dan franchisor*, misalnya hak

teritorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*.

Seperti pada perjanjian umumnya, juga sebagai kemungkinan terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi dari pihak penerima waralaba dapat berupa: tidak dibayarnya *franchisee fee* pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang oleh franchisor 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 *franchisor*. Sedangkan wanprestasi yang dapat dilakukan oleh pemberi waralaba dapat berupa: tidak memberikan fasilitas yang dapat memungkinkan sistem waralaba berjalan lancar, tidak melakukan pembinaan terhadap penerima waralaba, tidak membantu penerima waralaba dalam melaksanakan usaha waralabanya.²

Bisnis waralaba di bidang pendidikan relatif masih baru di Indonesia namun bisnis waralaba di bidang pendidikan ini memiliki peluang untuk sukses, Primagama Quantum Kids adalah lembaga pendidikan yang memfokuskan pada layanan bimbingan belajar matematika otak kanan yang berada dibawah naungan yayasan primagama. Pada awalnya berdiri di tahun 2009 hanya bernama Quantum Kids lalu pada tahun 2010 Quantum Kids membeli nama Primagama dan resmi berada dibawah yayasan Primagama pada tahun 2010. Pembelian nama

²<http://www.geogle.com>, diakses pada tanggal 05 Desember 2016, Pukul 23.50 WIB.

Primagama dilakukan karena Primagama telah mempunyai nama besar yang diakui. Sistem pengembangan cabang dari Primagama Quantum Kids adalah dengan metode kemitraan mandiri secara waralaba (*franchise*).

Pada Primagama Quantum Kids terdapat dua jenis waralaba yang diperjualbelikan, yaitu *master franchise* Primagama Quantum Kids berupa pembelian franchise yang meliputi beberapa cabang Primagama Quantum Kids dan dapat bertindak sebagai perpanjangan tangan pusat yang berhak mengelola *royaltyfee* dari cabang dan melaporkannya ke pusat. Jenis waralaba kedua yaitu pembelian *Outel* Primagama Quantum Kids berupa pembelian cabang dari Primagama Quantum Kids yang memberikan hak pada *franchisee* untuk mengelola cabang Primagama Quantum Kids dengan standar yang dimiliki oleh *franchisor*.

Semua hal yang terkait dengan *franchise* Primagama Quantum Kids ini diatur dalam suatu perjanjian *franchise* atau perjanjian waralaba yang dalam perjanjian tersebut memuat hak dan kewajiban masing-masing pihak baik *franchisor* maupun *franchisee* Primagama Quantum Kids. Pengembangan bisnis waralaba di bidang pendidikan merupakan suatu bisnis ini berkembang sesuai dengan kebutuhan masyarakat di bidang pendidikan yang akan terus ada, sehingga sangat baik untuk dikembangkan dan menarik jika dapat mengetahui bagaimana pelaksanaan dalam perjanjian *franchise* atau waralaba.

Hal itulah yang membuat penulis tertarik untuk mengangkat masalah ini mengenai konsep perjanjian waralaba (*franchise contract*) dalam bidang usaha

obat-obatandengan judul “**PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE CONTRACT) PADA BISNIS WARALABA BIMBINGAN BELAJAR (STUDI PADA LEMBAGA BIMBINGAN BELAJAR PRIMAGAMA QUANTUM KIDS BUKITINGGI)**”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka permasalahan yang diteliti dan dibahas dalam skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perjanjian waralaba pada Primagama Quantum Kids Bukittinggi antara pemberi waralaba (*franchisee*) dengan penerima waralaba (*franchisor*)?
2. Bagaimana bentuk wanprestasi dalam perjanjian franchise dan upaya penyelesaian yang dilakukan para pihak apabila terjadi wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (franchise) pada Primaga Quantum Kids Bukittinggi?

