

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi saat ini, perekonomian dunia dan kerjasama di bidang perdagangan dan jasa sangat berkembang pesat. Persaingan usaha dalam laju bisnis juga semakin erat. Hal ini berpengaruh terhadap perekonomian di Indonesia, dengan adanya kerjasama dalam bidang perdagangan dan jasa dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Salah satu usaha yang berkembang saat ini dalam bidang perdagangan dan jasa adalah usaha waralaba.

Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang di waralabakan adalah usaha-usaha yang telah teruji dan sukses dibidangnya, sehingga dianggap dapat menjamin mendatangkan keuntungan. Melalui konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik.

Waralaba berasal dari kata wara artinya lebih dan laba yang artinya untung. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, waralaba berarti kerjasama di bidang usaha dengan bagi hasil atau hak kelola atau hak pemasaran.¹ Legalitas keberadaan Waralaba baru dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba. Disusul 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 diubah

¹ <http://kamusbahasaIndonesia.org/waralaba> diakses pada tanggal 5 Februari 2016 pukul 20.00 WIB.

dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (yang kemudian disebut dengan PP tentang Waralaba) dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pasal 1 PP tentang Waralaba 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.”

Berdasarkan pengertian tersebut, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (*franchisor*) memberikana hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode tertentu dengan menggunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan berkembang oleh *franchisor*.²

Hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba diatur dalam sebuah perjanjian atau kontrak yang berwujud hak dan kewajiban bagi para pihak. 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. Perjanjian waralaba dibuat secara tertulis dimana para pihak harus mematuhi isi dari perjanjian yang telah dibuat apabila dilanggar akan menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kesepakatan dalam perjanjian waralaba seperti yang terdapat dalam ketentuan Pasal 4 ayat (1) PP tentang Waralaba yang berbunyi:

“Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.”

² IKADIN, *Aspek-aspek Hukum tentang Franchise*, Bandung, 1997, hlm. 154.

Pada Pasal 3 PP tentang Waralaba menjelaskan bahwa usaha yang dapat digolongkan sebagai usaha waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan, dan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar. Pasal 3 ayat (6) menyatakan bahwa kriteria waralaba adalah hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar. Rahmadi Usman menjelaskan bahwa hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar tersebut adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.³

Para pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada Pasal 1 ayat (2) dan (3) PP tentang Waralaba yang terdiri dari pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima Waralaba. Sedangkan penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.⁴

Para pihak dalam perjanjian waralaba wajib memenuhi beberapa prosedur dalam perjanjian waralaba yang telah diatur dalam PP tentang Waralaba. Dalam peraturan tersebut diatur bahwa pihak pemberi waralaba harus mendaftarkan prospektus penawaran waralaba dan penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba.

³Rahmadi Usman, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, Bandung: Alumni, 2003, hlm. 136.

⁴Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jakarta: Kata Hati, 2011, hlm.107.

Tujuan dari pengaturan ini adalah untuk melindungi masyarakat sebagai konsumen dari perdagangan jasa waralaba dan melindungi para pihak dalam perjanjian waralaba.

Jenis waralaba yang ada di Indonesia ada dua, yaitu waralaba asing dan waralaba lokal. Waralaba asing adalah waralaba yang didirikan diluar wilayah negara Republik Indonesia, sedangkan waralaba lokal adalah waralaba yang didirikan berada di dalam wilayah negara Republik Indonesia. Pada saat sekarang ini, pertumbuhan waralaba asing turut mempengaruhi pola konsumsi masyarakat Indonesia. Banyak konsumen lebih memilih makanan asing daripada makanan tradisional Indonesia, sehingga makanan tradisional semakin tersisih. Pertumbuhan waralaba asing yang cukup pesat di Indonesia mengancam keberadaan waralaba lokal. Hal ini juga dipengaruhi karena banyak waralaba lokal yang belum memenuhi syarat standar dalam penerbitan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba).

Seperti telah dijelaskan sebelumnya, suatu usaha baru dapat dikatakan sebagai waralaba apabila telah memenuhi kriteria sebagai usaha waralaba yang terdapat dalam Pasal 3 PP tentang Waralaba. Jika semua kriteria tersebut telah dipenuhi, maka usaha tersebut dapat dikatakan waralaba dan telah memenuhi syarat standar dalam penerbitan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) yang berfungsi untuk melindungi konsumen dari perdagangan jasa waralaba dan melindungi para pihak dalam perjanjian waralaba.

Salah satu usaha waralaba lokal yang berkembang saat ini dan berasal dari Provinsi Sumatera Barat adalah Tansu Om Chenk yang beralamat di Jalan Soekarno-Hatta Balai Nan Duo, Kota Payakumbuh. Tansu Om Chenk didirikan pada tanggal 20 Juni 2015. Walaupun baru berdiri, namun Tansu Om Chenk telah banyak dikenal dan dinikmati oleh masyarakat. Tansu merupakan singkatan dari ketan susu. Tansu Om Chenk membuat suatu inovasi yaitu merupakan kuliner berbentuk ketan susu es, yang mana biasanya ketan diolah menjadi makanan tradisional seperti kue basah. Namun

keberadaan Tansu Om Chenk sebagai suatu usaha waralaba masih belum memenuhi aturan yang terdapat dalam PP tentang Waralaba, baik itu dari pemenuhan kriteria maupun dari pelaksanaan hak dan kewajiban bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

“PENERAPAN PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA TERHADAP USAHA WARALABA (STUDI PADA WARALABA TANSU OM CHENK DI PAYAKUMBUH)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat merumuskan tiga pokok permasalahan, yaitu:

1. Apakah usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh sudah memenuhi kriteria sebagai suatu waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba?
2. Bagaimanakah prosedur pelaksanaan perjanjian waralaba pada usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh?
3. Bagaimanakah hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba pada usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh sudah memenuhi kriteria sebagai suatu usaha waralaba sesuai dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

2. Untuk mengetahui prosedur pelaksanaan perjanjian waralaba pada usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh.
3. Untuk mengetahui hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba pada usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari hasil penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis

- a. Untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu itu sendiri maupun penegakkan hukum pada umumnya, serta dapat menerapkan ilmu yang selama ini telah didapat dalam perkuliahan dan dapat berlatih dalam melakukan penelitian yang baik.
- b. Penulis mengharapkan hasil penelitian ini bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran untuk memperkaya konsep-konsep, teori-teori, dan pembangunan hukum pada umumnya dan perdata khususnya mengenai pelaksanaan usaha waralaba.
- c. Penelitian ini dapat melatih kemampuan dalam melakukan penelitian secara ilmiah dan merumuskan penelitian tersebut dalam bentuk tulisan.

2. Manfaat praktis

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan referensi bagi pihak-pihak yang melakukan perjanjian waralaba.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat memberikan sumbangan pemikiran kepada pembaca dan sebagai literatur tambahan dalam rangka mencari informasi tentang pelaksanaan usaha waralaba.

E. Metode Penelitian

Metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melaksanakan penelitian.⁵ Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat yuridis sosiologis yaitu pendekatan masalah melalui penelitian hukum dengan melihat norma hukum yang berlaku dan menghubungkan dengan fakta yang ada dalam masyarakat sehubungan dengan permasalahan yang ditemui dalam penelitian.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat deskriptif analitis yaitu memaparkan data-data yang ditemukan di lapangan dan menganalisisnya untuk mendapatkan kesimpulan yang benar dan akurat.

3. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini diperoleh penulis melalui:

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian Kepustakaan atau *library research*, yakni penelitian yang dilakukan dengan mencari literatur yang ada, seperti buku-buku, karangan ilmiah, peraturan perundang-undangan dan peraturan lainnya yang terkait.

Penelitian kepustakaan ini dilakukan pada:

- 1) Perpustakaan Pusat Universitas Andalas
- 2) Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Andalas

⁵ Soeryono Soekanto, 1984, *Pengantar Penelitian Hukum*, Jakarta: UI Press, hlm. 6.

3) Buku-buku dan literatur yang penulis miliki

b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Penelitian lapangan dilakukan pada usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh. Penelitian ini dilakukan dengan maksud mendapatkan data yang berhubungan dengan permasalahan yang dibahas sehingga dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang dimaksud.

4. Jenis Data

Jenis data yang dikumpulkan adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dilapangan terhadap objek penelitian dengan melakukan wawancara dengan pihak-pihak terkait. Maksudnya adalah bahan pertanyaan dan alat-alat perlengkapannya telah dipersiapkan terlebih dahulu, baik mengenai daftar pertanyaan maupun pembahasan masalah.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui studi kepustakaan yaitu berbagai buku-buku atau referensi-referensi yang dapat mendukung penulisan ini dan hasil-hasil penelitian berbentuk laporan. Dari data sekunder ini penulis mendapatkan bahan-bahan hukum yaitu:

1. Bahan Hukum Primer

Terdiri dari beberapa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan materi penulisan, seperti:

a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

b) Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

c) Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012
tentang Penyelenggaraan Waralaba

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum yang erat kaitannya dengan topik yang penulis angkat dan dapat membantu menganalisis, memahami dan menjelaskan bahan hukum primer seperti buku-buku, hasil-hasil penelitian dan karya tulis dari kalangan hukum.

3. Bahan Hukum Tersier

Bahan hukum tersier yaitu bahan hukum yang memberikan petunjuk maupun penjelasan mengenai bahan hukum primer dan sekunder (bahan penunjang). Bahan hukum tersier ini diantaranya adalah Kamus Besar Bahasa Indonesia dan Kamus Hukum.

5. Metode Pengumpulan Data

a. Studi Dokumen

Studi dokumen merupakan langkah awal dari setiap penelitian hukum (baik normatif maupun sosiologis) karena penelitian hukum selalu bertolak dari premis normatif. Untuk itu penulis mempelajari buku-buku dan dokumen-dokumen serta artikel yang berhubungan dengan waralaba. Dalam mengumpulkan data terlebih dahulu dikumpulkan materi tertulis yang berhubungan dengan materi penelitian. Kemudian dipilih buku (literatur) yang berhubungan langsung dengan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini.

b. Teknik Wawancara

Wawancara yaitu dialog atau tanya jawab dengan para pihak yang terkait dalam pelaksanaan usaha waralaba Tansu Om Chenk di Payakumbuh untuk mendapatkan informasi.

Teknik wawancara yang digunakan adalah semi terstruktur (*structure interview*), yaitu wawancara dengan pertanyaan yang diajukan telah dipersiapkan sebelumnya, namun dimungkinkan untuk keluar dari pertanyaan yang telah dipersiapkan tersebut demi jelasnya suatu permasalahan terhadap orang yang diwawancarai.

6. Pengolahan Data

Pengolahan data adalah kegiatan merapikan hasil pengumpulan data di lapangan sehingga siap untuk dianalisis.⁶ Teknik pengolahan data yang dipakai pada penelitian ini adalah *editing*, yaitu proses merapikan dan pemeriksaan data yang telah diperoleh, yaitu berupa informasi, berkas, catatan, dan dokumen yang didapat dari hasil penelitian di lapangan sehingga siap untuk dianalisis. Hal ini bertujuan untuk mempersiapkan data secara baik untuk dianalisis.

7. Analisis Data

Analisis data sebagai proses setelah dilakukannya pengolahan data. Setelah didapatkan data-data yang diperlukan, maka penulis melakukan analisis secara kualitatif, yaitu analisis yang menghasilkan data berbentuk kalimat dan dari hasil analisis tersebut diperoleh data deskriptif yang menggambarkan hasil penelitian yang sebenarnya dan dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah serta dapat diuji kebenarannya.

⁶ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Jakarta: Sinar Grafika, 1999, hlm.72.