

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan dunia usaha global akan mempengaruhi kegiatan perekonomian di Indonesia dan merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan pula dalam rangka melakukan aktivitas bisnis. Persaingan yang ketat menuntut para pelaku bisnis di Indonesia untuk terus berusaha dalam kondisi perekonomian di negara kita yang belum kembali normal sejak terjadinya krisis moneter.

Pelaku bisnis di Indonesia didominasi oleh pengusaha kecil dan menengah yang harus sudah mulai memikirkan nasibnya agar dapat terus bertahan. Salah satu cara untuk bertahan adalah dengan adanya pola distribusi barang dan jasa yang baik, sehingga hasil produksi dari pelaku bisnis dapat disalurkan serta diserap oleh konsumen secara optimal. Oleh karena itu pelaku usaha dituntut untuk menemukan cara yang efektif dalam rangka memperluas jaringan usaha. Cara yang dianggap efektif dalam memperluas jaringan usaha saat ini salah satunya melalui format bisnis Waralaba atau *Franchise*.¹

Bisnis waralaba merupakan cara bisnis yang telah terbukti mampu meningkatkan akselerasi pengembangan perekonomian dan merupakan sistem yang tepat bagi terciptanya pemerataan kesempatan berusaha.

¹ P. Lindawaty S. Sewu, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler Dalam Perspektif Hukum & Ekonomi*, Bandung, Penerbit CV. Utomo, 2004, hlm. 1.

Saat ini pengembangan usaha melalui sistem waralaba mulai banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia. Sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi, waralaba merupakan suatu alternatif lain di samping saluran konvensional yang dimiliki perusahaan sendiri. Cara ini memungkinkan untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil tanpa harus membutuhkan investasi besar-besaran dari pihak induknya. Umumnya format bisnis waralaba berkembang di sektor yang padat karya, sehingga sangat cocok dikembangkan di Indonesia, yang saat ini memiliki lebih dari 40 juta penduduk yang menganggur.

Bisnis waralaba seperti *Pizza Hut*, *Kentucky Fried Chicken*, *Mc Donald*, *Dunkin Donut's*, dan lain sebagainya berkembang pesat. Di samping keberhasilan waralaba asing, banyak juga kisah sukses waralaba yang berskala nasional. Bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya sudah dirintis cukup lama dalam skala bisnis nasional oleh Es Teler 77, yang mulai menggunakan sistem waralaba untuk pertama kali di Solo pada tahun 1987, Rudy Hadisuwarno Salon, Ayam Goreng Mbok Berek, Ayam Bakar Wong Solo dan lain sebagainya yang juga mengalami pertumbuhan yang baik. Berkembangnya waralaba lokal diharapkan bisa menjadi pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah atau usaha besar untuk meningkatkan keberadaannya sehingga pada gilirannya dapat memperkuat perekonomian bangsa Indonesia.

Menurut Amir Karamoy seorang konsultan bisnis waralaba, di Indonesia telah terjadi perkembangan bisnis waralaba yang dahsyat. Pada

pertengahan tahun 1990 jumlah waralaba asing yang ada di Indonesia ada 6, di tahun 1996 telah melonjak lebih dari 141. Sementara waralaba lokal dari angka 21 telah berubah menjadi 26. Total penjualan waralaba asing di Indonesia pada tahun 1996 berjumlah Rp 8,4 trilyun. Royalti yang diberikan penerima waralaba berjumlah Rp 500 milyar, belum termasuk impor bahan baku, dan upah tenaga kerja asing.² Hal ini menunjukkan bahwa betapa perdagangan dengan sistem waralaba sudah begitu sukses di Indonesia.

Usaha bisnis dengan menggunakan sistem waralaba dibangun atas dasar hubungan perjanjian, yang dikenal dengan perjanjian waralaba, yang akan melahirkan hak dan kewajiban para pihak. Perjanjian waralaba merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik waralaba atau yang disebut *franchisor* dan pemegang waralaba atau yang disebut *franchisee*. Setiap pemilik waralaba pada umumnya mempunyai suatu standar perjanjian yang ditawarkan kepada para calon penerima waralaba untuk dapat disepakati, dimana bentuk perjanjian yang telah dibuat oleh pemberi waralaba ini disusun oleh para ahli hukumnya sehingga substansinya sebagian besar menguntungkan pemilik waralaba atau minimal tidak merugikannya serta dapat melindungi pemilik waralaba.

Hubungan hukum antara pemberi dan penerima waralaba ini ditandai dengan ketidakseimbangan kekuatan tawar menawar. Perjanjian

² AM. Lilik Agung, *Strategi Bisnis Marketing Dan Manajemen*, Yogyakarta, Andi Offset, 1997, hlm. 65.

waralaba merupakan perjanjian yang dibuat oleh pemilik waralaba. Pemberi waralaba menetapkan syarat-syarat dan standar yang harus diikuti oleh penerima waralaba yang memungkinkan pemberi waralaba dapat membatalkan perjanjian apabila dia menilai penerima waralaba tidak dapat memenuhi kewajibannya. Pemberi waralaba memiliki *discretionary power* untuk menilai semua aspek usaha penerima waralaba, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi penerima waralaba dalam menghadapi pemutusan perjanjian dan penolakan pemberi waralaba untuk memperbaharui perjanjian.³ Hal ini tentu saja mengakibatkan kerugian bagi penerima waralaba yang telah menginvestasikan modalnya melalui bisnis waralaba tersebut.

Melihat kondisi yang seperti ini, sudah saatnya seluruh sektor yang terlibat dalam bisnis waralaba untuk berbenah diri, termasuk juga di bidang hukum. Sesungguhnya waralaba hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.⁴ Kepastian dan perlindungan hukum menjadi persyaratan utama yang harus dimiliki agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, apalagi bisnis dengan sistem waralaba saat ini sedang mengalami perkembangan yang sangat baik, terutama pertumbuhan waralaba lokal yang diharapkan.

³ David Hess, *The Iowa Franchise Act : Toward Protecting Reasonable Expectations of Franchisees and Franchisors*, Iowa Law Review, Vol 80 (Januari 1995) hal 342 sebagaimana disadur oleh Suhamoko, dalam Buku *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, Prenada Media, Jakarta, 2004, hlm. 85.

⁴ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm. 5.

Franchise atau waralaba dalam praktek dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 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 Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dan Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah RI Nomor 42 Tahun 2007, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Sejak satu dekade terakhir, bisnis waralaba sangat marak di Indonesia. Banyak perusahaan dan industri, seperti makanan, salon, bengkel, apotik, pendidikan dan sebagainya dikembangkan melalui sistem yang disebut dengan istilah waralaba ini. Peluang bisnis ini sendiri sangat terbuka lebar mengingat kalangan pemilik waralaba selalu membantu pengembangan pemegang hak waralabanya dengan berbagai cara. Pewaralaba lokal pun bermunculan ikut serta meramaikan persaingan bisnis waralaba. Hal ini menunjukkan waralaba diminati oleh para pelaku bisnis dalam pengembangan usahanya.

Waralaba dalam dunia perdagangan merupakan salah satu sistem yang dianggap sangat menguntungkan ini telah dibuktikan oleh berbagai perusahaan nasional maupun perusahaan berkaliber internasional. Di Indonesia aturan hukum mengenai Waralaba

(*Franchise*) belum lengkap. Indikator hal ini dapat kita cermati dari ketentuan hukum yang mengatur bisnis waralaba, yang sampai saat ini baru diatur dalam satu (1) Peraturan Pemerintah dan satu (1) Peraturan Menteri, sebagaimana disebut di atas. Pengaturan melalui undang-undang belum tersentuh oleh pemerintah. Memang ada peraturan dari Departemen teknis yang bersangkutan, namun pengaturan ini sama sekali belum memadai mengingat bisnis melalui sistem waralaba ini selalu berkembang secara dinamis sesuai perkembangan dunia usaha, dan membentuk model-model baru dalam prakteknya. Padahal kalau terjadi sesuatu yang menyangkut perjanjian mereka, maka para pihak memerlukan pranata hukum yang komprehensif sebagai panduan atau *guide lines* baik pra pembuatan perjanjian maupun pasca perjanjian. Hal ini diperlukan untuk menghindari pemegang dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak diinginkan karena belum lengkapnya perangkat hukum yang melindungi mereka.

Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan kompleks dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan.

Contoh kasus pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak ialah: Persengketaan antara Bambang N. Rachmadi dengan *McDonald's*.

Dipersepsikan masyarakat sebagai terwaralaba (*franchisee*) *pioneer* dalam membuka pasar, sekaligus memperkenalkan / mempromosikan produk dan merek dagang (*brand*) serta membesarkan citra *McDonald's* di Indonesia dengan *McDonald's Corporation*, pemilik/pemberi waralaba (*franchisor*) dari Amerika, berawal dari dikebirinya hak Bambang N. Rachmadi sebagai pemegang saham minoritas pada PT. Bina Nusa Rama (PT. BNR).⁵

Menurut Bambang N. Rachmadi, sebagai pemegang saham minoritas (10%) – melalui PT. Rezeki Utama – di PT. BNR hak-nya dilanggar seenaknya, oleh sebab itu langkah yang dilakukannya adalah menggunakan hak-nya yang tersisa, yaitu "(hak) menggugat" secara hukum untuk mendapatkan keadilan.

Persengketaan hukum ini menjadi terkait dengan waralaba, karena ditanda tangannya perjanjian waralaba utama (*master franchise agreement*) antara PT. Rekso Nasional Food (PT.. RNF) dengan *McDonald's International Property Company* yang mengalihkan hak PT. BNR membangun restoran siap saji *McDonald's* di Indonesia kepada PT. RNF – setelah PT. RNF membeli asset restoran PT. BNR. Bambang N. Rachmadi hanya diberikan hak untuk mengelola 15 restoran, sedangkan PT. RNF jauh lebih banyak (diperkirakan akan mengelola lebih kurang 200 restoran).

Merasa jasa-jasanya selama ini dalam membesarkan *McDonald's*

⁵ Akaramoy.blogspot.com, "*Kasus Persengketaan Hukum McDonald's di Indonesia*", diunggah tanggal 23 November 2013, jam 5.10 WIB.

di Indonesia, seperti disebut di atas, Bambang N. Rachmadi merasa dirinya telah dilecehkan bahkan dianiaya oleh *McDonald's Corp.* Secara sepihak *Mc Donald* telah memutus kontrak dengan Bambang, mengingat pengalihan hak waralaba dan penjualan aset berupa 97 gerai *Mc Donald* kepada pengusaha nasional lain dan pemilik sebuah perusahaan grup besar.

Peralihan hak waralaba ini tanpa restu darinya selaku pemegang hak waralaba *Mc Donald* di Indonesia sejak 1991 silam. Demikianlah pokok-pokok yang merupakan latar belakang terjadinya gugatan hukum yang dilancarkan Bambang N. Rachmadi terhadap *McDonald's Corp.* Salah satu perusahaan raksasa di dunia dari Amerika Serikat.

Kasus perseteruan *McDonald's* dengan Bambang Rachmadi karena tidak adanya mekanisme *clean break* dalam perjanjian *franchise*. "Artinya, waktu pemutusan perjanjian (*break*) harus bersih (*clean*) atau tidak ada tuntutan hukum."⁶

Contoh kasus lainnya, yaitu Perjanjian Waralaba Avon dan Perjanjian Waralaba Restoran Sea Food Lezat mengenai adanya klausul perjanjian waralaba yang masih memuat adanya perjanjian yang dapat diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba. Meskipun pemutusan tersebut karena kesalahan dari penerima waralaba, hanya pemutusan perjanjian waralaba tidak dapat dilakukan oleh sepihak saja. Karena harus memenuhi mekanisme tertentu.

⁶ *Ibid.*

Perjanjian waralaba tidak dapat diakhiri oleh salah satu pihak saja. Sesuai ketentuan Pasal 8 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba,

“Perjanjian Waralaba yang diputus secara sepihak oleh Pemberi Waralaba sebelum masa berlaku Perjanjian Waralaba berakhir, Pemberi Waralaba tidak dapat menunjuk Penerima Waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (*clean break*) atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap”.

Berdasarkan latar belakang mengenai pemutusan perjanjian waralaba yang seringkali diputuskan oleh seorang pihak saja, maka penyusun meneliti skripsi waralaba dengan judul “PEMUTUSAN PERJANJIAN WARALABA SECARA SEPIHAK DIHUBUNGKAN DENGAN PERATURAN PEMERINTAH RI NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penyusun menemukan beberapa permasalahan yang berkaitan dengan pemutusan perjanjian waralaba dan perlindungan bagi penerima waralaba :

1. Bagaimana perlindungan hukum atas penerima waralaba akibat pemutusan perjanjian secara sepihak?
2. Bagaimana penyelesaian sengketa akibat pemutusan perjanjian oleh salah satu pihak?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui perlindungan hukum atas penerima waralaba akibat pemutusan perjanjian secara sepihak.
2. Untuk mengetahui penyelesaian sengketa akibat pemutusan perjanjian oleh salah satu pihak.

D. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini memiliki kegunaan dari segi teoretis dan praktis, antara lain:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengembangan ilmu hukum pada umumnya dan hukum waralaba pada khususnya.

2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan bagi kami, lingkungan kampus, para pihak yang terkait dan masyarakat yang akan berkecimpung di bidang usaha waralaba.

E. Kerangka Pemikiran

Pada dasarnya suatu waralaba adalah suatu bentuk perjanjian, yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba, yang dapat terwujud dalam bentuk :

1. hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merk dagang tertentu;
2. hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.⁷

Bisnis waralaba adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada penerima waralaba untuk melakukan usaha pendistribusian barang atau jasa di bawah nama dan identitas pemberi waralaba dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan oleh pemberi waralaba, dalam hal ini pemberi waralaba juga akan memberikan bantuannya, dan sebagai imbalannya penerima waralaba akan membayar sejumlah uang.

Waralaba tunduk pada pasal ketentuan umum mengenai perikatan. Perikatan yang timbul dalam perjanjian waralaba dilahirkan karena perjanjian yang diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Adapun perjanjian menurut rumusan Pasal 1313 KUH Perdata didefinisikan sebagai berikut :

"Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih."

Pihak yang mengikatkan diri dalam bisnis waralaba adalah pemberi waralaba dan penerima waralaba, pengikatan tersebut kemudian

⁷ Gunawan Widjaja, *Op.Cit.* hlm. 75.

dituangkan dalam suatu perjanjian yang dinamakan perjanjian waralaba. Buku III KUH Perdata menganut sistem terbuka (*open system*), artinya memberikan kebebasan yang seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja asalkan tidak melanggar UU, ketertiban umum dan kesusilaan, perjanjian tersebut berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya dan harus tetap mengindahkan syarat-syarat sahnyanya perjanjian, baik syarat umum, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1320 KUH Perdata maupun syarat khusus untuk perjanjian tertentu⁸. Di samping itu, diperkenankan untuk membuat perjanjian baik yang telah dikenal dalam KUH Perdata maupun di luar KUH Perdata. Perjanjian-perjanjian yang telah dikenal dalam KUH Perdata antara lain seperti jual beli, tukar menukar, sewa menyewa, pinjam pakai, pinjam meminjam, dan sebagainya yang diatur secara khusus dalam Bab V sampai dengan Bab XVIII KUH Perdata ditambah titel VII A dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang (KUHD) mengenai perjanjian asuransi dan pengangkutan. Sedangkan perjanjian di luar KUH Perdata merupakan perjanjian yang timbul, tumbuh, dan berkembang di dalam praktek misalnya waralaba,⁹ timbulnya kontrak ini karena adanya asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang tercantum dalam pasal 1338 ayat (1) (2) (3) KUH Perdata.

⁸ Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Alumni, Bandung, 2004, hlm. 212.

⁹ Salim H.S., *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, Sinar Grafika, 2003, hlm. 1.

Waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dalam Pasal 1 angka 1 didefinisikan sebagai berikut :

"Waralaba adalah suatu perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan Jasa."

Waralaba mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merk dagang, merk jasa, hak cipta atas logo, desain industri, patent berupa teknologi maupun rahasia dagang. Salah satu pihak memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh pihak lain. Pelaksanaan bisnis waralaba ini dituangkan melalui perjanjian waralaba, di dalam perjanjian ini juga disepakati bersama mengenai bahan dasar yang akan dipakai untuk membuat produk yang telah ditentukan oleh pihak pemberi waralaba agar tetap menjamin mutu dari produk yang dihasilkannya. Seperti dalam perjanjian waralaba asing pada bisnis waralaba di bidang restoran *fast food* atau cepat saji terdapat penyesuaian dari bahan dasar yang dipakainya dengan kondisi masyarakat di tempat bisnis waralaba tersebut berada, misalnya seperti adanya nasi di restoran *Mc Donald* Indonesia karena masyarakat Indonesia mengkonsumsi nasi sebagai makanan pokoknya. Penyesuaian tersebut harus disesuaikan dengan standar mutu yang telah ditetapkan oleh pihak pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 259/MPP/Kep/7/1997 Pasal 2 ayat (1) yaitu :

"Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba".

Pihak pemberi waralaba memberikan hak kepada pihak penerima waralaba untuk memproduksi atau memasarkan barang (produk) dan atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan pemberi waralaba sementara penerima waralaba membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Berdasarkan ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba maupun Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 disebutkan bahwa perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia. Ketentuan ini menjadi suatu konsekuensi yang logis dari adanya kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba. Pendaftaran di atas dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan dan pengembangan usaha dengan cara waralaba serta memberikan perlindungan dalam menjalankan bisnis waralaba.

Perjanjian waralaba tidak dapat diakhiri oleh salah satu pihak saja. Sesuai ketentuan Pasal 8 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba:

"Perjanjian Waralaba yang diputus secara sepihak oleh Pemberi Waralaba sebelum masa berlaku Perjanjian Waralaba berakhir,

Pemberi Waralaba tidak dapat menunjuk Penerima Waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (*clean break*) atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap”.

Pelanggaran dengan pemutusan secara sepihak tanpa adanya putusan hakim yang dilakukan pemberi waralaba tidaklah mendapatkan sanksi. Peraturan menteri perdagangan lebih menekankan hal ini ke aspek perdata. Sehingga apabila terjadi pelanggaran, maka dapat meminta keadilan ke pengadilan untuk meminta ganti kerugian.

Untuk perjanjian waralaba yang memakai klausul baku, perjanjian batal ditentukan oleh salah satu pihak. Biasanya pihak pemberi waralaba, sebagai pihak kuat yang dapat menentukan isi perjanjian. Peraturan Menteri Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, mengisyaratkan ada ataupun tidak pemutusan perjanjian yang diatur, pemutusan perjanjian yang dilakukan salah satu pihak haruslah berdasarkan putusan pengadilan.

Perjanjian waralaba yang dilakukan dengan pihak asing, haruslah tunduk terhadap hukum positif di Indonesia. Dijelaskan dalam Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menyatakan bahwa:

“Penyelenggaraan waralaba harus didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia”.

Dalam Pasal 1266 KUH Perdata, dinyatakan bahwa:

“Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan

yang timbal balik, andaikata salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya. Dalam hal demikian persetujuan tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada Pengadilan”.

Berdasarkan Pasal 1267 KUH Perdata, menyatakan bahwa:

“Pihak yang terhadapnya perikatan tidak dipenuhi, dapat memilih; memaksa pihak yang lain untuk memenuhi persetujuan, jika hal itu masih dapat dilakukan, atau menuntut pembatalan persetujuan, dengan penggantian biaya, kerugian dan bunga.”

Pembatalan sepihak yang termasuk dalam klausul perjanjian dalam KUH Perdata sebelumnya dapat digunakan, mengingat telah disepakati kedua belah pihak. Hanya perkembangan sekarang dimanfaatkan oleh pihak pemberi waralaba untuk memutuskan secara sepihak apabila penerima waralaba tidak memberikan keuntungan yang diharapkan atau ada mitra kerja lain yang dianggap dapat memberikan keuntungan dengan lebih. Persetujuan yang dipaksakan berupa keputusan secara sepihak, dianggap tidak berlaku lagi dalam perjanjian waralaba, karena tidak boleh ada paksaan dari salah satu pihak dalam keputusan perjanjian waralaba.

F. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah :

1. Spesifikasi Penelitian

Spesifikasi penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis yaitu menggambarkan berbagai peraturan perundang-undangan

yang berlaku yang relevan dengan penelitian dikaitkan dengan teori-teori hukum dan praktek pelaksanaan hukum positif.¹⁰

2. Metode Pendekatan

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif¹¹, yaitu penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti dan mengkaji data kepustakaan atau yang disebut data sekunder berupa hukum positif dan bagaimana impelentasinya dalam praktik usaha bisnis.

3. Tahap Penelitian

Penelitian terhadap skripsi dilakukan dalam 2 tahap, yaitu :

a. Penelitian kepustakaan (*library research*)

Yang dimaksud dengan penelitian kepustakaan adalah menelusuri literatur kemudian dianalisis sebagai bahan utama penyusunan skripsi di bidang waralaba. Penelitian kepustakaan pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan jalan pemecahan permasalahan penelitian dengan cara mengkaji, meneliti, dan menelusuri data-data yang terdapat di perpustakaan, laboratorium hukum, dan sarana lainnya yang berupa :

- Bahan hukum primer, yaitu berupa peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan permasalahan yang

¹⁰ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, UI Press, Jakarta, 1986, hlm. 52.

¹¹ Ronny Hanitijo Soemitro, *Metodologi Penelitian Dan Junimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1990, hlm. 11.

akan dikaji, terdiri dari Undang-Undang Dasar 1945, Peraturan-peraturan Menteri Perindustrian di Bidang Waralaba.

- Bahan hukum sekunder, yaitu bahan-bahan yang erat kaitannya dengan bahan hukum primer yang dapat membantu menganalisis bahan-bahan hukum primer seperti hasil penelitian dan karya ilmiah para ahli.
- Bahan hukum tersier, yaitu bahan-bahan yang memberikan informasi tentang bahan hukum primer dan sekunder seperti surat kabar, ensiklopedia, Kamus Umum, Kamus Hukum, majalah dan diktat kuliah, serta sumber lainnya.

Penelitian ini akan menggunakan bahan hukum primer, sebab penelitian ini mengacu kepada Permendag Nomor 53 Tahun 2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Penelitian ini juga akan menggunakan bahan hukum sekunder yang banyak dipergunakan untuk mengetahui pengertian menurut pendapat para ahli dari suatu kata atau kalimat yang sering dipakai dalam penulisan hukum ini, sedangkan bahan hukum tersier juga akan banyak dipakai dalam penelitian ini.

b. Studi lapangan

Penelitian lapangan dilakukan guna mendapatkan data primer sebagai pendukung bagi analisis hasil penelitian.

Penelitian lapangan dilakukan pada lembaga terkait dengan permasalahan yaitu di Dinas Perdagangan Provinsi Jawa Barat.

4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah :

- a. Studi dokumen yaitu mengumpulkan dan menganalisis data sekunder mengenai objek penelitian.
- b. Wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab untuk memperoleh data primer secara langsung dengan responden yang terdiri dari aparat pemerintah, pelaku usaha di bidang waralaba.

5. Metode Analisis Data

Penelitian skripsi ini menggunakan analisis data secara normatif kualitatif. Normatif, karena penelitian bertitik tolak dari peraturan yang ada sebagai norma hukum positif. Kualitatif merupakan tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif, artinya semua data dan informasi yang diperoleh diolah secara berurutan untuk di analisis secara kualitatif menurut materinya, untuk mencapai kejelasan masalah yang akan dibahas, kemudian dilakukan penambahan dengan melakukan data

sekunder sebagai penunjang dengan tidak menggunakan rumus maupun data statistik.

G. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pemahaman dan analisis data, skripsi ini disusun dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I Pada bab ini menguraikan tentang latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kerangka pemikiran, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Dalam bab ini diuraikan mengenai pengertian perjanjian, syarat-syarat sahnya perjanjian, wanprestasi, asas-asas dalam hukum perjanjian, akibat perjanjian, berakhirnya perjanjian, sejarah perkembangan waralaba di Indonesia, pengaturan waralaba di Indonesia, pengertian waralaba, para pihak dalam perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, karakteristik yuridis dan bisnis waralaba, berakhirnya perjanjian waralaba.

BAB III Bab ini menguraikan risiko bisnis waralaba, keuntungan dan kerugian bisnis waralaba, para pihak yang mengadakan perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, berakhirnya perjanjian, cara penyelesaian sengketa.

BAB IV Bab ini menganalisis dari permasalahan di masyarakat mengenai: perlindungan hukum atas penerima waralaba akibat pemutusan perjanjian secara sepihak dan penyelesaian sengketa akibat pemutusan perjanjian oleh salah satu pihak.

BAB V Dalam bab ini diuraikan mengenai simpulan dan saran mengenai skripsi waralaba. Simpulan merupakan jawaban dari identifikasi masalah dan saran adalah masukan bagi perbaikan dari permasalahan yang di bahas dalam skripsi ini.

