

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial sekaligus makhluk ekonomi. Sepanjang hidupnya manusia selalu dihadapkan pada kebutuhan hidup yang semakin kompleks. Manusia akan selalu berupaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Namun untuk memenuhi semua kebutuhan hidup merupakan sesuatu yang tidak mudah untuk dilakukan. Hal ini dikarenakan tidak semua orang memiliki kemampuan yang sama untuk menyediakan dana demi memenuhi kebutuhan hidupnya. Sehingga dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia selalu di hadapkan pada beberapa permasalahan guna mencapai kebutuhan hidupnya.

Salah satu alternatif yang di ambil masyarakat guna mempertahankan hidupnya adalah melalui jalur wirausaha. Karena wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri, melalui wirausaha masyarakat akan mampu membuka peluang untuk dirinya sendiri dan selain itu juga menarik keuntungan dari peluang yang tercipta tersebut. Bahkan dengan wirausaha dapat menciptakan peluang kerja bagi orang lain yang ada disekitar usaha tersebut. Itulah sebabnya pemerintah sangat menganjurkan bagi masyarakat untuk menjadi wirausahawan.

Banyak cara menjadi wirausahawan, antara lain dengan mendirikan bisnis sendiri atau membeli sistem bisnis yang sudah jadi. Masing-masing pilihan mempunyai kelebihan dan kekurangan. Mendirikan bisnis sendiri mempunyai kelebihan dalam hal pengaturan yang dapat disesuaikan dengan keinginan pemilik bisnis, sedangkan kekurangannya adalah sistem bisnis belum berjalan, pasar belum ada, sehingga sering terjadi bisnis baru dibangun akhirnya gagal. Membeli sistem bisnis yang sudah jadi mempunyai kelebihan bahwa sistem bisnis sudah tercipta dan siap pakai. Pembeli bisnis tinggal menjalankan saja didalam sistem yang sudah ada itu.

Demikian pula dengan pasar juga sudah ada, sehingga pemilik bisnis tersebut tidak akan kesulitan dalam memasarkan produknya. Kelemahannya adalah pemilik modal tidak bebas dalam menentukan usahanya, karena semuanya tergantung kepada pihak yang dibeli bisnisnya. Namun membeli sistem bisnis yang sudah jadi ternyata lebih diminati oleh kalangan masyarakat yang ingin mencoba peruntungannya di dunia bisnis atau untuk pengusaha yang ingin melebarkan investasi bisnisnya. Membeli sistem bisnis yang sudah jadi disebut juga dengan system bisnis waralaba atau *franchise*.

Waralaba (*franchise*) adalah suatu kerjasama manufaktur atau penjualan antara pemilik *franchise* dan pembeli *franchise* atas dasar kontrak dan pembayaran royalty.¹ Kerjasama ini meliputi pemberian lisensi atau hak pakai oleh pemegang *franchise* yang memilikinama atau merek, gagasan, proses, formula, atau alat khusus ciptaannya kepada pihak pembeli *franchise* disertai dengan dukungan teknis dalam bentuk manajemen, pelatihan, promosi, dan sebagainya. Untuk itu pembeli *franchise* membayar hak pakai tersebut disertai royalty, yang pada umumnya merupakan persentase dari jumlah penjualan.²

Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dalam Pasal 1 ayat (1) memberikan pengertian waralaba yaitu Hak khusus yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan 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. Sedangkan dalam ayat 2 memberi pengertian pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba dan pada ayat 3 penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang

¹ ENI Ensiklopedia Nasional Indonesia

² Syahmin AK ; 207-208

diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.³ Dari uraian tersebut maka waralaba merupakan suatu perjanjian yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perjanjian yang diatur dalam kitab undang-undang hukum perdata..

Dalam Undang Undang nomor 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil menyebutkan bahwa waralaba adalah salah satu pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan usaha besar.⁴ Yang dimaksud kemitraan dalam Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah nomor 44 Tahun 1997 adalah kerjasama usaha antara usaha kecil dengan usaha menengah dan atau dengan usaha besar disertai dengan pembinaan dan pengembangan oleh usaha menengah dan atau usaha besar dengan memperhatikan prinsip saling memerlukan, saling memperkuat dan saling menguntungkan yaitu dengan maksud sesuai Pasal 7 ayat (1) yaitu untuk memperluas usahanya dengan cara memberi waralaba, memberikan kesempatan dan mendahulukan usaha kecil yang memiliki kemampuan untuk bertindak sebagai penerima waralaba untuk usaha yang bersangkutan.⁵

Usaha Kecil dan Menengah disingkat UKM adalah sebuah istilah yang mengacu ke jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha. Dan usaha yang berdiri sendiri. Menurut Keputusan Presiden RI no. 99 tahun 1998 pengertian Usaha Kecil adalah: “Kegiatan ekonomi rakyat yang berskala kecil dengan bidang usaha yang secara mayoritas merupakan kegiatan usaha kecil dan perlu dilindungi untuk mencegah dari persaingan usaha yang tidak sehat”.⁶

Kriteria usaha kecil menurut UU No. 9 tahun 1995 adalah sebagai berikut:

³ Peraturan pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, pasal 1

⁴ UU no 9 tahun 1995 tentang usaha kecil

⁵ Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan

⁶ Keputusan Presiden RI no 99 tahun 1998 Tentang Bidang/Jenis Usaha Yang Dicadangkan Untuk Usaha Kecil Dan Bidang/Jenis Usaha Yang Terbuka Untuk Usaha Menengah Atau Besar Dengan Syarat Kemitraan.

1. Memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp. 200.000.000,- (Dua Ratus Juta Rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha
2. Memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp. 1.000.000.000,- (Satu Miliar Rupiah)
3. Milik Warga Negara Indonesia
4. Berdiri sendiri, bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang tidak dimiliki, dikuasai, atau berafiliasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Menengah atau Usaha Besar
5. Berbentuk usaha orang perorangan, badan usaha yang tidak berbadan hukum, atau badan usaha yang berbadan hukum, termasuk koperasi.⁷

Di Indonesia, jumlah UKM hingga 2005 mencapai 42,4 juta unit lebih.

Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut *Franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *Franchisor*. pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchiseagreement*). Perjanjian waralaba adalah pada umumnya suatu perjanjian diantara seorang distributor dari sebuah produk atau jasa atau pemilik merk dagang atau hak cipta (*Franchisor*). Dan penjual (*franchisee*) setuju untuk menjual produk dan jasa *Franchisor* atau berbisnis dibawah nama *Franchisor*. Perjanjian merupakan hal yang fundamental dalam sebuah kerjasama yang dilakukan oleh para pihak yang mengkaitkan diri. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak, terlebih jika terjadi sengketa dikemudian hari. Melalui perjanjian dapat diketahui pula mengenai

⁷ UU no 9 tahun 1995 tentang Usaha Kecil.

posisi tanggung jawab dari masing-masing pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *Franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Perjanjian waralaba melibatkan kedua belah pihak yaitu *franchisee* (penerima waralaba) dan *Franchisor* (pemberi waralaba) dan juga tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dengan *Franchisor*, misalnya hak territorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *Franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba serta perpanjangan dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *Franchisor*. Kesuksesan perjanjian waralaba sangat ditentukan dari kerjasama yang sinergi, sehingga penting bagi kedua belah pihak mengetahui kedudukan dan tanggung jawabnya masing-masing, agar kerjasama tersebut dapat dilaksanakan dengan baik oleh kedua belah pihak yang bersangkutan.

Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki pada suatu Negara adalah kepastian hukum yang mengikat baik bagi pemilik waralaba maupun penerima waralaba. Karenanya, kita dapat melihat bahwa di Negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas waralabanya berkembang pesat, misalnya di Amerika Serikat dan Jepang. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 juni 1997 tentang waralaba. Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah tersebut sekarang sudah di cabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang waralaba. Selanjutnya ketentuanketentuan lain yang mendukung adalah sebagai berikut : Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang

Penyelenggaraan Waralaba, UU No. 14 tahun 2001 tentang Paten, UU No. 15 tahun 2001 Tentang Merk, dan UU No. 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.⁸

Waralaba dibidang makanan cepat saji (*fast food*) sekarang ini banyak digemari oleh kalangan pebisnis. Jadi, Penulis ingin mengupas terjadinya bisnis Waralaba. Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik menyusun skripsi dengan judul : **“PROSEDUR TERJADINYA BISNIS WARALABA YANG DILAKUKAN OLEH PARA PIHAK BISNIS WARALABA MENURUT PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007 TENTANG WARALABA”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka perumusan masalah yang akan dirumuskan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana bentuk, proses dan penetapan ruang lingkup terjadinya bisnis waralaba sehingga antara pemberi dan penerima berada dalam posisi hukum yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang berimbang ?
2. Apa kendala yang dihadapi dalam prosedur terjadinya bisnis Waralaba yang dilakukan oleh para pihak bisnis waralaba ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tujuan obyektif

⁸ www.ramli31.blogspot.com diakses 3 mei 2018

Tujuan obyektif adalah tujuan penelitian yang berkaitan dengan target yang ingin dicapai sebagai solusi atas permasalahan yang dihadapi. Tujuan obyektif dari penelitian ini adalah :

- a. Mengetahui bentuk, proses dan penetapan ruang lingkup terjadinya bisnis waralaba sehingga antara pemberi dan penerima berada dalam posisi hukum yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang berimbang.
- b. Mengetahui kendala yang dihadapi dalam prosedur terjadinya bisnis Waralaba yang dilakukan oleh para pihak bisnis waralaba.

2. Tujuan subyektif

Tujuan subyektif adalah tujuan penelitian yang berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan perorangan, dalam hal ini adalah tujuan pribadi penulis dalam melakukan penelitian. Tujuan subyektif dari penelitian ini adalah :

- a. Memperoleh data sebagai bahan utama dalam penyusunan penulisan hukum, guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar kesarjanaan di bidang ilmu hukum pada Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen.
- b. Meningkatkan serta mendalami materi perkuliahan yang di peroleh di Fakultas Hukum Universitas HKBP Nommensen.

D. Manfaat Penelitian

Suatu penelitian akan lebih berharga jika hasilnya memberikan manfaat yang positif bagi setiap orang yang menggunakannya. Besarnya manfaat positif yang diberikan menunjukkan nilai dan kualitas dari penelitian tersebut. Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis yaitu manfaat dari penulisan hukum ini yang berkaitan dengan pengembangan ilmu hukum. Manfaat teoritis dari penulisan ini adalah :

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan serta pemikiran yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan hukum pada umumnya.
- b. Mendalami teori-teori yang telah di peroleh penulis selama menjalani kuliah strata satu di Fakultas Hukum HKBP Nommensen serta memberikan landasan untuk penelitian lebih lanjut.
- c. Hasil penelitian ini di harapkan dapat memperkaya literature dan referensi yang dapat dipergunakan sebagai bahan acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan topik bahasan yang serupa dengan penelitian ini.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis yaitu manfaat dari penulisan hukum ini yang berkaitan dengan pemecahan masalah. Manfaat praktis dari penulisan ini sebagai berikut :

- a. Hasil penelitian ini dapat membantu penulis dalam memahami mengenai bentuk, proses dan penetapan ruang lingkup terjadinya bisnis waralaba sehingga antara pemberi dan penerima berada dalam posisi hukum yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang berimbang.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi pihak yang berwenang sebagai bahan membuat kebijakan yang berkaitan dengan bentuk, proses dan penetapan ruang lingkup terjadinya bisnis waralaba sehingga antara pemberi dan penerima berada dalam posisi hukum yang sama-sama memiliki hak dan kewajiban yang berimbang.

- c. Memberikan pengetahuan kepada masyarakat, khususnya para pelaku bisnis yang tertarik menjalamkan bisnis waralaba, agar lebih cermat dalam kendala-kendala yang dihadapi dalam pemberi perlindungan hukum terhadap pemberi waralaba.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Waralaba

1. Dasar Hukum Pengaturan Waralaba

Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba selanjutnya disebut PP Waralaba menjelaskan 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 waralaba⁹.

Pasal 1 angka 2 PP Waralaba Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.

Pasal 1 angka 3 PP Waralaba Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba. Waralaba merupakan pilihan untuk berwirausaha dengan risiko paling kecil. Pada awalnya waralaba dimulai dari keberhasilan usaha dari pemilik merek atau *Franchisor*. Melalui bisnis waralaba *Franchisor* akan menularkan keberhasilan usahanya kepada *Franchisee*. *Franchisor* sebelumnya telah melakukan dan membuat satu formulasi standart untuk sukses sesuai dengan pengalamannya.

Franchisee memikirkan cara-cara memaksimalkan penjualan dan keuntungan di outletnya sendiri, dengan terus menerus memperbaiki pendekatan dan strategi usahanya agar sesuai dengan kebutuhan pasarnya. Sedangkan *Franchisor* menjaga nilai kompetitif produknya, dan mendukung *Franchisee* untuk memusatkan upayanya secara efektif.

Berikut peraturan yang terkait dengan Waralaba:

- a. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
- b. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 12/m-Dag/Per/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

⁹ <http://pengacaramuslim.com/memahami-dasar-hukum-waralaba-franchise/> diakses 10 Juli 2018

- c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- d. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 57/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- e. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- f. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 58/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-Dag/Per/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.
- g. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-Dag/Per/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.
- h. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 60/M-Dag/Per/9/2013 Tentang Kewajiban Penggunaan Logo Waralaba.
- i. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 68/M-Dag/Per/10/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern.

Ada juga Pengaturan waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan pemerintah ini dilahirkan untuk mengembangkan kegiatan waralaba sebagai upaya memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha serta sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan alih teknologi. Peraturan tersebut juga dibuat dalam upaya memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba, terutama dalam upaya pengaturan, pembinaan, dan pengembangan waralaba¹⁰.

¹⁰Penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

Adapun rumusan waralaba yang berkaitan dengan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 dapat diuraikan sebagai berikut.

- Waralaba merupakan suatu perikatan. Rumusan tersebut menyatakan bahwa sebagai suatu perikatan, waralaba tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam KUHPerdara.
- Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. Adapun hak atas kekayaan intelektual meliputi merk, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten. Sedangkan penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen serta cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

2. Defenisi Waralaba

Waralaba yang dulu dikenal dengan istilah *Franchise* sekarang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (sebagai pengganti dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba). Penggantian Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dimaksudkan untuk lebih memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam memasarkan produknya.

Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privilege*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*Franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang

oleh *Franchisor* kepada pihak independen atau *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan¹¹.

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system 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. (Pasal 1 angka 1 PP No. 42 Tahun 2007)¹².

Selain istilah yang didefinisikan oleh *International Franchise Association* dan *British Franchise Association*, ada pula berbagai definisi waralaba yang lain.

Menurut *Black's Law Dictionary*, *franchise* atau waralaba diartikan sebagai:

“A special privilege to do certain things conferred government on individual or corporation, and which does not belong to citizens generally of common rights, e.g. right granted to offer cable television services.

In its simple terms, a franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a franchise has evolved into an elaborate agreement under which the franchise undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the Franchisor, and the Franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising promotion and other advisory services¹³.

Pengertian waralaba dalam *Black's Law Dictionary* menekankan pada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang *Franchisor*, dimana pihak *franchisee* berkewajiban untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *Franchisor*. Dalam kaitannya dengan pemberian ijin dan kewajiban pemenuhan standar, *Franchisor* akan memberikan bantuan pemasaran, promosi, maupun bantuan teknis lainnya agar *franchisee* dapat menjalankan usahanya dengan baik.

11 Anonymous, *Bisnis Waralaba Indonesia* (Franchise News), diakses 11 Juli 2018

12 Pasal 1 Angka 1 Undang-undang Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

13 H.C. Black. *Black's Law Dictionary* (Sint Paul Minn: West Publishing Co., 1991), hlm 454

Dalam bukunya, Steade dan Lowry menerangkan pengertian waralaba, “A franchisee is a continuing business relationship that requires a person to operate a business according to the methods advocated by the franchising organization.”¹⁴

Pengertian tersebut apabila diterjemahkan berarti waralaba adalah hubungan bisnis yang berlangsung terus-menerus yang membutuhkan seseorang untuk mengoperasikan bisnis tersebut sesuai dengan cara atau metode yang dianut oleh organisasi pewartalabaan (*franchising*).

Jack P. Friedmann di dalam “*Dictionary of Business Term*” menjelaskan bahwa waralaba adalah suatu ijin yang diberikan oleh sebuah perusahaan (*Franchisor*) kepada seseorang atau kepada suatu perusahaan (*franchisee*) untuk mengoperasikan suatu *outlet retail*, makanan, atau supermarket dimana pihak *franchisee* setuju untuk menggunakan milik *Franchisor* berupa nama, produk, service, promosi, penjualan, distribusi, metode untuk *display*, dan lain-lain yang berkenaan dengan *company support*. Di dalam kamus tersebut juga dijelaskan bahwa pihak *franchisee* merupakan perorangan dan atau pengusaha lain yang dipilih oleh *Franchisor* atau yang disetujui permohonannya menjadi *franchisee* oleh pihak *Franchisor* untuk menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, merek, atau sistem usaha milik *Franchisor*, dengan syarat imbalan kepada *Franchisor* berupa uang dalam jumlah tertentu pada awal kerjasama dan atau pada selang waktu tertentu selama jangka waktu kerjasama (*royalty*). Selain itu, dalam kamus tersebut juga usaha waralaba didefinisikan sebagai hak untuk memasarkan barang-barang atau jasa perusahaan (*company's goods and service*) dalam suatu wilayah tertentu. Hak tersebut diberikan oleh perusahaan kepada seseorang atau kelompok individu, kelompok marketing, pengecer, atau grosir¹⁵.

14R. Steade and J.Lowry, *Business and Introduction*, 2nd.ed. (Cincinnati: South-Western Publishing Co., 1987), Hlm 77

15M. Fuady, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini*; Tinjauan Hukum Bisnis (Bandung Citra Aditya Bakti, 1997), hlm. 153

Dari sudut bisnis, ada beberapa pengertian waralaba. Juadir Sumardi, dalam konferensi pers mengenai konsep perdagangan baru yang dilaksanakan di Jakarta pada tanggal 25 Juni 1991, mengemukakan bahwa *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 itu disebut “*franchisee*”¹⁶. Hal ini juga dikemukakan oleh Institut Pendidikan dan Manajemen dalam pembahasan sebelumnya.

Rooseno Hardjowidigdo, mengemukakan bahwa *franchise* adalah suatu sistem usaha di bidang perdagangan atau jasa yang khas atau memiliki ciri bisnis berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, dan merek), bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan, rencana pemasaran, serta bantuan operasional¹⁷.

Queen mengemukakan definisi *franchise* sebagai berikut. Mem-*franchise*-kan adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis, artinya bisnis untuk memperluas pasar dan distribusi serta pelayanannya dengan membagi bersama standar pemasaran dan operasional. Pemegang *franchise* (*franchisee*) yang membeli suatu bisnis mendapatkan manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem yang teruji, dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise* (*Franchisor*)¹⁸.

Menurut Amir Karamoy, waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal serta sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang telah mantap, yang disebut pewaralaba (*Franchisor*), dengan perusahaan/individu yang

16J. Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995), hlm 16

17R. Hardjowidigdo, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise* (Makalah pada Pertemuan Ilmiah tentang Usaha Franchise Dalam menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta, BPHN), Tahun 1993.

18J. Quenn, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise* (Terjemahan PT. Elex Media Komputindo, Jakarta, 1993), hlm 4.

memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba (*franchisee*). Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen, dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fees*) kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi/waralaba¹⁹.”

Dalam Washington *Franchise Investment protection Act*, Section 19.100.010 (4), dinyatakan sebagai berikut. *Franchise means oral or written contract or agreement either express or implied, in which person grants to another person, a licence to use a trade name, service mark. Logo type or related characteristic in which there is a community interest in the business of offering, selling, distributing goods or services at wholesale or retail, leasing or otherwise and in which the franchisee is required to pay, directly or indirectly, a franchise fee*²⁰.

Dari pengertian, definisi, maupun rumusan yang telah diuraikan, waralaba juga dapat dikatakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya. Waralaba menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan, maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh *Franchisor* secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi. Selain itu, waralaba memiliki sejumlah ciri khas dibandingkan dengan lisensi biasa. Bisnis dengan format waralaba umumnya memperoleh jaminan bisnis. Hal ini terjadi karena *Franchisor* telah menguji sistem bisnisnya dan dapat memberikan jaminan kepada *franchisee* akan bekerjanya sistem tersebut²¹.

19 Anonymous, Definisi Waralaba (<http://www.Franchise.org>), 20 Juli 2018.

20 D. Davidson, dkk. *Business Law, Principle and Cases* (Boston, Massachusetts: Kent Publishing Co, 1984), hlm. 618.

21 T. Lindsey, E. Damian, dkk. *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar* (Asian Law Group Pty. Ltd. Bekerja sama dengan PT. Alumni, Badung, 2002), hlm.340.

Meskipun terdapat perbedaan dalam merumuskan definisi waralaba sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, tetapi pada umumnya, seperti dikemukakan oleh Jetro K. libermann dan George J. Siedel, waralaba memiliki unsur-unsur, yaitu sebagai berikut.

1. *Franchise* merupakan perjanjian timbal balik antara *Franchisor* dan *franchisee*.
2. *Franchisee* berkewajiban membayar fee kepada *Franchisor*.
3. *Franchisee* diizinkan menjual dan mendistribusikan barang atau jasa *Franchisor* atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki *Franchisor*.
4. *Franchisee* menggunakan merek nama perusahaan atau juga simbol-simbol komersial *Franchisor*²².

Dengan demikian, waralaba adalah suatu sistem bisnis dalam rangka memasarkan barang dan/ atau jasa yang harus memiliki kriteria tertentu, dan diberikan kepada “pemberi waralaba” dan “penerima waralaba”. Kriteria tertentu yang dimaksudkan adalah syarat mutlak untuk adanya waralaba. Kriteria tersebut adalah:²³

- a. Memiliki ciri khas usaha;

Artinya suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanann, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi Waralaba.

- b. Terbukti sudah memberi keuntungan;

Maksudnya bahwa usaha tersebut berdasarkan pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk

22F. Sinambela, Op. cit, hlm.52.

23 Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis, Edisi Revisi*, Rajawali Pers, Jakarta, 2009, hlm 159

mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, terbukti masih bertahan dan perkembangannya usaha tersebut dengan menguntungkan.

- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;

Yang dimaksud dengan “standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis” adalah standar secara tertulis supaya Penerima Waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*Standar Operational Procedure*).

- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;

Maksudnya usaha tersebut mudah dilaksanakan sehingga Penerima Waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakan dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba.

- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan;

Yaitu dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus-menerus seperti bimbingan operasional, Pelatihan dan promosi.

- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar;

Adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah sudaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran yang di instansi yang berwenang.

3. Para Pihak Dalam Waralaba

Di dalam waralaba, terdapat dua pihak utama yang terlibat, yakni :

a. Pemberi waralaba (*Franchisor*)

Pemberi waralaba atau yang dikenal dengan sebutan *Franchisor* ini merupakan orang atau perseorangan atau badan usaha yang bertindak memberikan hal untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

b. Penerima waralaba (*franchisee*)

Penerima waralaba atau yang sering disebut sebagai *franchisee* ini merupakan perorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk dapat memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

4. Syarat-syarat Kontrak Waralaba

Asas perjanjian yang tersirat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPdata yaitu asas kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sampai dengan batas tertentu, ketentuan dalam perjanjian yang disepakati oleh para pihak harus dihormati. Di Indonesia meskipun tidak dirumuskan secara eksplisit mengenai pembatasan tersebut, namun dalam ketentuan Pasal 1337 KUHPdata, terdapat pembatasan bahwa setiap perjanjian tidak boleh bertentangan dengan peraturan, kesusilaan dan ketertiban umum. Secara khusus dalam peraturan tertentu yang melarang setiap perbuatan hukum atau peristiwa hukum yang menyebabkan terjadinya penyelundupan hukum.

Sehubungan dengan syarat sahnya perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*Franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*), harus memenuhi ketentuan dalam Pasal 1320 KUHPdata sebagai berikut:

a. Adanya kesepakatan (isi atau klausul perjanjian);

- b. Umur para pihak sudah mencapai 18 tahun atau sudah pernah melakukan perkawinan (cakap atau dewasa menurut hukum);
- c. Mengenai hal tertentu, dalam hal ini mengenai waralaba;
- d. Suatu causa yang halal, tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, atau ketertiban umum.

Pengertian Waralaba yaitu 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 (Pasal 1 butir 1 Permendag 31/2008).

Berdasarkan pengertian tersebut, hal yang perlu dipahami terkait dengan pemberian lisensi dalam waralaba adalah kerahasiaan atas seluruh data, keterangan dan informasi yang diperoleh oleh penerima waralaba dari pemberi waralaba. Umumnya, lisensi merupakan rangkaian independen dan sulit dipisahkan. Untuk melindungi rangkaian inilah maka kemudian dilakukan pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual (HKI) dan selanjutnya pemberi waralaba mewajibkan penerima waralaba untuk merahasiakannya.

Adapun Perjanjian Waralaba berdasarkan Pasal 5 PP 42/2007 Perjanjian Waralaba, setidaknya memuat:

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;

- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian²⁴.

Dengan demikian, disamping itu ada juga syarat-syarat mutlak waralaba merupakan opsi menarik, karena investasi anda masuk ke sebuah sistem yang mapan, teruji dan bahkan terbukti keberhasilannya²⁵. Dengan waralaba, bisnis anda akan dibimbing dan di dukung penuh oleh pemilik merek. Tidak sedikit kisah sukses dari orang pembeli waralaba. Namun sebelum memutuskan membeli waralaba, alangkah baiknya harus belajar dan mengerti betul bagaimana konsep [bisnis waralaba](#) itu. Peralnya, di sini banyak yang mengaku-ngaku waralaba, padahal belum tentu bisnisnya dikategorikan waralaba. Bisa jadi hanya sekedar pola kemitraan, [business opportunity](#) (BO), ataupun hanya sekedar penggunaan merek.

Business Opportunity (BO) adalah cikal bakal dari waralaba atau *franchise*. BO adalah usaha yang baru berjalan dibawah 3 tahun, tetapi sudah menggunakan konsep waralaba dalam ekspansi usahanya.

Waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) no 42 tahun 2007. Dalam PP tersebut, usaha waralaba wajib memenuhi 6 kriteria waralaba. Apa saja kriteria itu?

Menurut PP no.42 tahun 2007, kriteria-kriteria itu adalah:

- a. Memiliki ciri khas usaha

²⁴ Undang-undang Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba

²⁵ <http://kampungwirausaha.com/panduan-waralaba-6-syarat-usaha-waralaba/> diakses 20 juli 2018

Artinya, usaha tersebut harus memiliki perbedaan atau keunggulan yang tidak mudah ditiru oleh usaha sejenis.

b. Sudah terbukti memberikan keuntungan

Artinya, usaha itu sebelum diwaralabakan harus terbukti telah sukses dan memberikan keuntungan dan dijalankan oleh pemilik merek.

c. Memiliki standar atas pelayanan, barang atau jasa yang ditawarkan.

Maksudnya, usaha waralaba harus punya standar operasional prosedur (SOP) yang tertulis lengkap.

d. Mudah diajarkan dan di aplikasikan

Artinya, usaha itu bisa dijalankan oleh orang lain kalau sudah diajarkan oleh pemilik merek.

e. Adanya dukungan yang berkesinambungan dari pemilik waralaba kepada pembeli waralaba.

f. Haka merek logo dan semacamnya telah terdaftar di HAKI.

5. Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Waralaba

Pada perjanjian yang bersifat perdata, melekat prinsip pemaksaan yang apabila debitur tidak memenuhi prestasi maka kreditur berhak memaksakan pemenuhan prestasi tersebut. Kreditur diberi hak gugat atau hak aksi untuk memperoleh hak materil atas prestasi dengan menggunakan upaya hukum menurut hukum acara. Dan pada waktu yang bersamaan pula, masing-masing pihak dibebani kewajiban untuk memenuhi prestasi dan tanggung jawab untuk melaksanakan prestasi kepada masing-masing pihak secara sempurna.

Hak dan Kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba, adalah sebagai berikut²⁶:

Hak Penerima Waralaba berhak untuk:

- a. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba, yang diperlukan olehnya dalam melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
- b. Memberikan bantuan dari Pemberi Waralaba atas segala macam pemanfaatan dan atau penggunaan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.

Hak Pemberi Waralaba memiliki hak untuk:

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
- b. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha Penerima Waralaba;
- c. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja Penerima Waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- d. Sampai batas tertentu mewajibkan Penerima Waralaba dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan/atau barang-barang tertentu lainnya dari Pemberi Waralaba;
- e. Mewajibkan Penerima Waralaba untuk menjaga kerahasiaan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

26 Gunawan Widjaja, *Waralaba*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003.Hlm. 82.

- f. Mewajibkan agar Penerima Waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- g. Menerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap hak olehnya;
- h. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- i. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada Penerima Waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- j. Atas pengakhiran waralaba, melarang Penerima Waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- k. Atas pengakhiran waralaba, melarang Penerima Waralaba untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan HaKI, penemuan, atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- l. Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif tidak menghapuskan hak Pemberi Waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan Hak atas kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara

penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.

Kewajiban Pemberi Waralaba berkewajiban untuk:

- a. Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut;
- b. Memberikan bantuan pada Penerima Waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

Kewajiban Penerima Waralaba adalah:

- a. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh Pemberi Waralaba kepadanya guna melaksanakan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba;
- b. Memberikan keleluasaan bagi Pemberi Waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa Penerima Waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik;
- c. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari Pemberi Waralaba;
- d. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari Pemberi Waralaba;
- e. Menjaga kerahasiaan atas HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan

karakteristik yang menjadi obyek waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian waralaba;

- f. Melaporkan segala HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba yang ditemukan dalam praktek;
- g. Tidak memanfaatkan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan;
- h. Melakukan pendaftaran Waralaba;
- i. Tidak melakukan kegiatan sejenis, serupa ataupun secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba.
- j. . Melakukan pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama;
- k. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- l. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- m. Atas pegakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan

usaha yang mempergunakan HaKI, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian ini adalah membatasi pembahasan supaya tetap dalam batasan perumusan permasalahan yang dibahas, bahwa ruang lingkup penelitian dalam penulisan ini adalah bagaimana Perlindungan hukum terhadap pemberi waralaba atas wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba dan bagaimana kendala-kendala yang dihadapi dalam pemberi perlindungan hukum terhadap pemberi waralaba.

B. Bahan-bahan Penelitian

Bahan-bahan peneliti yang digunakan dalam mencari jawaban atas permasalahan dalam penelitian ini, dibutuhkan sumber-sumber data penelitian yang terdiri dari: bahan hukum primer, Berupa data yang dapat memberikan informasi secara langsung mengenai segala hal yang berkaitan dengan obyek penelitian. dan bahan hukum sekunder, Bahan hukum sekunder dalam penelitian sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Bahan hukum sekunder berasal dari

bahan-bahan kepustakaan berupa buku-buku teks yang terkait, makalah, brosur-brosur, internet, dan lain-lain.

C. Metode Pengumpulan Data

1. Studi Kepustakaan

Menurut Soerjono Soekanto Study kepustakaan merupakan alat pengumpulan data yang dilakukan melalui data tertulis dengan jalan membaca, mengkaji, mempelajari bahan-bahan referensi yang berkaitan dengan materi untuk mendapatkan data sekunder.²⁷

D. Sumber Data

Dalam suatu penelitian terdapat dua sumber data yaitu sumber data yaitu data primer dan sekunder :

1. Sumber Data Primer

Berupa data yang dapat memberikan informasi secara langsung mengenai segala hal yang berkaitan dengan obyek penelitian.

2. Sumber Data Sekunder

Bahan hukum sekunder dalam penelitian sebagai bahan pendukung dalam penelitian. Bahan hukum sekunder berasal dari bahan-bahan kepustakaan berupa buku-buku teks yang terkait, makalah, brosur-brosur, internet, dan lain-lain.

E. Metode Analisa Data

²⁷ Soerjono Soekanto, Pengantar Penelitian Hukum, UI, Jakarta, 1981 : Hlm 22.

Data yang diambil dari studi kepustakaan disusun secara sistematis kemudian diseleksi untuk diklasifikasi menurut kualitas kebenarannya dengan menganalisis secara normatif guna menemukan jawaban permasalahan penelitian. Data yang diperoleh dari hasil penelitian lapangan dianalisis dan dihubungkan dengan teori-teori yang didapat dari studi kepustakaan sehingga dapat memberikan uraian bersifat deskriptif kualitatif. Kemudian dari hasil penelitian dapat diambil kesimpulan dan diberikan saran.