

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis waralaba di Indonesia tergolong sangat prospektif karena potensi pasarnya sangat besar dan tergolong pesat yang melibatkan banyak pengusaha lokal maupun asing berperan sebagai pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Hal ini tercermin dari besarnya jumlah penduduk Indonesia yang pada tahun 2010 telah mencapai dua ratus tiga puluh delapan juta (238) jiwa, dengan pendapatan diperkirakan mencapai tiga ribu (3000) dollar AS pada akhir tahun 2010. Disamping itu kondisi perekonomian makro di Indonesia juga tergolong baik dengan pertumbuhan ekonomi tahun 2010 diperkirakan mencapai 5,5%-6% dan data tahun 2011 diperkirakan dapat tumbuh 6%-6,5%¹.

Data Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) menunjukkan omzet waralaba Indonesia pada tahun 2007 mencapai angka delapan puluh satu (81) triliun. Tahun 2008, terjadi peningkatan lima belas persen (15%) menjadi Rp 93 triliun. Pada tahun 2009, omzet waralaba naik lima persen (5%) menjadi sembilan puluh lima (95) triliun. Hingga akhir tahun 2010, omzet waralaba di Indonesia baik lokal maupun asing yang berbentuk waralaba dan *business opportunity* naik dua puluh persen (20%) dibandingkan perolehan tahun 2009. Menurut data AFI, sampai (Agustus

¹ Iswi Hariyani, *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, 2011, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, hlm. 1-2.

2010), jumlah waralaba di Indonesia mencapai 1.010 perusahaan dan omzetnya mencapai Rp 114,6 triliun, pendapatan yang diperoleh dari seluruh bisnis waralaba di Indonesia pada tahun 2011 mencapai Rp 135,4 triliun. Data ini dapat diperoleh karena ketentuan usaha waralaba yang wajib untuk didaftarkan.

Waralaba merupakan suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek 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.

Suatu usaha harus memiliki bentuk legalitas, suatu usaha yang telah memenuhi legalitas berarti telah memenuhi syarat operasional usaha dan mempunyai bukti legalitas. Bukti legalitas kegiatan usaha terdiri dari Tanda Bukti Daftar Usaha Perdagangan (TDUP) dan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP). Setelah memenuhi syarat legalitas suatu usaha tersebut maka para pelaku usaha dapat mendaftarkan usahanya menjadi suatu usaha yang berbentuk usaha waralaba².

Pemerintah perlu memandang dan mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pemberi waralaba baik yang berasal dari luar negeri maupun dari dalam negeri, guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku usaha nasional dalam pemasaran barang dan jasa dengan sistem waralaba. Di samping itu, pemerintah dapat memantau dan menyusun data waralaba baik yang menyangkut jumlah perusahaan waralaba maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, pemberi waralaba sebelum memuat perjanjian

² Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, 2006, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 205.

waralaba dengan penerima waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada pemerintah (Menteri Perdagangan) dan calon penerima waralaba.

Prospektus penawaran waralaba memuat keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah, kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian waralaba, maka penerima waralaba juga harus menyampaikan perjanjian waralaba kepada pemerintah (Menteri Perdagangan).

Agar suatu usaha waralaba dapat didirikan dan didaftarkan maka usaha waralaba harus memenuhi syarat dan kriteria yang benar agar dapat digolongkan sebagai waralaba yang layak dan sesuai koridor hukum. Aturan tentang kriteria kelayakan waralaba baru diatur secara jelas dalam PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yaitu:

Pasal 3

- 1) Waralaba harus memiliki ciri khas usaha;
- 2) Waralaba harus terbukti memiliki sudah memberikan keuntungan;
- 3) Waralaba harus memiliki standar pelayanan dan standar produk yang dibuat secara tertulis;
- 4) Sistem bisnis waralaba harus mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- 5) Adanya dukungan secara berkesinambungan;
- 6) Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.

Ke enam kriteria waralaba tersebut, dapat melindungi masyarakat dari praktik bisnis berkedok waralaba yang sebenarnya adalah usaha “*money game*” dan “MLM” palsu yang tujuan utamanya mengeruk dana masyarakat secara ilegal.

Untuk mengawali praktek bisnis waralaba ini, keterkaitannya waralaba dengan HKI secara tegas telah dinyatakan dalam Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang antara lain mengharuskan waralaba memiliki kriteria yang ke-6 yaitu mempunyai HKI yang telah terdaftar di Instansi berwenang kepada Ditjen HKI. Hal ini yang dijadikan terpenting dalam memilih usaha waralaba yaitu penggunaan merek terkenal yang telah menjadi milik seorang pengusaha atau sebuah perusahaan.

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa. Merek lebih berfungsi sebagai alat untuk membedakan barang dan jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan perusahaan lainnya³.

Bisnis usaha waralaba sendiri jika dilihat dan ditelaah lebih lanjut memiliki kelebihan dan kekurangan. Kelebihan itu dapat dirasakan bagi orang yang baru akan terjun ke dunia usaha namun belum begitu menguasai bidang bisnis waralaba, bagi seseorang yang ingin memulai usaha akan lebih mudah untuk menjalankan bisnis tersebut. Mereka tidak akan kesulitan mempromosikan usahanya karena bisnis usaha waralaba merupakan paket bisnis yang mengajarkan bagaimana proses usaha sedang dijalankan dengan mengajarkan manajemen usahanya, perekrutan tenaga kerja, hingga prediksi neraca keuangan dan investasi yang telah ditanamkan.

³ Abdulkadir Muhammad, *Kajian Hukum Ekonomi Hak Kekayaan Intelektual*, 2007, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 130.

Waralaba juga memiliki kekurangan antara lain bagi penerima waralaba sendiri, harga waralaba rata-rata sangat mahal yang menjadi kendala tersendiri di bidang permodalan. Tanggapan pasar yang berbeda-beda juga menjadi kendala tumbuh dan berkembangnya bisnis ini. Adakalanya waralaba yang berhasil di suatu daerah, ketika dicoba untuk dikembangkan di daerah lain hal tersebut tidak seberhasilnya di daerah asalnya, bahkan malah mendatangkan kerugian akibat tidak jeli dalam berinvestasi⁴.

Bisnis waralaba di bidang jasa pendidikan menghasilkan keuntungan yang tinggi. Semua komponen yang terlibat di dalam bisnis mendapat kesejahteraan hidup yang sepadan. Dari segi pendidikan, bisnis waralaba ini dapat mencetak sumber daya manusia yang berkualitas. Sumber daya manusia yang berkualitas akan bermanfaat di mana ia akan berada. Bisnis investasi waralaba di dunia pendidikan akan selalu berkembang. Apalagi nama besar merek sudah memiliki kekuatan yang besar. Indikator *brand image* kuat antara lain profesionalisme manajemen pengelola yang tinggi, indeks kepercayaan konsumen tinggi, apresiasi yang tinggi dari pemerintah dan masyarakat luas.

Penting terhadap ditelitinya waralaba Primagama ini adalah karena Primagama salah satu jenis usaha waralaba yang di bidang jasa pendidikan (luar sekolah) yang cukup terkenal yang di Kota Metro Provinsi Lampung. Sistem waralaba Primagama adalah sistem pengembangan cabang dengan kemitraan secara mandiri dengan menggunakan hak intelektual (merek dan produk) Primagama dengan membayar waralaba *fee* untuk jangka waktu lima tahun dan membayar

⁴ Iswi Hariyani, *Op.cit*, hlm. 60-62.

royalty fee setiap bulan. Waralaba ini sudah menjadi salah satu contoh usaha yang sudah berkembang dan terbukti berhasil untuk meraih keuntungan yang cukup besar. Usaha waralaba di Primagama ini mengajarkan ilmu pengetahuan umum untuk pendidikan di jenjang SD, SMP, SMA serta bagi calon siswa yang ingin masuk perguruan tinggi. Salah satu tujuan usaha waralaba di bidang jasa pendidikan Primagama adalah membantu masyarakat untuk memberikan pendidikan kepada pelajar meraih impian masa depan yang baik, selain itu juga untuk mendapatkan keuntungan yang besar bagi Primagama dengan sistem waralaba ini.

Pihak pihak usaha waralaba yaitu terdiri dari pemberi waralaba utama (*franchisor*) orang atau perseorangan yang memberikan haknya untuk dimanfaatkan kepada penerima waralaba. *franchisor* Primagama adalah Primagama yang berada di Yogyakarta atau yang disebut sebagai pihak pertama. Penerima waralaba lanjutan utama (*master franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan hukum yang ditunjuk oleh pemberi waralaba utama untuk menunjuk calon penerima waralaba selanjutnya di daerah lain. *Master franchisee* Primagama di daerah Provinsi Lampung adalah Primagama Way Halim. Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan hukum yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba. *Franchisee* lanjutan adalah Primagama yang berada di Primagama Kota Metro Provinsi Lampung.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian dan menuangkannya dalam sebuah karya tulis yang berjudul **“Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (Studi Pada Lembaga Primagama Kota Metro Provinsi Lampung)”**.

B. Permasalahan dan Ruang Lingkup

Berdasarkan latar belakang di atas agar tidak terjadi penyimpangan serta perluasan masalah dari apa yang diteliti, maka yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Apa syarat pendirian usaha waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba?
2. Bagaimana tata cara pendaftaran usaha waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba?
3. Bagaimana implementasi Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba pada pendirian dan pendaftaran waralaba Lembaga Primagama Kota Metro Provinsi Lampung?

C. Ruang Lingkup Penelitian

1. Ruang Lingkup Bidang Ilmu

Lingkup bidang ilmu penelitian ini adalah hukum ekonomi karena waralaba adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan disebuah dunia bisnis yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

2. Ruang Lingkup Kajian

Lingkup kajian penelitian ini adalah mengenai “syarat pendirian, tata cara pendaftaran usaha waralaba berdasarkan PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan implementasinya terhadap Lembaga Primagama Kota Metro Provinsi Lampung”.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis mengenai “ Syarat pendirian waralaba dan bagaimana tata cara pendaftaran usaha waralaba serta implementasi terhadap Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pada Lembaga Primagama Kota Metro Provinsi Lampung”.

2. Kegunaan Penelitian

a. Kegunaan teoritis

Kegunaan teoritis penelitian ini berguna sebagai upaya pengembangan wawasan ilmu pengetahuan hukum ekonomi khususnya hukum bisnis waralaba dalam kaitannya dengan pengetahuan mengenai “Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemertintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba” dan peningkatan keterampilan menulis karya ilmiah.

b. Kegunaan praktis

Kegunaan praktis penelitian ini berguna sebagai;

1. Upaya perluasan pengetahuan bagi peneliti dalam bidang hukum perdata ekonomi khususnya hukum bisnis mengenai usaha waralaba.
2. Salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada program sarjana di bidang ilmu hukum perdata ekonomi Fakultas Hukum Universitas Lampung.