

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat serta kompleks melahirkan berbagai bentuk kerjasama bisnis. Kerjasama bisnis yang terjadi sangat beraneka ragam tergantung pada bidang bisnis apa yang sedang dijalankan. Keanekaragaman kerjasama bisnis ini tentu saja melahirkan masalah serta tantangan baru, karena hukum harus siap untuk dapat mengantisipasi setiap perkembangan yang muncul. Salah satu bentuk kerjasama bisnis tersebut adalah jenis usaha waralaba.¹

Waralaba atau *franchise* merupakan suatu bisnis yang didasarkan pada perjanjian dua pihak, yaitu *franchisor* sebagai pemilik hak dan *franchisee* sebagai seseorang yang diberi hak untuk menjalankan bisnis dari *franchisor* menurut sistem yang ditentukan oleh *franchisor*. Dengan kata lain, waralaba merupakan kegiatan usaha penjualan barang secara retail kepada masyarakat luas berdasarkan paket kriteria bisnis yang telah ditentukan. *Franchisor* dan *franchisee* tentunya berharap melalui kemitraan tersebut akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan risiko kegagalan yang minimal. Waralaba menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, serta fasilitas

¹ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis : Dalam Persepsi Manusia Modern* (Bandung: Refika Aditama, 2004), hlm. 26.

penunjang dari *franchisor*. Sebagai imbalannya, *franchisee* membayar *intial fee* dan royalti atau biaya pelayanan manajemen pada *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba. Sebuah paket waralaba yang baik mampu membuat seseorang bisa mengoperasikan sebuah bisnis dengan berhasil, bahkan tanpa pengetahuan sebelumnya tentang bisnis tersebut.²

Pada awalnya, istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah *franchise* diganti dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) . Waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih atau istimewa dan “laba” berarti untung. Jadi, waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa. Berdasarkan pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang waralaba, penggunaan kata *franchise* ditetapkan menjadi kata waralaba.³

Bisnis waralaba mengalami perkembangan yang sangat cepat karena terdapat beberapa kelebihan yang membuat bisnis ini menarik minat para investor atau penerima waralaba. Beberapa kelebihan tersebut yaitu waralaba memberikan keuntungan untuk berbisnis di bawah bendera bisnis lain yang sudah memiliki reputasi yang bagus, baik ide, penamaan dan manajemen suatu bisnis telah diuji coba sebelumnya dan siap untuk diimplementasikan pada lokasi yang baru, sistem manajemen finansial telah ditetapkan oleh pemilik waralaba utama, sehingga kita

² Ardian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008), hlm. V.

³ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Op. Cit.*, hlm. 119.

tidak perlu dibingungkan lagi dengan manajemen finansial seperti membangun bisnis baru, serta pemilik waralaba biasanya akan memberikan pelatihan seperti manajemen finansial, pemasaran, periklanan, Standar Operasional Prosedur (SOP) dan lain-lain. Hal tersebut biasanya sudah termasuk dalam paket pembelian waralaba dan yang menjadi alasan utama orang memilih bisnis waralaba karena bisnis yang diwaralabakan terbukti menguntungkan yang dibuktikan dengan catatan laporan keuangan dua tahun terakhir yang tertulis dalam prospektus penawaran waralaba.⁴

Di Indonesia, bisnis waralaba kian tahun semakin meningkat. Untuk memberikan kepastian hukum dalam bisnis waralaba di Indonesia, terutama untuk melindungi pihak-pihak yang terlibat didalamnya, maka diperlukannya perangkat perundang-undangan yang memungkinkan pengembangan bisnis waralaba di Indonesia. Oleh karena itu, pada tahun 1997 dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan tersebut diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.⁵

Sejak diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disingkat PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba), khususnya pada Pasal 1 butir 1 waralaba diartikan sebagai hak khusus yang dimiliki oleh

⁴ Ardian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 55.

⁵ *Ibid*, hlm. Vii.

orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Dari pengertian tersebut beberapa unsur wajib dipenuhi oleh suatu usaha sehingga usaha tersebut dapat dikatakan sebagai usaha waralaba.

Prospektus merupakan hal yang wajib ditunjukkan kepada penerima waralaba. Pasal 7 Ayat 1 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan *franchisor* diwajibkan memperlihatkan prospek kepada calon *franchisee*. Isi prospek setidaknya memuat data identitas *franchisor*, legalitas usaha, sejarah kegiatan usaha, struktur organisasi, laporan keuangan dua tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar *franchisee*, serta hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee*.⁶

Pada saat ini, banyak jenis usaha yang mengaku sebagai waralaba yang muncul dengan memberikan penawaran kepada orang-orang untuk menjadi mitra atau *franchisee* dengan konsep yang tidak memenuhi beberapa kriteria usaha waralaba yang terdapat pada Pasal 3 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yaitu memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standar atas pelayanan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan dan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Hal ini jelas melanggar ketentuan hukum bahkan dampak yang lebih buruk adalah resiko kegagalan yang diterima penerima waralaba (*franchisee*) semakin besar karena pemberi waralaba yang belum terbukti menguntungkan.

⁶ Ardian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 33-34.

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Pasal 1320 KUHPerdara merupakan ketentuan umum yang menjadi dasar terbentuknya perjanjian waralaba yang berisi tentang syarat-syarat sah nya suatu perjanjian. Namun, secara khusus berdasarkan Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit tentang nama dan alamat para pihak, jenis Hak Kekayaan Intelektual, kegiatan usaha, hak dan kewajiban para pihak, bantuan berupa fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan oleh *franchisor*, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tata cara pembayaran imbalan, kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris, penyelesaian sengketa serta tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian. Isi klausula Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba merupakan klausula wajib dalam perjanjian waralaba sehingga setiap pemberi waralaba harus memperhatikan isi perjanjian yang akan dimuat dalam perjanjian waralaba.

Setiap perjanjian memiliki kemungkinan masalah yang akan muncul, sehingga dibutuhkan klausula mengenai pemilihan penyelesaian sengketa pada perjanjian waralaba. Selain kegiatan usaha waralaba yang telah diikat berdasarkan perjanjian, waralaba wajib memenuhi kriteria usaha waralaba berdasarkan Pasal 3 dan klausula yang tertulis pada Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Pada Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan penyelesaian sengketa merupakan salah satu klausula wajib dalam perjanjian waralaba agar para pihak mengetahui dengan jelas tindakan yang dapat dilakukan jika terjadi pelanggaran dalam perjanjian waralaba *Superwash*.

Salah satu waralaba di Provinsi Lampung adalah *Superwash* yang bergerak di bidang jasa cuci pakaian. Sampai tahun 2013 *Superwash* telah memiliki gerai pada 50 kota di Indonesia. Waralaba *Superwash* sendiri merupakan jenis waralaba *Business Format Franchising*, dimana *franchisee* menggunakan nama merek dagang *Superwash* yang kemudian dipakai untuk menjalankan usaha sejenis dengan bimbingan oleh *franchisor*, yang didirikan oleh CV. Edria Mitra Internasional yang mendaftarkan merek *Superwash* pada tahun 2009 dengan nomor J22200900069 dan J22201100093 dan mulai mendaftar menjadi waralaba tahun 2012 dengan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (Selanjutnya disingkat STPW) dengan nomor 7110/INATRADE/2012 dan membuat perjanjian waralaba kepada Perusahaan Perseorangan *Superwash Laundry* yang didirikan oleh Ahmad Iqbal Syarib sebagai *franchisee*.⁷

Berdasarkan latar belakang tersebut dan permasalahan di atas, oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas masalah tersebut untuk dijadikan sebuah bahan kajian yang berbentuk skripsi dengan judul: **“Analisis Perjanjian Waralaba (*Franchise*) pada Jasa Cuci Pakaian *Superwash* di Bandarlampung”**.

B. Rumusan Masalah dan Ruang Lingkup

Berdasarkan kerangka latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah sebagai berikut :

1. Apakah *Superwash* telah memenuhi kriteria usaha waralaba yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ?

⁷ <http://www.franchiselaundry.com/site/profil.html#> diakses pukul 23:14 tanggal 19 Maret 2014

2. Bagaimana kesesuaian perjanjian waralaba *Superwash* dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ?
3. Bagaimana upaya hukum yang dapat dilakukan jika terjadi pelanggaran dalam perjanjian *Superwash* ?

Ruang lingkup penelitian ini meliputi ruang lingkup pembahasan dan ruang lingkup bidang ilmu. Ruang lingkup pembahasan adalah kesesuaian perjanjian waralaba *Superwash* terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, sedangkan ruang lingkup bidang ilmu adalah Hukum Keperdataan khususnya Hukum Perusahaan tentang Waralaba.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk memperoleh deskripsi secara lengkap, jelas, sistematis dan rinci tentang kriteria yang telah dipenuhi oleh *Superwash* sebagai usaha waralaba yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
2. Untuk memperoleh deskripsi secara lengkap, jelas, sistematis dan rinci tentang klausula perjanjian *Superwash* yang harus dipenuhi sebagai perjanjian waralaba yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
3. Untuk memperoleh deskripsi secara lengkap, jelas, sistematis dan rinci upaya hukum yang dapat dilakukan dilakukan jika terjadi pelanggaran dalam perjanjian *Superwash*.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan input baik secara teoritis maupun secara praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis hasil penelitian ini akan memberikan sumbang saran dalam ilmu pengetahuan hukum, khususnya mengenai perjanjian waralaba atau waralaba bidang jasa.
2. Secara praktis hasil penelitian ini diharapkan akan:
 - a. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis dan masyarakat luas yang nantinya berniat menggunakan sistem bisnis waralaba dalam usahanya;
 - b. menganalisis kriteria yang telah dipenuhi *Superwash* sebagai usaha waralaba, klausula perjanjian *Superwash* yang harus dipenuhi sebagai perjanjian waralaba, serta upaya hukum yang dapat dilakukan jika terjadi pelanggaran dalam perjanjian *Superwash* berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
 - c. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Lampung.