

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Penelitian

Bisnis *franchise* atau waralaba pada saat ini menjadi bisnis yang menarik bagi para wirausahawan yang memiliki modal tetapi masih belum yakin akan ide bisnis apa yang mau dilaksanakan. Dalam mendirikan bisnis waralaba kita perlu menginvestasikan sejumlah uang untuk membeli paket yang ditawarkan oleh penyedia usaha *franchise* atau *franchisor* dengan begitu kita telah mendapatkan hak untuk menjual produk dengan brand yang sama. Selain dibandingkan dengan membuka sebuah usaha sendiri, menjalankan usaha waralaba memiliki tingkat resiko kegagalan yang relatif lebih kecil.

Menurut Sumardi (1995) dari sisi bisnis, pengertian *franchise* sendiri yaitu “sebuah metode pengalokasian barang dan jasa kepada konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode ini disebut *franchisor*, sedangkan pembeli yang berhak menggunakan metode disebut *franchisee*”. Dalam sisi sistem usaha menurut Hardjiwidagdo (1993), waralaba memiliki definisi “perdagangan atau jasa yang jenis produk dan bentuk yang diusahakan memiliki ciri khas selain itu identitas perusahaan (logo, desain, merk) termasuk penampilan karyawan, rencana pemasaran serta bantuan operasional” (dalam Rivai M.M, 2012). Sedangkan dalam Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang waralaba, memberikan 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.”(dalam Marissa Vydia Awaluddin, 2013)

Pada tahun 1850 waralaba diperkenalkan pertama kali oleh seorang pembuat mesin jahit yaitu Isaac Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi

penjualan mesin jahitnya. Walaupun usaha tersebut tidak sukses, tetapi beliaulah yang pertama kali memperkenalkan bentuk bisnis waralaba ini di Amerika Serikat. Kemudian caranya ini diikuti oleh sebuah industry otomotif Amerika Serikat bernama *General Motors Industry* pada tahun 1898 dan pewaralaba lain yang lebih sukses yaitu pendiri Coca-cola, John S. Pemberton. Lalu pada tahun 1919 muncul waralaba rumah makan cepat saji yaitu A&W Root Beer. Sistem bisnis ini dalam perkembangannya mengalami berbagai penyempurnaan, pada tahun 1950 waralaba dikenal sebagai format bisnis atau sering pula disebut waralaba generasi kedua.

Indonesia sendiri baru mengenali waralaba pada tahun 1950-an dengan munculnya *dealer* kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merk, dan semakin berkembang pada tahun 1980-1990. Pada saat awal berkembangnya waralaba di Indonesia KFC, McDonald's dan Wendy's merupakan waralaba asing yang mengiringi perkembangan bisnis waralaba di Indonesia. Sedangkan perusahaan nasional yang merupakan pelopor bisnis waralaba yaitu Es Teller 77 namun masih skala lokal. Dimana pada tahun 1991 telah memiliki 70 cabang. Pada saat ini contoh waralaba yang sedang populer dan berkembang pesat yaitu Indomaret dan Alfamart bahkan keduanya dapat mudah ditemui di setiap kota di Indonesia.

Adanya perkembangan bisnis waralaba di Indonesia yang cukup pesat dan signifikan ini diiringi dengan munculnya berbagai peraturan pemerintah dengan tujuan untuk adanya perlindungan hukum antara kedua pihak baik itu *franchisor* dan *franchisee*. Pada tahun 1997 dibuatlah Peraturan Pemerintah No. 16 tentang waralaba, yang kemudian disempurnakan kembali menjadi Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 atau disebut dengan PP waralaba. Selain itu peraturan mengenai waralaba ada pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012.

Kondisi pelaksanaan perjanjian waralaba yang berkaitan dengan peraturan pemerintah di Indonesia sendiri masih diperlukan adanya perhatian khusus dari kedua belah pihak yang bekerja sama. Terutama usaha waralaba berskala kecil

dan mikro di Indonesia akhir-akhir ini, karena dalam perjanjian maupun pelaksanaan waralaba khususnya usaha waralaba skala mikro dan kecil diragukan adanya pelanggaran dan ketidaksesuaian antara perjanjian dengan pelaksanaan waralaba yang merugikan salah satu pihak. Menurut ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) Anang Sukandar, “asosiasi *franchise* di Indonesia terbilang cukup tua di kawasan Asia Tenggara. Namun, hal tersebut tidak sesuai dengan kondisi waralaba. Pada saat ini banyak pengusaha yang belum siap melakukan waralaba karena usaha-usaha tersebut baru seumur jagung dan belum memenuhi kriteria waralaba. Usaha sudah pantas diwaralabakan jika sudah berhasil menjalani usaha selama lima tahun, hal ini baru dapat dikatakan memenuhi kriteria”. Sebagai contoh kasus sengketa waralaba usaha skala kecil yaitu waralaba “*Mrs. Fields Cookies*” yang terjadi pada tahun 2013 dimana pihak *franchisor* merasa dirugikan karena *franchisee* tidak membayarkan sejumlah uang untuk mendirikan outlet sesuai dengan perjanjian tertulis diantara kedua belah pihak. Sementara itu pihak *franchisee* sendiri menggugat *franchisor* karena tidak adanya penawaran waralaba dan perjanjian yang jelas. Oleh karena itu perjanjian waralaba diharapkan mampu memuat dengan jelas berbagai macam hal penting yang berkaitan dengan pelaksanaan waralaba seperti contoh hak dan kewajiban tiap pihak dan kesesuaiannya dengan peraturan pemerintah.

Dalam penelitian ini salah satu bisnis waralaba yang akan diteliti kesesuaiannya dengan dasar hukum yang ada di Indonesia berkaitan dengan PP No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012 pasal 2 yaitu bisnis waralaba minuman “Nyoklat Klasik”. “Nyoklat Klasik” adalah bisnis waralaba minuman coklat, pemilik dari usaha ini yaitu Ibu Rovi Solikah. Alamat Pusat dari bisnis minuman ini yaitu berada di Jl. Ahmad Yani Timur Tulungagung, Jawa Timur 66212. Bisnis ini didirikan pada tahun 2013 dan telah memiliki lebih dari 2.125 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia per Juni 2018 salah satu outletnya berada di Kecamatan Banyumanik Semarang.

Pada saat ini waralaba “Nyoklat Klasik” menawarkan 4 jenis paket *franchise*, diantaranya paket *platinum* (Rp 250 juta), paket *gold* (Rp 60 juta),

paket *minibar* (Rp. 17 juta), dan paket *silver* (Rp. 12 juta). Outlet yang berada di Kecamatan Banyumanik termasuk kedalam paket *silver* dengan investasi Rp. 12 juta, omzet yang bisa didapatkan mencapai Rp. 30 juta per bulan. Dengan paket tersebut *franchisee* sudah bisa mendapatkan :

- a. 1 *booth*/gerobak
- b. 1 blender
- c. 1 termos es
- d. 1 dispenser
- e. 7 *box* untuk stock racikan
- f. 1 parutan untuk keju/batang coklat
- g. 1 *toping* (keju, oreo, cola, jelly, kacang)
- h. 500 *sachet* rasa *original, choco ginger, choco milk, choco coffee, choco cheese, choco nut, choco oreo, choco jelly, choco cola, choco mix all varian (update tiap ada varian baru)*
- i. 250 *cup ice*
- j. 250 *cup hot*
- k. 500 sedotan *ice & hot*
- l. 500 tutup *cup ice* dan *hot*
- m. 5 coklat batang 500 gram
- n. 1 pack kresek *take away single*
- o. 1 set *roll banner*
- p. 2 seragam
- q. 2 lembar daftar menu
- r. 1 dvd
- s. 1 toples *jelly*
- t. *Free royalty*

Dalam pelaksanaan bisnis waralaba kedua belah pihak antara *franchisor* dan *franchisee* harus memperhatikan dan menerapkan peraturan-peraturan mengenai waralaba di Indonesia, peraturan tersebut diantaranya yaitu Peraturan

Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5, perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit :

- a. nama dan alamat para pihak
- b. jenis 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
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

Dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012 pasal 2 :

1. Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut :
  - a. memiliki ciri khas usaha
  - b. terbukti sudah memberikan keuntungan
  - c. memiliki standar atas pelayanan dan barang / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
  - d. mudah diajarkan dan diaplikasikan
  - e. adanya dukungan yang berkesinambungan
  - f. hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar
2. Orang perseorangan atau badan usaha dilarang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba untuk nama dan/atau kegiatan usahanya, apabila tidak memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat 1.

Dengan adanya peraturan-peraturan yang mengatur pelaksanaan bisnis waralaba tersebut, para pihak terkait baik *franchisor* dan *franchisee* harus bisa menaati regulasi tersebut dengan tujuan adanya kepastian dan perlindungan

hukum bagi para pihak yang bekerjasama. Berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan membahas apakah perjanjian bisnis waralaba “Nyoklat Klasik” di Jln. Karang Rejo, Kecamatan Banyumanik telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012 pasal 2.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah perjanjian waralaba “Nyoklat Klasik” sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun2012 pasal 2 ?
2. Apakah dalam pelaksanaannya sesuai dengan perjanjian waralaba “Nyoklat Klasik” dan peraturan yang terkait yaitu Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun2012 pasal 2?

Pembatasan masalah digunakan dengan tujuan menghindari adanya pelebaran pokok masalah agar penelitian dapat terarah dan mempermudah pembahasan sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Batasan-batasan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Luas lingkup hanya meliputi informasi mengenai waralaba “Nyoklat Klasik” beserta perjanjiannya.
2. Peraturan atau hukum yang digunakan sebagai pedoman waralaba di Indonesia dalam penelitian ini yaitu : Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun2012 pasal 2.

### 1.3. Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui :

1. Perjanjian waralaba “Nyoklat Klasik” sesuai dengan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5.
2. Pelaksanaan waralaba “Nyoklat Klasik” sesuai dengan perjanjian waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun2012 pasal 2.

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi bukti empiris mengenai pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba “Nyoklat Klasik” menurut Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012 pasal 2 sehingga dapat menambah pengetahuan bagi waralaba di Indonesia agar dapat menaati peraturan waralaba.

2. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi *franchisor* dan *franchisee* “Nyoklat Klasik” dalam memperbaiki isi perjanjian diantara kedua belah pihak, terkait kesesuaiannya dengan Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 53 tahun 2012 pasal 2 sehingga kerjasama kedua pihak sesuai berdasarkan hukum yang ada.