

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini usaha kuliner di Kota Semarang berbasis waralaba semakin beragam. Menurut Sutedi (2008) Waralaba dapat didefinisikan hak istimewa yang terjadi oleh pemberi waralaba disebut *franchisor* kepada penerima waralaba yang disebut *franchisee*. *Franchisee* membayar kewajiban kepada *franchisor* karena penggunaan hak nama dagang yang dimiliki *franchisor*. Format bisnis ini menjadikan *franchisee* mempunyai hak untuk menjual produk dagang dengan nama yang dimiliki *franchisor* sesuai dengan kesepakatan yang saling disetujui oleh kedua belah pihak.

Waralaba juga bisa dikatakan sebagai bentuk pemberian lisensi hanya saja memiliki ciri khusus. *Franchisee* atau penerima waralaba harus menggunakan metode sistem, metode, cara kerja hingga hal-hal lain yang sudah diatur oleh *franchisor*. Pola bisnis waralaba biasanya sudah memiliki jaminan bisnis karena *franchisor* sudah menguji bisnisnya terlebih dahulu dan memberikan jaminan kepada *franchisee*, sehingga *franchisee* yang cukup bekerja sesuai dengan sistem yang diatur oleh *franchisor*.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba dan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun 2012 tentang penyelenggaraan waralaba. Maka dari itu menarik untuk diteliti apakah usaha kuliner waralaba skala kecil yang ada di Kota Semarang sudah memenuhi peraturan yang ada. Saya berfokus meneliti pada pasal 5 pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 dan pasal 2 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53 tahun

2012. Kedua peraturan tersebut diharapkan mampu mengatur usaha skala kecil yang berbasis waralaba.

Bisnis waralaba yang melibatkan dua pihak yang saling bersepakat untuk bekerjasama dan saling menguntungkan, diperlukan sesuatu yang mengikat yaitu adanya perjanjian. Perjanjian diperlukan karena sebagai dasar hukum dari kedua belah pihak *franchisor* maupun *franchisee* agar digunakan sebagai panduan dan mengurangi konflik dikemudian hari.

Kota Semarang merupakan ibu kota provinsi Jawa Tengah dengan jumlah penduduk 1,658,552 jiwa pada Desember 2017 berdasarkan data yang diperoleh dari dinas kependudukan dan pencatatan sipil kota Semarang. Jumlah penduduk yang sudah melebihi 1,6 juta penduduk menjadikan peluang ladang bisnis salah satunya adalah usaha waralaba kuliner.

Usaha kuliner semakin beragam hal ini ditandai dengan bermunculannya usaha kuliner waralaba yang ada di Kota Semarang. Salah satu yang menarik untuk diteliti adalah perkembangan kuliner martabak dan kue terang bulan. Martabak adalah sajian makanan yang terbuat dari adonan tepung terigu yang digunakan sebagai lapisan luar dan kombinasi adonan telur, daging, rempah-rempah sebagai isian yang kemudian digoreng. Terang bulan adalah nama lain dari martabak manis yaitu olahan panganan yang terbuat dari adonan terigu, telur, gula yang diberi taburan/ *topping* yang memiliki rasa manis.

Bisnis kuliner Martabak ABC pertama kali didirikan oleh Beta Rachman pada tahun 2006 di Sidoarjo, Jawa Timur. Martabak ABC adalah salah satu nama merek yang menyajikan berbagai macam pilihan martabak dan terang bulan. Pada tahun 2012 Rachman selaku pendiri menawarkan kerjasama pada masyarakat dengan model bisnis waralaba. Saat ini jumlah mitra waralaba Martabak ABC berkembang menjadi 14 mitra.

Martabak ABC menawarkan dua paket investasi yang dapat dipilih oleh calon *franchisee*. Pertama adalah model booth senilai Rp65.000.000 dan paket letter L senilai Rp80.000.000. Fasilitas yang didapatkan mitra adalah seluruh

perlengkapan memasak, seragam karyawan, branding, pelatihan bahan baku dan seluruh perlengkapan tambahan.

Tabel 1.1 Rincian Paket Investasi Waralaba Martabak ABC

Paket Investasi 65 Juta Rupiah	
Pemasukan	
Omzet 1 hari (dengan asumsi per hari terjual 75 loyang dengan harga rata-rata Rp20.000/loyang)	Rp1.500.000
Omzet 1 bulan (asumsi 30hari) rata-rata 1.500 loyang	Rp 45.000.000
Pengeluaran	
Biaya pokok produksi untuk 1.500 loyang (40%)	Rp 18.000.000
Gaji Upah Minimum, Bonus, dan pemondokan 3 karyawan/ bulan(8%)	Rp3.600.000
Sewa tempat/kios perbulan	Rp 2.000.000
Penyusutan Peralatan dan perlengkapan perbulan selama 5 tahun	Rp750.000
Total Pengeluaran	Rp 24.350.000
Proyeksi keuntungan	Rp45.000.000-

	Rp24.350.000=Rp20.650.000 (Laba 50%)
ROI (<i>Return of Investment</i>)	Estimasi waktu 3.3bulan

Sumber: Website Martabak ABC(diakses pada 1 Oktober 2020)

Tabel 1.2.Rincian Paket Investasi Waralaba Martabak ABC

Paket Investasi 80 Juta Rupiah	
Pemasukan	
Omzet 1 hari (dengan asumsi per hari terjual 100 loyang dengan harga rata-rata Rp20.000/loyang)	Rp2.000.000
Omzet 1 bulan (asumsi 30hari) rata-rata 3000 loyang	Rp 60.000.000
Pengeluaran	
Biaya pokok produksi untuk 3000 loyang (45%)	Rp27.000.000
Gaji Upah Minimum, Bonus, dan pemondokan 4 karyawan/ bulan(9%)	Rp8.000.000
Sewa tempat/kios perbulan	Rp 2.000.000

Penyusutan Peralatan dan perlengkapan perbulan selama 5 tahun	Rp1.000.000
Total Pengeluaran	Rp 38.000.000
Proyeksi keuntungan	Rp60.000.000- Rp38.000.000=Rp22.000.000 (Laba 45%)
ROI (<i>Return of Investment</i>)	Estimasi waktu 3.8bulan

Sumber: Website Martabak ABC(diakses pada 1 Oktober 2020)

Martabak ABC juga hadir disemarang,Pak Adam adalah *franchisee* yang menjalankan bisnis waralaba Martabak ABC yang ada di Kota Semarang. Martabak ABC yang terletak di jalan Prof. Sudharto no.10 Tembalang menyajikan bermacam variasi martabak dan terang bulan. Martabak ABC menghadirkan penyajian terang bulan dengan berbagai rasa yang totalnya mencapai 8 pilihan rasa dan 25 *topping* pilihan yang dapat dipilih sesuai selera konsumen. Pada pilihan menu Martabak Telur terdapat ditawarkan 9 pilihan rasa yang terdiri dari dua jenis biasa dan spesial. Bahkan menyajikan menu khusus ulang tahun yang dibuat lebih spesial karena ada dekorasi khusus yang lebih istimewa. Harga jual produk Martabak ABC yang ditawarkan mulai dari Rp18.000 hingga Rp70.000 untuk edisi ulang tahun.

Usaha waralaba di Indonesia khususnya yang berada di Kota Semarang dalam operasinya sudah diatur oleh regulasi. Fokus penelitian adalah pada Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 dan Pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No 53 tahun 2012. Hal ini akan mengkaji apakah perjanjian bisnis waralaba Martabak ABC yang berada di wilayah Tembalang,Semarang telah sesuai dan menjalani kedua peraturan tersebut.Penelitian ini untuk menganalisis praktik waralaba seusai kenyataan yang ada dilapangan.

1.2. Perumusan Masalah dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan di atas maka perumusan dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah Usaha Waralaba Martabak ABC sudah memenuhi pasal 5 pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.42 tahun 2007?
- b. Apakah Usaha Waralaba Martabak ABC sudah memenuhi pasal 2 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 53 tahun 2012?

Pembatasan Masalah dibatasi pada kajian pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba pada usaha Martabak ABC yang ada di Kota Semarang. Kajian ini didasarkan pada pasal 5 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tahun 2007 dan pasal 2 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 53 tahun 2012

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian yang didasari perumusan masalah dan pembatasan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Maka tujuan penelitian ini adalah:

- a. Menganalisis dan mendeskripsikan apakah usaha Martabak ABC telah memenuhi pasal 5 pada Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 tahun 2007
- b. Menganalisis dan mendeskripsikan apakah usaha Martabak ABC pasal 2 pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No 53 tahun 2012

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat secara teoritis dan praktis. Hal tersebut akan dijabarkan di bawah sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini akan memberikan bukti mengenai pelaksanaan usaha waralaba di Kota Semarang berdasarkan PP no 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan No 53 Tahun 2012.

b. Manfaat Praktis

Hasil Penelitian ini memberikan informasi maupun referensi bagi *franchisee* Martabak ABC tentang pelaksanaan perjanjian waralaba yang didasari oleh PP no 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan No.53 Tahun 2012. Dengan demikian *franchisee* dapat mengetahui pentingnya perjanjian karena merupakan dasar hukum dalam menjalankan usaha waralaba yang dijalankan *franchisee*, sehingga usaha yang dilakukan *franchisee* dapat berjalan dengan baik.

