

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab iv mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba Martabak ABC Tembalang yang ditinjau dari pasal 5 Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007 dan pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun 2012, maka perjanjian waralaba belum memenuhi sepenuhnya seperti yang disyaratkan pada kedua peraturan tersebut. Aspek–aspek yang sesuai dan belum sesuai dengan perundangan waralaba dijelaskan sebagai berikut :

1. Perjanjian waralaba Martabak ABC yang belum sesuai dengan pasal 5 Peraturan Pemerintah No.42 tahun 2007

- a. Hak dan kewajiban para pihak.

Pada perjanjian waralaba Martabak ABC adasalah satu yang tidak adil yaitu promosi yang merupakan tanggung jawab *franchisee*, hal ini tidak adil karena *franchisor* tidak memberikan arahan / *guideline* pada promosi bisnis waralaba milik *franchisee*. *Franchisee* melakukan kegiatan promosi sendiri di akun sosial media Instagram dan kerjasama dengan *ojek online*

- b. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba ke penerima waralaba.

Poin pemasaran yang diberikan waralaba ke penerima waralaba pada bisnis waralaba Martabak yaitu Promosi dilakukan secara mandiri oleh *franchisee* dengan akun sosial media dan bekerjasama dengan *ojek online* karena aspek pemasaran menjadi tanggung jawab *franchisee* seperti yang tercantum dalam perjanjian waralaba Martabak ABC.

2. Perjanjian waralaba Martabak ABC yang sudah sesuai dengan pasal 5 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007
 - a. Nama dan alamat para pihak
 - b. Jenis hak kekayaan intelektual
 - c. Kegiatan usaha
 - d. Wilayah usaha
 - e. Jangka waktu perjanjian
 - f. Tata cara pembayaran imbalan
 - g. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris
 - h. Penyelesaian sengketa
 - i. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

3. Perjanjian waralaba Martabak ABC yang belum sesuai dengan pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun 2012
 - a. Adanya dukungan yang berkesinambungan
 Aspek dukungan yang berkesinambungan yang didefinisikan dalam perundangan mencakup bimbingan operasional, pelatihan dan promosi. Dalam pelaksanaannya dukungan yang berkesinambungan mencakup bimbingan operasional, dan pelatihan. Pada poin promosi dalam perjanjian waralaba *franchisor* memberi kewajiban *franchisee* untuk melakukan promosi secara mandiri.
 - b. Hak kekayaan intelektual yang terdaftar
 Aspek hak kekayaan intelektual yang terdaftar tidak disinggung dalam isi perjanjian waralaba Martabak ABC. Pada kenyatannya status hak kekayaan intelektual yang terdapat di dalam *database* PDKI (Pangkalan Data Kekayaan Intelektual) mendapat status “ditolak”

4. Perjanjian waralaba Martabak ABC yang sudah sesuai dengan pasal 2 Peraturan Menteri Perdagangan No.53 tahun 2012
 - a. Memiliki ciri khas usaha

- b. Terbukti memberikan keuntungan
- c. Memiliki standar atas pelayanan barang dan jasa yang ditawarkan
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab iv, maka penulis dapat memberikan saran antara lain :

1. *Franchisor* dalam hal promosi dapat memberikan arahan / guideline yang dituangkan dalam panduan usaha agar menjadi dasar dalam melakukan promosi Martabak ABC, contohnya seperti penggunaan logo dan tata letak logo dalam promosi yang dilakukan agar menjadi ciri khas, mengunggah foto produk di akun sosial media secara berkala. *Franchisor* dapat pula melakukan pendampingan seperti melakukan berbagi pengetahuan / *knowledge sharing* dengan harapan agar promosi yang dilakukan oleh *franchisee* berhasil dan memberikan dampak hasil positif bagi *franchisee* maupun *franchisor* Martabak ABC.
2. *Franchisor* dapat mengajukan banding kepada komisi banding merek dengan tembusan kepada menteri untuk memperjuangkan merek Martabak ABC karena dalam *database* PDKI (Pangkalan Data Kekayaan Intelektual) mendapat status ditolak.