

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Didalam kegiatan ekonomi dan bisnis yang terjadi saat ini, terdapat berbagai macam bentuk dan cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan tujuan yang ingin diraih oleh setiap orang. Tujuan tersebut dapat berupa keinginan untuk mencari banyak keuntungan, memaksimalkan potensi dalam diri, memperkenalkan perusahaan lokal kepada masyarakat internasional, dan berbagai tujuan yang lain. Salah satu bentuk bisnis yang dapat dilakukan oleh setiap orang untuk meraih tujuannya masing-masing adalah dengan menerapkan sistem franchise, atau yang lebih dikenal dengan istilah waralaba.

Menurut David J. Kaufmann (2007) dalam Anang Sukandar (2015) waralaba merupakan suatu sistem pemasaran dan distribusi yang dilakukan oleh suatu bentuk bisnis dengan garansi membayar sejumlah *fee* untuk mendapatkan hak terhadap akses pasar yang dijalankan dengan standar operasi yang terstruktur di dalam pengawasan dan asistensi franchisor. Waralaba juga memiliki pengertian sebagai hubungan antara mitra yang kuat dan sukses dalam usaha yang tergolong baru dalam usaha tersebut, yang memiliki tujuan untuk saling menguntungkan di dalam menyediakan jasa dan produk kepada konsumen (Dr V. Winarto, 1992) dalam Anang Iskandar (2015). Dalam waralaba, pembeli waralaba (*franchisee*) seringkali membayar *fee* dan royalti kepada pemilik waralaba (*franchisor*) untuk mendapatkan hak menggunakan merek dagang serta menjual barang atau jasanya, dan seringkali memakai format serta sistem bisnisnya (Hery, 2017). Selain itu menurut Peraturan Pemerintah Indonesia nomor 42 tahun 2007, menjelaskan bahwa *Franchise* atau Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap suatu sistem bisnis dengan ciri khas usaha di dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang sudah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau dipergunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Definisi yang diberikan pemerintah inilah yang berlaku secara yuridis formal di Indonesia.

Istilah waralaba pada awalnya merupakan konsep pemasaran yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, di mana produk tersedia. Pada tahun 1850 perusahaan mesin jahit Singer di Amerika membangun jaringan dealer sebagai sistem distribusinya untuk meningkatkan penjualan mesin jahitnya di seluruh wilayah Amerika Serikat. Konsep dealer yang digunakan perusahaan Singer ini yang kemudian menjadi cikal bakal sistem waralaba di dunia. Cara penjualan dan pengembangan pasar yang dilakukan oleh perusahaan Singer kemudian mulai diikuti oleh perusahaan-perusahaan besar lainnya seperti Coca-Cola, General Motors, Chrysler dan Ford pada tahun 1898 karena konsep dealer tersebut terbukti efektif dan efisien dalam meningkatkan penjualan produk perusahaan.

Sistem *Franchise* mulai memasuki Indonesia pada tahun 1970, yang dipelopori oleh Kentucky Fried Chicken kemudian diikuti oleh Swensen's yang bergerak dibidang makanan es krim, Burger King yang bergerak dibidang makanan cepat saji, serta 7Eleven yang menyediakan barang dan jasa untuk penggunaan rumah tangga. Dari rentang waktu 1970 hingga 1990 banyak sekali perusahaan-perusahaan waralaba internasional yang melebarkan bisnisnya di Indonesia. Hingga tahun 1990, Indonesia masih belum memiliki bisnis waralaba lokal karena kondisi ekonomi dalam negeri yang belum stabil serta peraturan-peraturan yang masih tumpang tindih sehingga tidak efektif untuk menstimulasi waralaba-waralaba lokal.

Pada tahun 1991, Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) dibentuk dengan tujuan untuk menjadi wadah dan pendorong kemunculan waralaba-waralaba lokal di dalam negeri. Dengan adanya wadah yang menaungi, perlahan namun pasti terdapat 5 waralaba lokal yang menjadi pelopor dan penggerak bisnis waralaba lokal pada saat itu, yaitu Tri-M, Es Teler 77, Widyaloka, Libra cake, Serta Homes

Sampai saat ini, sistem waralaba di Indonesia telah berkembang cukup baik dengan dibuatnya peraturan-peraturan pemerintah dan menteri yang menunjang dan

memberikan regulasi terhadap konsep waralaba. Pada tahun 2016 Indonesia yang memiliki jumlah penduduk lebih dari 250 juta memiliki kurang lebih 698 bisnis waralaba dengan jumlah gerai sebanyak 24.400 unit yang terdiri dari 63% waralaba lokal dan 37% waralaba asing yang tersebar di seluruh Indonesia.

Salah satu waralaba lokal yang saat ini ada adalah B Fried Chicken Exprezz. B Fried Chicken Exprezz merupakan produk makanan cepat saji dari PT Cipta Aneka Selera yang merupakan anak perusahaan dari PT Japfa Comfeed Indonesia, Tbk, yang memiliki kantor pusat di Sidoarjo, Jawa Timur. B Fried Chicken Exprezz memiliki visi menjadi fried chicken yang dapat dinikmati seluruh kalangan masyarakat dan memiliki misi memberikan keuntungan bagi ketiga komponen utama, yaitu *franchisor*, *franchisee*, dan konsumen. Waralaba ini memiliki harga jual produk yang terjangkau bagi seluruh elemen masyarakat sehingga telah memiliki berbagai cabang di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya berada di Kecamatan Ngaliyan, Semarang.

Waralaba ini memiliki konsep kemitraan kelas menengah, dengan membayar investasi hanya sebesar Rp. 16 juta, *franchisee* bisa meraih omzet hingga sebesar Rp. 50 juta per bulannya. B Fried Chicken Exprezz juga telah terdaftar di merek dagang serta memiliki sertifikat halal dari MUI nomor : 07020002170606 dan memiliki perjanjian kerjasama mitra yang cukup menguntungkan bagi kedua belah pihak, antara lain :

- a. Hasil keuntungan 100% dimiliki oleh franchisee
- b. Bahan baku berkualitas dan segar
- c. Ketersediaan bahan baku dari Franchisor secara berlanjut
- d. Pengiriman bahan baku tanpa biaya
- e. Mendapatkan booth/stand
- f. Standarisasi peralatan dengan kualitas yang baik dan mudah digunakan
- g. Training cara mengolah bahan baku

Waralaba B Fried Chicken Exprezz cabang Ngaliyan berlokasi di jalan Beringin Raya nomor 4 yang terletak persis didepan Indomaret Beringin dan telah berdiri

dari tahun 2016. *Franchisee* waralaba ini dimiliki oleh bapak Ahmad Setiawan seorang kepala keluarga yang memiliki jiwa wirausaha yang sangat tinggi. Waralaba B Fried Chicken Exprezz milik Bapak Ahmad ini memiliki kisaran omzet minimal Rp. 26.100.000 per bulan dan memiliki omzet maksimal Rp. 34.800.000 per bulan dimana dari omzet tersebut dapat digolongkan waralaba tersebut masuk ke dalam kriteria usaha kecil.

Untuk menjalankan usaha waralaba di Indonesia, pihak *franchisee* dan *franchisor* harus mengikuti dan menerapkan beberapa peraturan yang membahas tentang waralaba, antara lain Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5 yang menjelaskan bahwa 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

Didalam pasal 5 tersebut telah dijelaskan bahwa terdapat beberapa hal penting yang spesifik tentang dasar-dasar perjanjian waralaba sesuai hukum yang berlaku antara *franchisor* dengan *franchisee*. Hal-hal tersebut sangat fundamental didalam perjanjian waralaba sebab dengan terjadinya kesepakatan antara *franchisor* dan *franchisee* sesuai dasar-dasar perjanjian waralaba tersebut maka suatu usaha waralaba dapat dikatakan telah menaati dan mematuhi hukum tentang perjanjian waralaba.

Serta Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2 yang termuat sebagai berikut :

1. Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut :
 - a. Memiliki ciri khas usaha
 - b. Terbukti sudah memberikan keuntungan
 - c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/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.

Didalam pasal 2 tersebut telah dijelaskan beberapa hal yang menjadi dasar kriteria usaha waralaba. Kriteria tersebut harus dijadikan sebagai landasan setiap usaha waralaba yang ada di Indonesia sebab dengan dilaksanakannya kriteria diatas maka usaha waralaba dapat dikatakan telah sesuai dan patuh dengan peraturan hukum yang berlaku dinegara ini.

Setiap waralaba yang ada di Indonesia memang harus memenuhi setiap regulasi dan hukum yang telah dibentuk untuk kelancaran setiap proses dalam bisnis waralaba tersebut. Demikian juga Waralaba B fried Chicken Exprezz cabang beringin juga memiliki perjanjian waralaba antara *franchisor* yaitu PT. Cipta Aneka Selera dengan *franchisee* yaitu Bapak Ahmad Setiawan.

Oleh karena itu berdasarkan uraian diatas maka peneliti akan membahas apakah perjanjian dalam waralaba B Fried Chicken Exprezz di wilayah Beringin Semarang telah sesuai dan memenuhi Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2.

Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah pelaksanaan perjanjian waralaba B Fried Chicken Exprezz telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5 ?
2. Apakah pelaksanaan perjanjian waralaba B Fried Chicken Exprezz telah sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2 ?

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

3. Mengetahui pelaksanaan perjanjian waralaba B Fried Chicken Exprezz telah sesuai dengan Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5.
4. Mengetahui pelaksanaan perjanjian waralaba B Fried Chicken Exprezz telah sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis dan praktis. Kedua harapan tersebut adalah :

1.1.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan bukti empiris mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba B Fried Chicken Exprezz menurut Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2 sehingga

dengan demikian dapat menjadi contoh bagi setiap waralaba di Indonesia agar selalu menuruti setiap hukum yang berlaku

1.1.2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian ini dapat memberikan informasi bagi franchisor dan franchisee waralaba B Fried Chicken Exprezz mengenai pelaksanaan perjanjian waralaba menurut Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 pasal 5 dan Peraturan Menteri Perdagangan nomor 53 tahun 2012 pasal 2 sehingga kedua belah pihak dapat mengetahui dan memperbaiki isi perjanjian agar memiliki kekuatan hukum yang kuat.

