

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pembangunan ekonomi merupakan hal yang penting dalam pembangunan suatu negara. Hal ini disebabkan apabila pembangunan ekonomi di suatu negara baik maka akan mempengaruhi bidang-bidang pembangunan lain. Kegiatan ekonomi di negara Indonesia semakin berkembang dari waktu ke waktu, begitupun juga permasalahan-permasalahan yang timbul di dalamnya. Kegiatan ekonomi berkembang dari yang sangat sederhana sampai kepada suatu sistem yang rumit dengan meliputi banyak variabel, seperti jual beli, leasing, barter, waralaba, serta kegiatan produksi, distribusi, dan konsumsi lainnya. Franchise atau waralaba adalah salah satu kegiatan ekonomi yang sedang berkembang saat ini.

Waralaba atau *franchise* merupakan hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha dalam sistem bisnis dengan ciri khas bahwa usaha memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil; dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain. Pemanfaatan sistem bisnis dalam perjanjian waralaba akhir-akhir ini banyak diminati oleh masyarakat Indonesia.

Dalam Harian Surya disebutkan bahwa,¹

“Menjamurnya waralaba asing tidak terlepas dari budaya instan, dan daripada bingung menaruh uang ke mana, pengusaha memilih yang menawarkan kecepatan atau instan dan sistem yang sudah baku dan teruji”.

Hal ini memang sudah tidak dapat diayalkan lagi, karena dalam kenyataan semakin maju perkembangan ekonomi, segala hal-pun juga semakin dituntut untuk cepat dan instan. Tidak hanya waralaba asing, tetapi juga waralaba dalam negeri juga tidak terlepas dari budaya instan. Waralaba atau *franchise* banyak diminati oleh masyarakat Indonesia karena

¹ Harian Surya. Waralaba Lokal Potensial tetapi Minim Dana. Hlm 3. Tanggal 10 desember 2011

dianggap instan, dan praktis. Hal ini sangat sesuai dalam Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba menyatakan bahwa ²

“ Waralaba adalah 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 perjanjian waralaba pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan lisensinya kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk membuka usaha atas nama franchisor. Hal yang diharapkan oleh pemberi waralaba adalah agar “modal” yang dikeluarkan olehnya untuk memperoleh suatu Hak atas Kekayaan intelektual yang diberikan perlindungan hukum³. Dalam perjanjian waralaba franchisee harus membayar kepada *franchisor* atas lisensi yang telah diberikan. Pembayaran tersebut berupa harga (*price*), remunerasi, royalty, pembayaran jasa, return, komisi, atau biaya⁴. Waralaba dapat dikatakan sebagai salah satu bentuk pemberian lisensi, namun lisensi yang diterapkan dalam waralaba berbeda dengan lisensi pada umumnya. Hal ini disebabkan karena pemberi lisensi (*franchisor*) menetapkan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan, maupun hal lain secara eksklusif yang dimana hal-hal tersebut tidak boleh dilanggar oleh pihak penerima lisensi (*franchisee*).

Menjamurnya waralaba di Indonesia membuat tiap waralaba saling bersaing, agar dapat tetap bersaing dalam perekonomian maka tiap waralaba memiliki daya pembeda. Demikian juga dengan bentuk dari usaha yang dilakukan oleh berbagai waralabapun berbeda-beda, salah satu contoh waralaba yang sudah sangat dikenal oleh warga Indonesia adalah waralaba Alfamart. Alfamart adalah salah satu usaha waralaba dalam bidang perdagangan yang sudah sangat dikenal di Indonesia. Alfamart merupakan perusahaan jasa eceran yang menyediakan kebutuhan pokok dan kebutuhan sehari-hari. Alfamart adalah salah satu usaha minimarket

²Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

³ Gunawan Widjaja . *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada,2001), hlm 71

⁴ Ibid

atau *convenient store* yang telah memiliki ribuan cabang di seluruh Indonesia. Seperti dalam perusahaan waralaba lain, Alfamart-pun juga harus melakukan perjanjian waralaba sesuai ketentuan dan syarat-syarat yang dituangkan dalam peraturan yang ada.

Dalam perjanjian waralaba, pemberi waralaba (*franchisor*) wajib memberikan pembinaan dalam bentuk bimbingan operasional manajemen, pelatihan, penelitian, pemasaran, dan pengembangan kepada penerima waralaba (*franchisee*) secara berkesinambungan. Hal ini menunjukkan bahwa pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) memiliki hak dan kewajiban masing-masing, dimana hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba ini harus sesuai proporsi, dan bagiannya. Maka dari itu asas yang melandasi pertukaran hak dan kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) adalah asas proporsionalitas. Hal ini dikarenakan kata ‘proporsionalitas’ ataupun proporsional itu berarti sesuai dengan proporsi, berimbang, atau sebanding.

Untuk menemukan asas proporsionalitas dalam perjanjian waralaba, maka kita perlu meneliti seberapa besar beban yang ditanggung oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Dengan demikian asas proporsional tidak mempermasalahkan keseimbangan dalam arti kesamaan hasil yang diperoleh (dalam artian matematis) tetapi lebih menekankan proporsi pembagian hak dan kewajiban di antara para pihak yang berlangsung secara layak dan patut.⁵

Perjanjian sebagaimana dijelaskan dalam pasal 1313 KUHPerdara yaitu “perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih” maka dari itu perjanjian dengan demikian mengikat para pihak secara hukum, untuk mendapatkan hak atau melaksanakan kewajiban yang ditentukan perjanjian itu⁶.

⁵ Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*. (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2011) hlm 67

⁶ I Ketut Artadi, I Dewa Nyaman Rai Asmara Putra. *Hukum Perjanjian kedalam Perancangan Kontrak* (Denpasar: Udayana University Press, 2010) hlm 28.

Penerima Waralaba (*franchisee*) menjalankan kegiatan usahanya sebagai mitra usaha pemberi waralaba (*franchisor*) menurut tata cara dan ketentuan yang telah diberikan juga memerlukan kepastian apabila kegiatan usaha yang dijalankannya memang sudah benar teruji dan merupakan produk yang disukai oleh masyarakat serta akan menghasilkan suatu manfaat finansial baginya, hal ini berarti waralaba atau *franchise* sesungguhnya hanya memiliki satu aspek yang didambakan baik oleh pengusaha pemberi waralaba (*franchisor*) maupun mitra usaha penerima waralaba (*franchisee*), yaitu masalah perlindungan hukum, dan kepastian.

Dengan berkembangnya perekonomian, maka pengusaha pemberi waralaba (*franchisor*) semakin maju dan inovatif sehingga mereka memiliki kemampuan yang lebih daripada *franchisor* lainnya. Pengusaha pemberi waralaba (*franchisor*) menawarkan kelebihan kemampuan waralaba yang dimilikinya tersebut kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjalankan usahanya, hal ini seringkali tidak menciptakan hubungan kemitrausahaan yang baik. Bahkan kenyataannya dalam kontrak perjanjian waralaba (*franchise agreement*) seringkali tidak melindungi kepentingan penerima waralaba (*franchisee*). Penerima waralaba (*franchisee*) lebih banyak dirugikan atas ketidakberdayaan dari isi kontrak perjanjian waralaba yang biasanya telah baku disodorkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*). Seharusnya penerima waralaba (*franchisee*) dapat melakukan penolakan terhadap isi kontrak perjanjian waralaba yang memberatkan dirinya sebagaimana diatur dalam syarat sah perjanjian dalam pasal 1320 KUH Perdata.

Pembahasan mengenai hubungan kontraktual antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) pada hakikatnya tak dapat dilepaskan dalam hubungannya mengenai masalah keadilan. Kontrak sebagai wadah yang mempertemukan kepentingan satu pihak dengan pihak lain menuntut bentuk pertukaran kepentingan yang

adil.⁷ Maka dari itu maka sangatlah tepat dan mendasar apabila dalam melakukan analisis mengenai asas proporsionalitas dalam kontrak perjanjian waralaba inividimulai dari aspek filosofis keadilan berkontrak.

Keadilan adalah hal yang sangat sering kita dengar, namun pemahannya justru abstrak, dan rumit. Teori mengenai keadilan didasarkan oleh keadilan distributif. Dimana menurut **John Boatright** dan **Manuel Velasquez** keadilan distributif (*distributive justice*), mempunyai pengertian yang sama dengan pola tradisional, dimana *benefits and burdens* harus dibagi secara adil.⁸ Oleh karena itu melakukan telaah mengenai hubungan kontraktual khususnya dalam kontrak komersial yang dalam hal ini perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) tentunya haruslah dilandasi dengan pemikiran proporsional yang terkandung dalam keadilan ditributif. Keadilan dalam berkontrak lebih termanisfetasi apabila pertukaran kepentingan para pihak terdistribusi sesuai hak dan kewajibannya secara proporsional.⁹

Waralaba merupakan bentuk usaha yang banyak mendapatkan perhatian para pelaku bisnis, karena dapat memberi kesempatan kepada golongan ekonomi mulai dari kuat sampai lemah dimana dapat memberikan kesempatan kerja, dan menciptakan lapangan kerja masyarakat. Menjamurnya waralaba di Indonesia membuat banyaknya waralaba yang didirikan dengan berbagai bentuk usaha, dan apa yang ditawarkan dimana setiap waralaba pasti memiliki perbedaan satu sama lain agar dapat terus bersaing dalam perekonomian di Indonesia.

Salah satu waralaba yang terkenal di Indonesia adalah Alfamart. Alfamart sudah memiliki nama besar dalam bidang perekonomian di Indonesia khususnya dalam dunia waralaba/*franchise*. Karena nama besar yang mereka miliki, dan inovatif-inovatif yang selalu

⁷ Hernoko, Agus Yudha. *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial* (Yogyakarta; Laksbang Mediatama Yogyakarta, 2008) hlm 35

⁸ Tilich, Paul. *Cinta, Kekuasaan dan Keadilan* (Surabaya; Pustaka eureka, 2004) hlm 74-74

⁹ Hernoko, Agus Yudha. Op Cit, hlm 39

mereka lakukan agar tetap dapat bersaing dalam perkenomian di Indonesia hal ini membuat dan membuktikan bahwa Alfamart memiliki kemampuan yang lebih daripada *franchisor* lainnya. Hal ini membuat dengan mudahnya *franchisor* untuk menawarkan kelebihan kemampuan yang dimilikinya kepada *franchisee*. Hal ini seringkali memunculkan hubungan kemitrausahaan yang kurang baik, tidak terkecuali pada waralaba Alfamart ini. Dimana hak dan kewajiban antara para pihak dalam kontrak perjanjian waralaba Alfamart kepentingan penerima waralaba (*franchisee*) seolah dikesampingkan.

Dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dijelaskan bahwa:¹⁰

“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*
- f. Waralaba kepada Penerima Waralaba;*
- g. wilayah usaha;*
- h. jangka waktu perjanjian;*
- i. tata cara pembayaran imbalan;*
- j. kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;*
- k. penyelesaian sengketa; dan*
- l. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.”*

Dalam huruf d dijelaskan bahwa dalam perjanjian waralaba termasuk dalam hal ini perjanjian waralaba Alfamart harus dimuat mengenai hak, dan kewajiban para pihak. Hak dan kewajiban para pihak yang dimaksud dalam pasal 5 huruf d ini haruslah hak dan kewajiban yang adil, adil dalam arti distributif dimana pertukaran kepentingan para pihak terdistribusi sesuai hak dan kewajibannya secara proporsional

Dalam kenyataannya Alfamart (*Franchisor*) hanya fokus terhadap kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba (*franchisee*), sedangkan hak-hak yang harus diperoleh oleh penerima waralaba (*franchisee*) seakan dikesampingkan. Hal ini

¹⁰*Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*

tidak sesuai dengan asas proporsionalitas dimana hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba ini harus sesuai proporsi, dan bagiannya. Apabila kewajiban yang harus dipenuhi banyak, maka hak yang harus diperolehpun juga harus banyak, hal ini menunjukkan bahwa proporsional dalam arti yang distributif dimana proporsi pembagian hak dan kewajiban di antara para Alfamart (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) berlangsung secara layak dan patut.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis menemukan penelitian dengan tema yang serupa yaitu waralaba Alfamart, namun dalam penelitian ini penulis akan menjelaskan perbedaan dengan penelitian sebelumnya, sehingga akan ditemukan perbedaan dalam penelitian ini.

Tabel. 1.1

Orisinalitas Penelitian

No	Thn	Nama Peneliti dan Instansi	Judul	Rumusan Masalah	Keterangan
1	2008	M Januar Ferdian, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya	Tinjauan Yuridis Normatif Posisi Hukum Perjanjian Waralaba Alfamart Terhadap PP No. 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana kedudukan dan keabsahan perjanjian waralaba Alfamart apabila perusahaan waralaba tidak memiliki ijin usaha waralaba dari Menteri Perdagangan? 2. Bagaimanakah kekuatan mengikatnya perjanjian waralaba Alfamart bagi para pihak apabila isis perjanjiannya tidak sesuai dengan Peraturan 	Menjelaskan mengenai keabsahan perjanjian apabila perusahaan waralaba tidak memiliki ijin usaha waralaba dari Menteri Perdagangan, dan kekuatan mengikat

				<p>Pemerintah R.I Nomor 42 Th. 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba</p>	<p>at perjanjian apabila isi perjanjian tidak sesuai dengan Peraturan Pemerintah R.I Nomor 42 Th. 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba</p>
2.	2013	Ani Oktiana, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya	Penerapan Asas Kebebasan Berkontrak Dan Asas Proporsionalitas dalam Kontrak	1. Bagaimana penerapan asas kebebasan berkontrak dan asas proporsionalitas dalam kontrak antara pemain	Menjelaskan mengenai penerapan asas kebebasan

			Antara Pemain Dengan Persik Kediri.	dengan Persik Kediri.	berkont rak dan asas propors ionalita s dalam kontrak antara pemain dengan Persik Kediri.
3.	2016	Mitshalia Aris, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya	Analisis Yuridis Ketiadaan Klausula Pembagian Risiko Kerugian dalam Perjanjian Waralaba (<i>Franchise</i>)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Bagaimana pengaturan klausul pembagian risiko kerugian antara <i>franchisor</i> dan <i>franchisee</i> apabila terjadi kerugian? 2. Apa asas-asas hukum perjanjian yang dapat dijadikan pedoman untuk mengatur pembagian risiko kerugian? 	Menjel askan aturan mengenai pembagi an risiko kerugia n apabila terjadi kerugia n, dan asas hukum pedoma n untuk mengat ur pembagi an risiko kerugia n.

Penelitian yang saya ambil memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dengan skripsi milik M..Januar Ferdian adalah mengenai sama-sama mengambil masalah mengenai waralaba Alfamart, namun perbedaannya adalah sudut pandang yang diambil berbeda. Penelitian milik M. Januar Ferdian meneliti mengenai keabsahan perjanjian waralaba Alfamart apabila perusahaan waralaba tidak memiliki ijin usaha waralaba dari Menteri Perdagangan.

Penelitian yang saya ambil juga memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dengan skripsi milik Ani Oktiana dalam hal analisa suatu kontrak menurut asas proporsionalitas, namun perbedaannya adalah terletak pada kontrak yang diambil oleh Ani Oktiana adalah kontrak antara pemain dengan Persik Kediri, dan Analisa kontrak yang dilakukan oleh Ani Oktiana juga berdasarkan asas kebebasan berkontrak.

Penelitian yang saya ambil juga memiliki kesamaan dengan penelitian terdahulu dengan skripsi milik Mitshalia Aris adalah sama-sama mengambil masalah mengenai waralaba Alfamart, namun perbedaannya adalah sudut pandang yang diambil berbeda. Penelitian milik Mitshalia Aris meneliti mengenai aturan mengenai pembagian risiko kerugian apabila terjadi kerugian, dan asas hukum pedoman untuk mengatur pembagian risiko kerugian, sedangkan penelitian yang saya ambil mengenai hubungan hukum dalam hal hak dan kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) menurut asas proporsionalitas.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka perumusan masalahnya adalah berikut :

1. Bagaimana keseimbangan pengaturan hak dan kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dalam perjanjian waralaba antara PT. Sumber Alfaria Trijaya dan H. Parlan menurut asas proporsionalitas.
2. Apakah isi perjanjian waralaba antara PT. Sumber Alfaria Trijaya dan H. Parlan sudah memberikan perlindungan hukum bagi *franchisee* .

C. TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dari penelitian ini yang hendak dicapai yakni :

1. Untuk mengetahui dan menganalisa keseimbangan peraturan hak dan kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dalam perjanjian waralaba antara PT. Sumber Alfaria Trijaya dan H. Parlan menurut asas proporsionalitas.
2. Untuk mengetahui dan menganalisa perlindungan hukum bagi penerima waralaba (*franchisee*) dalam perjanjian waralaba.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan penjelasan di bidang ilmu hukum tentang perjanjian waralaba mengenai keseimbangan hubungan hukum dalam hal hak dan kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) menurut asas proporsionalitas.

2. Manfaat Praktis

2.1 Bagi Pemerintah

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan pemerintah dalam memperbaiki peraturan tertulis di Indonesia mengenai pembatasan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba.

2.2 Bagi Mahasiswa Hukum

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana pembelajaran dan analisis hukum mengenai keseimbangan hubungan hukum dalam hal hak dan kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) menurut asas proporsionalitas.

2.3 Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat lebih mengetahui tentang keseimbangan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba yang belum banyak diketahui oleh masyarakat.

E. SISTEMATIKA PENULISAN

1. BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini penulis akan memaparkan tinjauan umum mengenai perjanjian, waralaba, perjanjian baku, serta asas proporsionalitas.

3. BAB III : METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis menjelaskan mengenai bagaimana metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dengan cara menjelaskan mengenai jenis penelitian, metode pendekatan, sumber bahan hukum, bahan hukum, metode pengumpulan bahan hukum, teknik analisa, serta definisi konsep mengenai pengertian waralaba, *franchisor*, *franchisee*, dan asas proporsionalitas.

4. BAB IV : PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi hasil dan pembahasan dengan cara menganalisa mengenai keseimbangan hubungan hukum dalam hal hak dan kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) menurut asas proporsionalitas, serta perlindungan hukum *franchisee* dalam perjanjian waralaba antara PT. Sumber Alfaria Trijaya dan H. Parlan.

5. BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan menguraikan mengenai kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang akan berisi analisis mengenai pembahasan dalam bab IV yang telah menjawab permasalahan. Saran berisi mengenai rekomendasi penulis terkait penelitian yang telah dilakukan.