

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Negara Indonesia berdasarkan atas hukum, sebagaimana dalam Pasal 1 ayat (3) Undang-Undang Dasar 1945. Oleh karena itu segala tindakan dan perbuatan harus berdasarkan atas hukum. Hukum merupakan salah satu kebutuhan dalam kehidupan sosial dimanapun manusia berada. Interaksi sosial antar manusia adakalanya menyebabkan konflik, sehingga satu pihak harus mempertahankan haknya dari pihak lainnya atau memaksa pihak lain melaksanakan kewajibannya.

Suatu masyarakat kerap kali harus ada kerjasama antara golongan yang satu dengan yang lainnya. Hal tersebut dikarenakan manusia merupakan makhluk pribadi sekaligus makhluk sosial. Salah satu cara manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya dengan melakukan kerjasama. Misalkan antara golongan penghasil (produsen) barang keperluan hidup dan golongan pembeli (konsumen) antara golongan ilmu pengetahuan dan golongan industri dan seterusnya.¹ Oleh karena itu, dalam sistem kemasyarakatan perlu adanya peraturan perundang-undangan yang mengatur setiap kegiatan yang dilakukan agar masyarakat dipaksa untuk disiplin dan taat akan hukum.

Bisnis waralaba semakin berkembang pesat di Indonesia. Mulai bisnis dalam tingkat kecil maupun tingkat besar serta bisnis waralaba dari perusahaan luar negeri maupun perusahaan/pengusaha dalam negeri (lokal). Menurut Pasal 1

¹Arum Sutrisni Putri, “*Kerjasama: Pengertian, Bentuk dan Faktor Pendorong*”, <https://www.kompas.com/skola/read/2020/01/28/07000069/kerja-sama-pengertian-bentuk-dan-faktor-pendorong>, 23 Mei 2021.

angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, memberikan definisi:

“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh 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.”

Waralaba tidaklah diberikan dengan cuma-cuma. Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu. Artinya didalam suatu waralaba ada suatu perjanjian yang memuat tentang imbalan atas dasar menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau ciri khas usaha. Perjanjian menurut Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata) adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Peristiwa ini, timbul suatu hubungan hukum yang disebut perikatan. Perikatan tersebut didalamnya terdapat hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba.²

Berdasarkan penjelasan atas Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Pemberi waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan Penerima waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada pemerintah dan calon Penerima waralaba. Penyampaian prospektus penawaran waralaba tersebut paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba. Hal tersebut sebagaimana termuat dalam

²Bonifasius Aji Kuswrtatmo, “Langkah-Langkah Hukum Mendirikan Badan Usaha Hingga Mengelolanya”, Visimedia Pustaka, Jakarta, 2016, hlm. 187.

ketentuan Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, bahwa:

“Prospektus Penawaran Waralaba adalah keterangan tertulis dari Pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban Pemberi waralaba dan Penerima waralaba, serta Hak Kekayaan Intelektual (HKI) Pemberi waralaba.”

Pasal 7 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 menyebutkan bahwa, prospektus penawaran waralaba paling sedikit memuat mengenai:

- a. Data identitas Pemberi waralaba;
- b. Legalitas usaha Pemberi waralaba;
- c. Sejarah kegiatan usahanya;
- d. Struktur organisasi Pemberi waralaba;
- e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
- f. Jumlah tempat usaha;
- g. Daftar penerima waralaba; dan
- h. Hak dan kewajiban Pemberi waralaba dan Penerima waralaba.

Prospektus diperjelas dalam Lampiran I sebagaimana termuat dalam Pasal 5 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 sebagai berikut:

- a. Data identitas Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan, yaitu fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor pemilik usaha apabila perseorangan dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.
- b. Legalitas usaha waralaba, yaitu izin teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan, atau izin usaha yang berlaku di Negara Pemberi waralaba.
- c. Sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.
- d. Struktur organisasi Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan, yaitu struktur organisasi usaha Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan mulai dari komisaris dan direksi sampai dengan tingkat operasionalnya.
- e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan 2 (dua) tahun terakhir yang telah diaudit oleh akuntan publik. Bagi Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan yang termasuk

dalam skala usaha mikro dan kecil, laporan keuangan dimaksud tidak perlu diaudit.

- f. Jumlah tempat usaha, yaitu gerai/tempat usaha waralaba sesuai dengan kabupaten/kota domisili untuk Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri dan sesuai dengan Negara domisili gerai/tempat usaha untuk Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri.
- g. Daftar Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan, yaitu daftar nama dan alamat Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan, baik yang berdomisili di Indonesia maupun di luar negeri.
- h. Hak dan kewajiban Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan dan Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan, yaitu hak dan kewajiban yang meliputi:
 - 1) Pemberi waralaba atau Pemberi waralaba lanjutan
 - (a) Hak untuk menerima *fee* atau *royalty* dari Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan; dan
 - (b) Kewajiban untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan.
 - 2) Penerima waralaba atau Penerima waralaba lanjutan
 - (a) Hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi waralaba; dan
 - (b) Kewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang diberikan Pemberi waralaba.
- i. Hak Kekayaan Intelektual yang memuat informasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual sebagai ciri khas usaha yang diberikan Pemberi waralaba, termasuk status pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual.

Setelah memberikan prospektus penawaran waralaba, Pemberi waralaba selanjutnya membuat perjanjian tertulis dengan Penerima waralaba sebagaimana dalam Pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dengan memperhatikan hukum Indonesia dan menggunakan bahasa Indonesia. Perumusan dan pembuatan suatu perjanjian kontrak diberikan kebebasan oleh undang-undang untuk menentukan materi perjanjian dan dengan siapa mereka akan mengikatkan diri dalam suatu perjanjian. Hal tersebut sepanjang tidak bertentangan dengan syarat sahnya perjanjian dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Di Kabupaten Kudus terdapat lebih dari 100 penerima bisnis waralaba, diantaranya Jogja Leker, Chic Lin, Kuch-kuch Hotahu, Segara, Palupi, Maliter, XiBoBa, KFC, Janji Jiwa dan masih banyak lagi.³ Berdasarkan data dari Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kabupaten Kudus, di Kabupaten Kudus hanya terdapat waralaba yang terdaftar, yaitu Alfamart dan Indomart. Untuk usaha waralaba Jogja Leker, Chic Lin, Kuch-kuch Hotahu, Segara, Palupi, Maliter, XiBoBa, KFC, Janji Jiwa dan lain-lainnya sebagian besar hanya terdaftar di Kota dimana waralaba tersebut dirintis atau didirikan.⁴

Jogja Leker yang kemudian disingkat JOKER merupakan sebuah perusahaan waralaba “*Joker Corporation*” beralamat Jl Raya Tajem No. 15, Denokan, Maguwoharjo, Kecamatan Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Perusahaan ini bergerak di bidang kuliner dengan produk utamanya adalah kue leker dan sudah mempunyai *outlet* yang tersebar di Indonesia, salah satunya yaitu JOKER *outlet* Kudus. *Joker Corporation* sudah terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Perijinan Terpadu Pemerintah Kabupaten Sleman dengan Surat Ijin Usaha Perdagangan Nomor 503/010792/Mkr/V/2017 yang dimiliki oleh Emmanuel Wahyu Hendarto sebagai pemilik dan penanggungjawab *Joker Corporation*.⁵

Leker adalah makanan tradisional yang lebih dikenal dengan jajanan masa kecil yang sudah jarang ditemui. JOKER mengolahnya menjadi lebih menarik

³Fiki Taufiqurohman, “*Wawancara Pribadi*”, Penerima Waralaba Chic Lin, 26 Agustus 2021, Kudus.

⁴Sri Puji Astuti, “*Wawancara Pribadi*”, Sekretaris Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Pemerintah Kabupaten Kudus, 28 Oktober 2021, Kudus.

⁵Anggi, “*Wawancara Pribadi*”, Admin *Joker Corporation*, 22 Juli 2021, Yogyakarta.

serta mengikuti perkembangan jaman dengan variasi *topping* yang beragam serta kemasan yang lebih *eye-catching*.⁶ Pada tahun 2010, JOKER menyabet juara pertama kompetisi bisnis yang diadakan oleh Himpunan Pengusaha Muda Indonesia (HIPMI) yang mendongkrak pangsa pasar yang luas di seluruh wilayah Indonesia sebagai produk lokal yang paling diminati.⁷

Kerjasama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik Pemberi waralaba maupun Penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain. Hal tersebut dapat direalisasikan dalam penyampaian prospektus penawaran waralaba serta penyusunan dan pembuatan perjanjian waralaba secara seimbang antara para pihak sebagai dasar pelaksanaan kerjasama sebagaimana tercantum dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Berdasarkan hasil wawancara dengan penerima waralaba Chic Lin di Kabupaten Kudus, Ia menjelaskan bahwa sebelum menandatangani perjanjian waralaba, telah menerima prospektus penawaran waralaba Chic Lin berupa proposal penawaran waralaba tersebut.⁸ Selain mewawancarai penerima waralaba Chic Lin, penulis juga melakukan wawancara dengan penerima waralaba “Chocoffeetea” yang merupakan produk lain dari JOKER Corporation, yang

⁶Admin, “Joker Corporation”, <https://cariloker.id/perusahaan/detail/111/joker-corporation>, 27 Agustus 2021.

⁷Joker Corporation, “Profil Joker Corporation”, <https://www.jokercorporation.com/profil/>, 22 Juli 2021.

⁸Fiki Taufiqurohman, “Wawancara Pribadi”, Penerima Waralaba Chic Lin, 26 Agustus 2021, Kudus.

memaparkan bahwa, ia tidak mendapatkan penawaran prospektus waralaba secara tertulis ketika mendatangi perjanjian waralaba Chocoffeetea.⁹

Alasan yuridis memilih waralaba JOKER *outlet* Kudus sebagai tempat penelitian dikarenakan adanya hal yang menarik dari proses perjanjian waralaba oleh pihak Pemberi waralaba dan Penerima waralaba tersebut yang belum sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Penerima waralaba JOKER *Outlet* Kudus, Achmad Kurnia Chakim menjelaskan bahwa dalam proses kemitraan waralaba JOKER dengan pihak Pemberi waralaba, dalam pelaksanaannya tidak menerima prospektus penawaran waralaba secara tertulis. Akan tetapi hanya mendapatkan Surat Perjanjian Kerjasama Waralaba yang dikirim melalui *e-mail* pribadi penerima waralaba. Informasi dan data mengenai waralaba JOKER, didapatkan dari laman internet www.jogjaleker.co.id yang selanjutnya dilakukan proses kemitraan melalui *whatsapp* dan *e-mail* yang tertera di laman tersebut.¹⁰

Berdasarkan keterangan di atas, ketiadaan penawaran prospektus waralaba dari pihak pemberi waralaba JOKER *Corporation* sebagaimana ketentuan perundang-undangan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang bagaimana kekuatan hukum perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus dan akibat hukum terhadap perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus yang tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, dengan judul skripsi, “ANALISIS HUKUM TERHADAP PERJANJIAN WARALABA JOGJA LEKER *OUTLET* KUDUS BERDASARKAN PERATURAN MENTERI

⁹Dicha, “*Wawancara Pribadi*”, Penerima Waralaba Chocoffeetea, 26 Agustus 2021, Kudus.

¹⁰Achmad Kurnia Chakim, “*Wawancara Pribadi*”, Penerima Waralaba JOKER *outlet* Kudus, 27 April 2021, Kudus.

PERDAGANGAN NOMOR 71 TAHUN 2019 TENTANG
PENYELENGGARAAN WARALABA”.

B. Rumusan Permasalahan

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kekuatan hukum perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus yang tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebagaimana tersebut di atas, maka tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kekuatan hukum perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019.
2. Untuk mengetahuidan menganalisis akibat hukum terhadap perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus yang tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019.

D. Kegunaan Penelitian

Terdapat 2 (dua) kegunaan dari hasil penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. **Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmu pengetahuan dalam pengembangan dan kemajuan di bidang hukum perdata pada umumnya dan khususnya terkait dengan Perjanjian Waralaba Jogja Leker *Outlet* Kudus berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

2. Kegunaan Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat pada umumnya dan khususnya:

- a. Bagi *Franchisor*, diharapkan lebih memahami dan melaksanakan ketentuan perundang-undangan yang berlaku terkait penyelenggaraan waralaba agar tidak merugikan dirinya maupun pihak lain.
- b. Bagi *Franchisee*, diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pemahaman bagi penerima waralaba agar tidak tertipu atau mengalami kerugian dalam melaksanakan perjanjian waralaba dengan pihak pemberi waralaba.

E. Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan penelitian ini terbagi dalam 5 (lima) bab, Adapun gambaran yang lebih jelas mengenai skripsi ini akan diuraikan sebagai berikut:

Bab I tentang pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II tentang tinjauan Pustaka yang di dalamnya menguraikan tentang kajian teoritis yang berguna untuk acuan melakukan pembahasan terhadap pokok

permasalahan yang berkaitan dengan penelitian, yaitu: tinjauan umum tentang perjanjian (meliputi: pengertian perjanjian, asas-asas perjanjian, unsur perjanjian, syarat sahnya perjanjian, jenis-jenis perjanjian, pelaksanaan perjanjian, dan berakhirnya perjanjian) dan tinjauan umum tentang Waralaba (meliputi: pengertian waralaba, para pihak dalam perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, berakhirnya perjanjian waralaba).

Bab III adalah metode penelitian terdiri dari metode pendekatan, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data, metode pengolahan dan penyajian data, serta metode analisis data.

Bab IV tentang hasil penelitian dan pembahasan yang di dalamnya menguraikan tentang kekuatan hukum perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 dan akibat hukum terhadap perjanjian waralaba Jogja Leker *outlet* Kudus yang tidak sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019.

Bab V adalah penutup, yang terdiri atas kesimpulan dan saran terkait permasalahan yang diteliti.