

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini dinilai tergolong pesat. Kegiatan bisnis yang dilaksanakan semakin hari semakin bertambah baik dari segi kompleksitasnya atau segi jumlahnya. Pertumbuhan ekonomi yang sangat pesat dan kompleks ini memunculkan berbagai bentuk kerjasama bisnis. Kerjasama bisnis yang terjadi saat ini sangat beraneka ragam, tergantung pada bidang bisnis apa yang sedang dijalankan. Salah satu kegiatan bisnis yang semakin banyak dilakukan dan diterapkan sebagai salah satu cara untuk mengembangkan bisnis secara internasional adalah dengan menggunakan metode *franchise* atau waralaba.<sup>1</sup>

Menurut Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kemendag, tahun 2021 memperkirakan bisnis Waralaba di bidang usaha ritel dan kuliner tetap menjadi yang paling banyak diminati masyarakat. Terdapat potensi yang membuat bidang usaha kuliner dapat terus berkembang.<sup>2</sup>

Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa waralaba memiliki arti berupa hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil, dan dapat dimanfaatkan dan audigunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

---

<sup>1</sup>Lindawaty Suherman Sewu, 2020, *Aspek Hukum Dalam Membangun Pola Bisnis Waralaba (Franchise)*, Mandar Maju Bandung hlm4.

<sup>2</sup><https://m.bisnis.com/ekonomi-bisnis/read/20210802/12/1425099/kemendag-sebut-minat-bisnis-waralaba-masih-tinggi-prospeknya-positif> diakses; 3 November pukul 04.00 WIB.

Sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba Pasal 1 menyatakan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan jasa, yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Ciri khas usaha adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud, misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan, atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba.

Pendistribusian dalam jaringan waralaba, terdapat dua pihak yakni *franchisor* dan *franchisee* salah satu kewajiban *franchisor* yakni menyuplai bahan baku, menyediakan sarana penjualan, termasuk penyediaan outlet dan pelatihan terhadap operator outlet. Dalam pengelolaan jaringan waralaba *franchisor* melakukan perjanjian kerjasama dengan *franchisee* salah satunya perjanjian kerjasama dengan waralaba Ayam Gepuk Pak Gembus. Dalam praktiknya *franchisor* tidak melaksanakan isi perjanjian sesuai dengan yang di sebutkan di atas tidak sesuai dengan kewajibannya, sebagaimana hasil wawancara penulis dengan Ibu Putri DwiSari selaku manager *franchisee* Ayam Gepuk Pak Gembus yang menyatakan bahwa *franchisor* tidak memenuhi kewajiban seperti

menyuplai, bahan baku dari *franchisor*, secara keseluruhan dengan harga di pasaran yang lebih rendah<sup>3</sup>

Menurut hasil peneliti Nuswardhani yang berjudul Tanggung jawab hukum antara *franchisor* dengan *franchisee* dalam perjanjian waralaba pelaksanaan perjanjian waralaba menyebutkan bahwa masih banyak para pihak yang tidak melaksanakan perjanjian tersebut tidak sesuai dengan kesepakatan yang sudah dibuat salah satunya seperti tidak dilaksanakannya pembinaan management kepada pihak *franchisee* serta tidak ditaatinya peraturan yang ada di dalam perjanjian yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Sehingga masih terdapat kurangnya tanggung jawab pada kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba.<sup>4</sup>

Secara garis besar pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut<sup>5</sup> :

- a. Hak yang diberikan oleh *franchisor* pada *franchisee*. Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang. jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya serta wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada.
- b. Kewajiban dari *franchisee* sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh *franchisor* pada saat *franchisee* memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba.

---

<sup>3</sup> Putri DwiSari,, *Franchisee Ayam Gepuk Pak Gembus*, 2017, Wawancara, 10 Oktober pukul 04.00 WIB

<sup>4</sup><http://eprints.ums.ac.id/90007/10/BAB%20I%20DEL.pdf> diakses 2 November pukul 20.00 WIB

<sup>5</sup> Adrian Sutedi, 2019, *Klausula dalam perjanjian waralaba*, Mandar maju, Bandung, hlm 10

- c. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak *franchisee* kepada pihak lain. Bila *franchisee* tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.
- d. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak. Karena tentunya perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin tidak ada jangka waktu berakhirnya, perjanjian kerja sama tersebut tidak mungkin untuk selamanya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “**TANGGUNG JAWAB FRANCHISOR TERHADAP FRANCHISE DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA AYAM GEPUK PAK GEMBUS**”. penulis berharap tulisan ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu, khususnya di bidang Hukum Perdata.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka penulis mengemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana Tanggung Jawab *Franchisor* terhadap *Franchise* Ayam Gepuk Pak Gembus?
2. Apa kendala pelaksanaan perjanjian waralaba antara *franchior* dengan *franchisee* Ayam Gepuk Pak Gembus?
3. Apa upaya yang di lakukan dalam mengatasi kendala pelaksanaan perjanjian Ayam Gepuk Pak Gembus?

### C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis bagaimana Tanggung Jawab *franchisor* Terhadap *franchisee* Ayam Gepuk Pak Gembus
2. Untuk menganalisis kendala dari pelaksanaan perjanjian waralaba Ayam Gepuk Pak Gembus
3. Untuk menganalisis upaya yang dilakukan para pihak terhadap *franchisee* dalam pelaksanaan perjanjian waralaba Ayam Gepuk Pak Gembus.

### D. Metode Penelitian

Untuk kelancaran penelitian, penulisan harus mendapatkan yang sesuai rincian data yang valid dan lengkap maka diperlukan suatu metode penelitian , sebagai berikut :

#### 1. Jenis Penelitian

Guna mendapatkan data yang konkrit dalam penulisan skripsi ini, penulis melakukan penelitian hukum sosiologis, yaitu berupa penelitian langsung di lapangan untuk mendapatkan data primer , dengan mewawancarai langsung narasumber, sedangkan untuk mendapatkan data sekunder , penulis melakukan penelitian kepustakaan

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh berdasarkan pengukuran secara langsung oleh penulis dari sumbernya<sup>6</sup>, yaitu data diperoleh melalui wawancara langsung dengan manager *franchisee* Ayam Gepuk Pak Gembus berdasarkan judul, penulis melakukan penelitian di outlet Ayam Gepuk Pak Gembus.

### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, tetapi melihat orang lain atau dengan dokumen.<sup>7</sup> Dalam penelitian ini data di peroleh dengan cara mempelajari buku-buku yang relevan, dan melihat jurnal yang sesuai dengan penelitian ini.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai responden pemilik *franchisee*. Wawancara adalah pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara verbal atau penjelasan hal-hal yang terkait dengan penelitian.<sup>8</sup> teknik wawancaranya yaitu semi terstruktur ini adalah responden diberi pertanyaan sama, dan pengumpul data

---

<sup>6</sup>M Asbari, R Pramono, 2020, *Efektivitas Model Pembelajaran Problem Based Learning Jurnal Pendidikan*, Vol 4-No 1, Jakarta hlm 7.

<sup>7</sup> Ibid, hlm 66.

<sup>8</sup>L Widyastuti, 2017, *Meningkatkan keterampilan berbantuan komputer, Jurnal Pena Ilmiah*, Vol 2 No 1, Jakarta, hlm 96.

mencatatnya.<sup>9</sup> kepada orang-orang yang dianggap dapat memberikan informasi.

#### 4. Analisis Data

Data yang diperoleh dari penelitian, baik data primer maupun data sekunder dianalisis dengan menggunakan metode kualitatif. Caranya yaitu dengan mengelompokkan data yang di peroleh dari *franchisee* Ayam Gepuk Pak Gembus serta informasi yang di peroleh dari *franchisor* melalui media telekomunikasi dan disusun secara sistematis, kemudian diambil kesimpulan sesuai dengan permasalahan penelitian.

---

<sup>9</sup>Wilin, Chrissyca Halim Sutarno, 2019, *Analisis kemampuan sosial berkomunikasi Jurnal analisis Komunikasi*, Vol. 3 No1, Medan, hlm 3.

