SKRIPSI

PENERAPAN SISTIM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE CONTRACT*) PADA USAHA WARALABA VIDEO RENTAL ULTRA DISC DI KOTA PADANG

OLEH :

ARIEF RACHMAN
BP : 01140207

PROGAM KEKHUSUSAN : PERDATA EKONOMI

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS ANDALAS
UPT PERPUSTAKAAN

FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG

2008

PENERAPAN SISTIM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE CONTRACT*) PADA USAHA WARALABA VIDEO RENTAL ULTRA DISC DI KOTA PADANG

(Arief Rachman, Bp 01140207, 70 Halaman, Tahun 2008)

ABSTRAK

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat sekarang ini telah mendorong berkembangnya pranata-pranata ekonomi baik yang telah ada maupun yang sama sekali baru muncul. Ini ditandai dengan maraknya dibentuk sistim-sistim perdagangan yang bersifat praktis, fleksibel serta efisien, sehingga jarak, tempat dan waktu tidak lagi menjadi kendala bagi para pengusaha dalam menjalankan bisnis mereka. Waralaba (*franchise)* merupakan bagian dari pranata-pranata ekonomi yang kini berkembang dengan pesat, bahkan melintasi batas-batas yurisdiksi Negara, perkembangan ini semakin meningkat dalam suasana dunia yang semakin mengglobal, atau yang sering disebut era *globalisasi*. Masalah yang akan dibahas dalam karya tulis ini adalah bagaimana penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*), apa hak dan kewajiban dari pelaku usaha waralaba serta kendala atau masalah yang ditemui dalam penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba video rental Ultra Disc di Kota Padang dan cara penyelesaiannya. Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah, yuridis sosiologis yang relevan dengan fakta-fakta yang ada dilapangan dan bersifat deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumen dan wawancara, pengolahan data dilakukan melalui proses *editing* dan *coding*. Hasil penelitian yang diperoleh mengenai penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*) adalah perjanjian waralaba video rental Ultra Disc ini merupakan perjanjian baku atau kontraktual, yang mana pihak kedua (*franchisee*) sebagai penerima waralaba harus mengikuti segala bentuk klausula-klausula perjanjian yang ditawarkan oleh pihak pertama (*franchisor*) sebagai pemberi waralaba. Isi pokok dari perjanjian waralaba (*franchise contract*) yang ditawarkan pihak pertama (*franchisor*) tersebut adalah penawaran sejumlah bentuk-bentuk perjanjian *royalty* yang harus disetujui dan disepakati oleh pihak kedua (*franchisee*) Hak dan kewajiban pelaku waralaba adalah diantaranya pemberi waralaba *(franchisor*) berkewajiban menyediakan semua produksi VCD film *original* serta produk-produk diluar *home video*, berhak menambah atau mengurangi jumlah dan kuantitas film di outlet-outlet sesuai dengan perhitungan, pertimbangan dan kebijaksanaan dari pihak pertama (*franchisor)*, penerima waralaba (*franchisee*) berkewajiban untuk membayarkan *franchise fee* kepada pihak pertama (*franchisor)* sebesar Rp. 15.000.000,- (lima belas juta rupiah), serta berkewajiban menjaga inventaris produk yang ada. Kendala yang ditemui dalam penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba video rental Ultra Disc di Kota Padang dan cara penyelesaiannya adalah penerima waralaba (*franchisee*) sering melanggar klausula-klausula yang telah disepakati bersama, Pihak pemberi waralaba (*franchisor*) kurang melakukan promosi secara nasional, cara penyelesaiannya dilakukan dengan musyawarah atau melalui proses hukum sesuai dengan hukum yang berlaku di Indonesia.

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi pada saat sekarang ini telah mendorong berkembangnya pranata-pranata ekonomi baik yang telah ada maupun yang sama sekali baru muncul. Ini ditandai dengan maraknya dibentuk sistim-sistim perdagangan yang bersifat praktis, fleksibel serta efisien, sehingga jarak, tempat dan waktu tidak lagi menjadi kendala bagi para pengusaha dalam menjalankan bisnis mereka. Pranata-pranata ekonomi yang telah ada dan baru muncul tersebut mempengaruhi juga dibidang ekonomi dan teknologi, yang dewasa ini terasa semakin dibutuhkan, khususnya didalam memberikan landasan dan pengaturan hubungan-hubungan ekonomi melalui pranata-pranatanya yang semakin kompleks.

Waralaba *(franchise)* merupakan bagian dari pranata-pranata ekonomi yang kini berkembang dengan pesat, bahkan melintasi batas-batas yurisdiksi Negara. Perkembangan ini semakin meningkat dalam suasana dunia yang semakin mengglobal, atau yang sering disebut era *globalisasi*. Interdependensi teknologi pada dasarnya merupakan akibat dari adanya interdependensi dalam hubungan ekonomi global. Oleh karena itu, peran serta hukum ekonomi dalam alih teknologi sangat diharapkan.

Perkembangan tersebut mengacu pada pelaksanaan usaha dengan modal yang relatif kecil, tidak begitu menguras energi namun dapat mengembangkan usaha dengan pesat. Begitu banyak pilihan sistim yang dapat digunakan, termasuk

MILIK
UPT PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS ANDALAS

didalamnya adalah sistim waralaba *(franchise)*. Pada tahun terakhir, waralaba *(franchise)* dijadikan sebagai sistim bisnis yang lumrah dipakai pada berbagai kriteria perusahaan yang mana hal tersebut dijadikan sebagai simbol kualitas, konsistensi, pelayanan dan harga.[1]

Dari tahun ketahun konsep usaha dengan sistim waralaba *(franchise)* ini semakin populer dan berkembang pesat di Indonesia karena konsep kerjasama ini dinilai cukup baik dan sukses. Saat ini pengembangan usaha melalui sistim waralaba *(franchise)* mulai banyak diterapkan oleh perusahaan-perusahaan di Indonesia yang dianggap sebagai satu terobosan baru untuk menghadapi kondisi yang semakin *kompetitif*, artinya diperlukan kemampuan untuk mengelola usaha dan melakukan analisis secara akurat terhadap kondisi nasional disamping menemukan atau bahkan mampu menciptakan berbagai peluang baru untuk dikelola secara *inovatif* dan *professional*.

Pada dasarnya peluang tersebut merupakan fungsi dari kemampuan para pelaku bisnis yang mewakili wawasan kewiraswastaan dalam mengelola usaha. Dalam kaitan ini seorang pengusaha bidang waralaba *(franchise)* memperoleh tempat yang sesuai karena waralaba *(franchise)* berbeda dari bentuk pengembangan bidang usaha lain. Dalam hal ini adanya pengakuan terhadap independensi pengelolaan usaha.

Waralaba *(franchise)* merupakan suatu teknik atau metode tentang bagaimana cara mengembangkan suatu usaha bila seorang pengusaha memperoleh hak *(right)* dari pengusaha lain untuk menyelenggarakan usaha

---

[1] Imam Syahputra Tunggal, 2005, *Franchise Konsep dan Kasus*, Harvarindo, Jakarta, hal.13.

disuatu wilayah tertentu atas dasar perjanjian tertulis mengenai bagaimana yang bersangkutan harus menawarkan, menjual atau mendistribusikan barang dan jasanya dalam suatu sistim pemasaran yang disepakati oleh kedua belah pihak dan secara khusus dikaitkan dengan pemakaian *label*, nama, *logo* atau merek perusahaan yang bersangkutan.[2] Dalam hal ini pengusaha penerima hak (*right*) itu disebut *Franchisee*, sementara pengusaha pemegang hak *(right)* itu disebut *Franchisor*.

Pemberian hak (*right*) ini tertuang dalam bentuk perjanjian waralaba *(franchise)* atau *Franchise Contract* dimana para pihak yang melakukan perjanjian tersebut saling mengikatkan diri dalam suatu perjanjian yang disepakati bersama, yang mana perjanjian tersebuat bersifat baku dan kontraktual sesuai dengan apa yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba *(franchisor)* sebagai pemegang hak (*right*).

Dalam peraturan perundang-undangan Indonesia, waralaba *(franchise)* diatur khusus melalui Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba *(franchise)* dengan peraturan pelaksanaannya yaitu Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor 259/MPP/KEP/1997 tentang ketentuan dan tatacara pelaksanaan pendaftaran waralaba *(franchise)*. Dimana dalam pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 terdapat pengertian Waralaba *(franchise)* adalah Perikatan dimana salah satu pihak diberi hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak atas kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain berdasarkan persyaratan

---

[2] Juarji Sumarji, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hlm. 17.

yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa.

Dengan demikian, waralaba *(franchise)* pada dasarnya adalah suatu perjanjian kerjasama antara pemilik merek baik jasa maupun produk dengan pengusaha yang memasarkan untuk daerah tertentu. Bagi kalangan usahawan, konsep usaha ini merupakan alternatif untuk meraup keuntungan karena pengusaha tersebut tidak perlu lagi bersusah payah untuk mengembangkan ide dan citra produk dan/atau jasa yang akan dipasarkan karena sudah jelas adanya sehingga yang perlu dilakukan hanyalah mengatur penggunaan strategi yang tepat. Dengan demikian, dapat dibuktikan bahwa disamping dapat memperluas usaha, konsep ini juga dapat meningkatakan dominasi merek, meningkatakan keuntungan tanpa resiko investasi yang besar serta tidak perlu merombak struktur manajemen yang ada.

Sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi, waralaba *(franchise)* merupakan suatu alternatif lain disamping saluran *konvensional* yang dimiliki perusahaan sendiri. Cara ini memungkinkan untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil tanpa harus membutuhkan investasi besar-besaran dari perusahaan induknya. Pada suatu sisi apabila dihadapkan pada kepentingan pemerintah mengenai keinginan untuk mentransfer teknologi karena didorong oleh kepentingan akan teknologi dalam mengembangkan pembangunan nasional. Waralaba *(franchise)* merupakan salah satu media atau sarana untuk masuknya teknologi baru belumlah begitu efektif karena tidak didukung oleh perangkat hukum positif secara khusus di Negara kita.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah membahas mengenai penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*), hak dan kewajiban masing-masing pihak serta kendala-kendala yang dihadapi dalam penerapannya pada video rental Ultra Disc di Kota Padang, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Penerapan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba video rental Ultra Disc di Kota Padang.

   Perjanjian waralaba video rental Ultra Disc ini merupakan perjanjian baku atau kontraktual, yang mana pihak kedua (*franchisee*) sebagai penerima waralaba harus mengikuti segala bentuk klausula-klausula perjanjian yang ditawarkan oleh pihak pertama (*franchisor*) sebagai pemberi waralaba. Untuk dapat menerapkan usaha waralaba video rental Ultra Disc tersebut calon penerima waralaba (*franchisee*) harus dapat memenuhi dan mengikuti kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) video rental Ultra Disc tersebut, sebagaimana yang telah ditetapkan didalam perjanjian waralaba (*franchise contract*) yang ada. Sehingga calon penerima waralaba (*franchisee*) diwajibkan memenuhi semua kriteria yang telah diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*).

   a. Standarisasi toko atau outlet.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

Abdulkadir Muhammad, *hukum perjanjian*. Alumni Bandung, 1986

Imam Syahputra Tunggal, *Franchising Konsep dan Kasus*, Harvaindo, Jakarta, 2005

Subekti, *hukum perjanjian*. Intermasa, Jakarta, 2002

Widjaja Gunawan, *Seri Hukum Bisnis : Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001

Sumarji Juarji, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995

Lumoindong Heri, *Waralaba dan Perkembangannya*

Peraturan Perundang-undangan :

Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Kitab Undang-undang Huku Dagang (KUHD)

Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba

Situs Internet:

http://www.theresia_info.com/portal_WARALABA/html/

http://www.smfr@nchise.com, sejarah waralaba

http://www.smfr@nchise.com, waralaba di Indonesia

http://www.franchise-id.com, epidemic tren konsep bisnis waralaba

http://www.republika.co.id