

PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE CONTRACT*) PADA USAHA WARALABA BUTTER FLY MOVIE RENTAL DI KOTA PADANG

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Sebagian Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar sarjana Hukum*

Oleh :

MAIYURID

01 140 203



Program Kekhususan : Perdata Ekonomi (PK II)



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2009**



PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE CONTRACT*) PADA USAHA WARALABA BUTTER FLY MOVIE RENTAL DI KOTA PADANG

(Maiyurid, Bp 01140203, 52 Halaman, Tahun 2009)

ABSTRAK

Globalisasi ekonomi dunia sebagai suatu fenomena pada dekade terakhir ini tidak bisa dihindari. Perkembangan ekonomi yang begitu cepat menuntut kesiapan dan kemampuan pranata hukum dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari globalisasi ekonomi dunia tersebut. 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 pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) yang didalamnya memuat hak dan kewajiban dari pelaku usaha waralaba dan wanprestasi yang ditemui dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba Butter Fly movie rental 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 pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) adalah perjanjian waralaba Butter Fly movie rental 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 kerjasama yang harus disetujui dan disepakati oleh pihak kedua (*franchisee*). Hak dan kewajiban pelaku waralaba adalah diantaranya pemberi waralaba (*franchisor*) bersedia memberikan design dan konsep serta operasional *software* yang digunakan untuk pembukaan outlet yang sesuai dengan standarisasi outlet, berhak atas 50% profit yang diperoleh dari omset perbulan dan berhak mengadakan *evaluasi* pekerjaan dan *performance* terhadap karyawan outlet Butter Fly movie rental, penerima waralaba (*franchisee*) berkewajiban untuk membayarkan *franchise fee* kepada pihak pertama (*franchisor*) sebesar Rp. 10.000.000,- (sepuluh juta rupiah), serta berkewajiban meningkatkan dan memperbaiki kualitas kinerja. Wanprestasi yang ditemui dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba Butter Fly movie rental di kota Padang adalah penerima waralaba (*franchisee*) sering melanggar klausula-klausula yang telah disepakati bersama, pihak pemberi waralaba (*franchisor*) kurang melakukan promosi secara lokal dan cara penyelesaiannya dilakukan dengan cara musyawarah atau melalui proses hukum sesuai wilayah hukum yang tetap dikantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Padang.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi ekonomi dunia sebagai suatu fenomena pada dekade terakhir ini tidak bisa dihindari. Kehadiran Indonesia dalam peta dunia, menuntut kemampuan untuk berkembang sebagai suatu kekuatan ekonomi baru dari dunia ketiga. Perkembangan ekonomi yang begitu cepat menuntut kesiapan dan kemampuan pranata hukum dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari *globalisasi* ekonomi dunia tersebut. Salah satu fenomena yang nyata dari pertumbuhan ekonomi dunia adalah meningkatnya kebutuhan perusahaan-perusahaan terhadap modal dan kebutuhan yang menuntut struktur permodalan yang lebih kompleks. Investasi dalam era *globalisasi* akan mempengaruhi pengaturan hubungan ekonomi melalui pranata-pranata yang semakin banyak.

Waralaba (*franchise*) merupakan bagian dari pranata-pranata ekonomi yang berkembang pesat melintasi batas antar lintas negara. Perkembangan ini akan terus meningkat karena tidak ada lagi dipengaruhi oleh batas-batas yuridiksi negara. Oleh karena itu hukum ekonomi harus bisa mengatur hubungan ekonomi global termasuk dalam usaha waralaba (*franchise*).

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

digunakan, termasuk didalamnya adalah waralaba (*franchise*). Pada tahun terakhir, waralaba (*franchise*) dijadikan sebagai sistem bisnis yang lumrah dipakai pada berbagai kriteria perusahaan yang mana hal tersebut dijadikan simbol kualitas, konsistensi, pelayanan dan harga¹.

Konsep usaha waralaba (*franchise*) semakin berkembang pesat dan populer di Indonesia karena konsep usaha kerjasama ini dinilai bagus dan menguntungkan. Banyaknya perusahaan-perusahaan yang melakukan pengembangan usaha melalui waralaba (*franchise*) di Indonesia yang dianggap terobosan baru dalam menghadapi kondisi yang semakin ketat dan kompetitif. Dalam mengelola usaha di dalam negeri harus bisa melihat dan menciptakan peluang baru untuk dikelola secara professional agar mendatangkan keuntungan yang maksimal.

Peluang yang tercipta harus dapat dikelola oleh pengusaha dibidang waralaba (*franchise*) yang mempunyai kemampuan karena waralaba (*franchise*) berbeda dari bentuk pengembangan dibidang usaha lain. Pengusaha waralaba (*franchise*) harus mempunyai wawasan wirausaha dan strategi yang tepat guna untuk mengembangkan usaha waralaba (*franchise*) nya.

Waralaba (*franchise*) merupakan suatu teknik atau metode tentang bagaimana cara mengembangkan suatu usaha bila seorang pengusaha memperoleh hak dari pengusaha lain untuk menyelenggarakan usaha disuatu wilayah tertentu atas dasar perjanjian tertulis mengenai bagaimana yang

¹ Imam Syahputra Tunggal, 2005, *Franchise Konsep dan Kasus*, Harvarindo, Jakarta, hlm 13.

bersangkutan harus menawarkan, menjual atau mendistribusikan barang dan jasanya dalam suatu sistem pemasaran yang disepakati oleh kedua belah pihak. Dalam hal ini pengusaha penerima hak disebut *franchisee*, sedangkan pengusaha pemegang hak 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 hal suatu perjanjian yang disepakati bersama, yang mana perjanjian tersebut biasanya perjanjian yang bertimbal balik karena pemberi waralaba (*franchise*) maupun penerima waralaba (*franchise*) keduanya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tertentu.

Di Indonesia peraturan yang mengenai waralaba (*franchise*) diatur khusus oleh Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba (*franchise*) dengan peraturan pelaksana yaitu Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan waralaba. Dimana dalam pasal 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 terdapat pengertian waralaba (*franchise*) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terdapat sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Dengan demikian, waralaba (*franchise*) pada hakekatnya merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha dan meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya. Waralaba (*franchise*)

memungkinkan perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar ke pasar yang baru tanpa harus mengeluarkan biaya sendiri. Perusahaan sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) dapat memegang kendali atas penerima waralaba (*franchisee*) dengan memberikan dukungan perihal strategi penjualan, pelayanan, reputasi, merek dan standar kualitas serta dukungan lainnya. Dukungan yang diberikan pemberi waralaba (*franchisor*) akan menimbulkan imbalan, baik imbalan yang sifatnya tetap dan imbalan yang sifatnya periodik kepada penerima waralaba (*franchisee*)².

Dengan cara waralaba (*franchise*), pemberi waralaba (*franchisor*) melakukan pengembangan pemasaran dan distribusi perusahaannya tanpa harus mengeluarkan investasi baru. Pengembangan usaha ini pada dasarnya lebih cepat dengan memakai modal pihak lain atau penerima waralaba (*franchisee*) yang risikonya juga ditanggung oleh penerima waralaba (*franchisee*). Dengan dukungan yang diberikan pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) secara menyeluruh sesuai dengan yang diperjanjikan, usaha waralaba (*franchise*) ini akan tepat guna dan berkembang apabila didukung juga oleh perangkat hukum positif di negara Indonesia. Ekonomi global akan memunculkan banyak efek, salah satunya adalah *transfer* teknologi yang baru yang seharusnya dapat diatur dengan bijak oleh pemerintah.

Para pengusaha lokal yang cukup sukses dengan usahanya yang sampai ke daerah-daerah dalam pengembangan dan perluasan usahanya merasa teori

² <http://www.franchise.com> Waralaba di Indonesia, 12 Desember 2008, 19:30 WIB

dan konsep waralaba (*franchise*) tidak mampu memberikan perlindungan hukum terhadap usaha mereka. Diharapkan perlindungan hukum ini dapat melindungi pemakaian merek dagang dan rahasia dagang yang ada dalam konsep usaha waralaba (*franchise*). Konsep usaha ini juga diharapkan mampu menciptakan manajemen usaha yang baik, terarah dan teratur.

Semua kebutuhan usaha waralaba (*franchise*) hampir dapat dipenuhi, hal ini memberikan keuntungan bagi para pihak yang terkait. Pemberi waralaba (*franchisor*) dapat meluaskan jaringannya, dengan cara melibatkan pihak lain sebagai investor yang akan menanggung resiko sendiri. Disamping itu, pemberi waralaba (*franchisor*) mempunyai hak untuk mendapatkan *franchise fee* (biaya pembelian hak waralaba) atas penggunaan merek dan sistem usaha. Sedangkan bagi penerima waralaba (*franchisee*), mereka tidak perlu menciptakan citra produk yang baru karena hanya melanjutkan *brand name* yang sudah dikenal masyarakat sebelumnya. Mereka akan mendapatkan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan, hak kekayaan intelektual, bahkan peralatan maupun bahan baku tanpa harus memiliki pengalaman usaha lebih dulu.

Konsep ini dianggap tidak sesuai dengan prinsip usaha yang selama ini telah dirintis dan dijalankan oleh pengusaha lokal, mereka khawatir konsep ini akan merusak ideologi, kebudayaan dan rasa kekeluargaan yang selama ini telah dijunjung tinggi. Sebenarnya konsep ini diharapkan dapat menambah warna dalam perekonomian dalam negeri tanpa mengganggu unsur budaya nasional.

Usaha waralaba (*franchise*) yang akan dibahas disini adalah perusahaan Butter Fly Movie Rental yang dapat dijadikan contoh wirausaha yang menggunakan konsep waralaba (*franchise*) dan ini juga menimbulkan efek

yang baik dalam upaya pengenalan konsep waralaba (*franchise*) ke masyarakat luas.

Di dalam konsep perjanjian waralaba (*franchise contract*) ini bersifat baku dan kontraktual dimana penerima waralaba (*franchisee*) berhak atas pemakaian merek, logo dan sistem manajemen perusahaan pemberi waralaba (*franchisor*) tersebut, berdasarkan ketentuan yang ditentukan di dalam kesepakatan pada perjanjian yang telah disetujui bersama. Secara teoritis, hubungan pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) adalah bahwa penerima waralaba (*franchisee*) merupakan perpanjangan tangan dari pemberi waralaba (*franchisor*).

Hal itulah yang membuat saya tertarik untuk membuat tulisan mengenai konsep perjanjian waralaba (*franchise contract*) dan upaya pelaksanaannya pada perusahaan lokal dengan tinjauan studi pada Butter Fly Movie Rental di kota Padang dan untuk selanjutnya dituangkan dalam tulisan ilmiah yang diberi judul **“PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE CONTRACT*) PADA USAHA WARALABA BUTTER FLY MOVIE RENTAL DI KOTA PADANG.”**

B. Rumusan Masalah

Adapun permasalahan yang akan penulis telusuri dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba Butter Fly Movie Rental di kota Padang.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Adapun kesimpulan dari hasil penelitian dan pembahasan dari pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) Butter Fly Movie Rental di kota padang adalah :

1. Di dalam pelaksanaan usaha waralaba Butter Fly Movie Rental, calon penerima waralaba (*franchisee*) harus dapat memenuhi dan mengikuti kriteria tertentu yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) Butter Fly Movie Rental 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*).

Didalam perjanjian waralaba (*franchise contract*) Butter Fly Movie Rental di kota padang, pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan pihak penerima waralaba (*franchisee*) masing-masing memiliki hak dan kewajibannya tersendiri.

Hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak tersebut diantaranya, adalah:

- a. Pihak pertama berhak atas 50%, pihak kedua 25%, pihak ketiga 25% profit yang diperoleh dari omset perbulan Butter Fly Movie Rental.

- b. Pihak pertama sebagai pemegang hak merk dagang bersedia memberikan design dan konsep serta operasional software yang digunakan untuk pembukaan outlet yang sesuai dengan standarisasi toko/ outlet.
 - c. Pihak pertama, pihak kedua dan pihak ketiga berkewajiban menanggung apabila terjadi kerugian pada toko/ outlet dan berkewajiban meningkatkan dan memperbaiki kualitas kinerja agar dapat meningkatkan omset/ pendapatan dari toko/ outlet.
2. Wanprestasi yang ditemui dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise contract*) pada usaha waralaba Butter Fly Movie Rental di kota Padang ini adalah :
- a. Penerima waralaba (*franchisee*) sering melanggar klausula-klausula yang telah disepakati bersama.
 - b. Penerima waralaba (*franchisee*) sering kurang menjaga dan melakukan perawatan terhadap produk (VCD/DVD).
 - c. Pemberi waralaba (*franchisor*) sering terlambat melakukan kewajibannya untuk mengirimkan produk-produk *home video* (VCD/DVD) terbaru.
 - d. Pihak pemberi waralaba (*franchisor*) kurang melakukan promosi secara lokal.

Mengenai penyelesaian kendala-kendala atau hambatan yang ditemui ini, kedua belah pihak akan mengutamakan jalan damai atau musyawarah untuk mufakat. Apabila hal tersebut gagal dilaksanakan

DAFTAR PUSTAKA

Buku-buku :

- Iman Syahputra Tunggal, *Franchising Konsep dan Kasus*. Harvaindo, Jakarta, 2005
- Lumoindong Heri, *Waralaba dan Perkembangannya*
- Subekti, *Hukum Perjanjian*. Intermasa, Jakarta, 2002
- Rusli Hardijan, *Hukum Perjanjian Indonesia, dan Common Law*, Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1993
- Sumarji Juarji, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995
- Widjaja Gunawan, *Seri Hukum Bisnis : Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta, 2001

Peraturan Perundang-undangan :

- Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- Kitab Undang-undang Hukum Dagang (KUHD)
- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 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>