

**PENERAPAN PERJANJIAN BAKU (STANDARD CONTRACT) DALAM
USAHA WARALABA RENTAL VCD DAN DVD ODIVA
DI KOTA PADANG**

SKRIPSI

Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Sarjana Hukum

Oleh:

MARIANDRA ASCAN
03140015

Program kekhususan : Hukum Perdata Ekonomi (PK II)



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS**

2007

No.Reg. 2384/PKII/0807



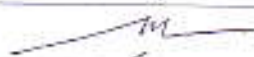

No. Alumni Fakultas : Mariandra Ascan No. Alumni Universitas:
 a) Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 4 Desember 1985 b) Nama Orang
 Tua : Adril/ Mardiana c) Fakultas : Hukum d) Jurusan : Ilmu Hukum e)
 Program Kekhususan : Hukum Ekonomi f) No. Bp : 03140015 g)
 Tanggal lulus : 1 Agustus 2007 h) Predikat Lulus : Sangat Memuaskan
 i) IPK : 3. 28 j) Lama Studi : 3 Tahun 11 Bulan k) Alamat Orang Tua :
 Buana Indah II Blok E/ 13 Balai Baru Padang

Penerapan Perjanjian Baku (Standard Contract) Dalam Usaha Waralaba Rental VCD dan DVD ODIVA Di Kota Padang

Skripsi S1 Oleh Mariandra Ascan, Pembimbing: 1. Hj. Ulfanora, SH.MH 2. Andalusia, SH. MH
 ABSTRAK

Perkembangan usaha waralaba di Indonesia saat ini mempunyai prospek yang baik dan diperkirakan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia usaha khususnya, dan ekonomi pada umumnya. Pengembangan usaha dengan sistem waralaba di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, khususnya waralaba dengan lisensi asing jika dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba lokal. Keteringgalan pertumbuhan waralaba lokal dikarenakan usaha ini masih dikelola dengan manajemen sederhana dan belum terbukti kesuksesannya. Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak dibenarkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis (kontrak) antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba yang dibuat dalam bahasa Indonesia dan berlaku hukum Indonesia. Rental VCD dan DVD ODIVA di Kota Padang ini merupakan penerima waralaba (*franchisee*) dari PT Tarra Waralabas Jakarta sebagai pemberi waralaba (*franchisor*). Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah yuridis sosiologis, data yang diperoleh data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang dipakai adalah wawancara semi terstruktur. Studi dokumen dilakukan terhadap Perjanjian Waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Analisis data yang dipakai adalah analisis data kualitatif. Karena luasnya kajian dalam pelaksanaan Perjanjian Waralaba ini maka penulis membatasi permasalahan tulisan ini pada bentuk perjanjian waralaba dalam bidang hiburan pada Rental VCD dan DVD ODIVA. Kemudian pelaksanaan perjanjian waralaba pada Rental VCD dan DVD ODIVA, dan bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*Franchise*) pada Rental VCD dan DVD ODIVA dan cara penyelesaiannya. Hasil penelitian meliputi hal-hal sebagai berikut bahwa bentuk perjanjian yang dipakai pada Rental VCD dan DVD ODIVA adalah bentuk tertulis, merupakan perjanjian baku, dan telah memenuhi syarat-syarat standar suatu kontrak bisnis yang dipakai secara umum, dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini menimbulkan hak dan kewajiban bagi pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dan pelaksanaannya telah sesuai dengan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam pasal-pasal perjanjian waralaba (*franchise*) tersebut, dan terdapat wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) ini dan dapat diselesaikan melalui musyawarah.

Skripsi telah dipertahankan di depan sidang tim penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal Agustus 2007. Abstrak telah disetujui oleh tim penguji :

Tanda Tangan	1. 	2. 
Nama Terang	M. Hasbi, SH. MH	Misnarsyam, SH. MH

Diketahui:
 Ketua Jurusan
 Ulfanora, SH.MH


 Tanda Tangan

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/ Universitas dan mendapatkan Nomor Alumnus:
 Petugas Fakultas/ Universitas

Nomor Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
Nomor Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pembangunan di bidang ekonomi merupakan prioritas utama dalam meningkatkan taraf kehidupan seluruh rakyat Indonesia dalam rangka mewujudkan suatu masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Hal ini disebabkan masalah ekonomi menyangkut kehidupan manusia yang paling mendasar, baik secara individu maupun bagi masyarakat luas.

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian adalah dengan cara meningkatkan dan mengembangkan sektor perdagangan. Tingginya perkembangan teknologi, industri dan komunikasi serta kemampuan intelektual manusia dewasa ini yang membawa pengaruh yang sangat besar dalam dunia perdagangan. Dimana lingkup perdagangan yang semakin luas, tidak saja meliputi barang dan jasa tetapi juga meliputi perdagangan hak milik intelektual.

Apabila kita tinjau dari pengertian secara umum, hak milik intelektual dapat dikatakan sebagai hak-hak yang timbul dari hasil kemampuan intelektual manusia di bidang seni, sastra, teknologi dan industri. Sementara pengelompokan Hak Milik Intelektual dapat dikategorikan sebagai berikut :

1. Hak Cipta (*Copy Right*)
2. Hak Milik Perindustrian (*Industrial Property Right*).¹

¹ Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1995, halaman 16

Sementara itu dengan perkembangan perdagangan yang semakin pesat menimbulkan persaingan diantara para pengusaha (produsen) dalam memasarkan produknya. Disamping itu situasi perekonomian yang sulit sekarang ini, ekspansi atau perluasan usaha sangat mahal dan perlu perhitungan yang sangat matang. Pengusaha membutuhkan dana yang besar untuk membiayai ekspansi, disamping jangka waktu yang relatif lama untuk menghasilkan keuntungan yang memadai. Untuk itu diperlukan suatu cara yang mudah dan lebih menguntungkan baik dari segi permodalan maupun jangka waktu. Maka lahirlah apa yang disebut dengan Waralaba (*Franchise*). Dengan cara ini konsumen dapat dengan cepat mengenal produk yang dihasilkan dan dapat menikmatinya dengan sistem dan pelayanan yang sama dengan asal produk tersebut.

Perkembangan usaha waralaba di Indonesia saat ini mempunyai prospek yang baik dan diperkirakan dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan dunia usaha khususnya dan ekonomi pada umumnya secara lebih luas melalui penciptaan kesempatan kerja, peluang berusaha, perluasan sarana dan akses pasar bagi produk barang dan atau jasa maupun dalam percepatan alih teknologi. Perkembangan usaha dengan sistem waralaba di Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup pesat, khususnya waralaba dengan lisensi asing jika dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba lokal/nasional.

Ketertinggalan pertumbuhan waralaba lokal dikarenakan usaha ini masih dikelola dengan manajemen sederhana dan belum terbukti kesuksesannya, sedangkan waralaba dengan lisensi asing pada umumnya dengan merek dagang yang sudah

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Dalam mengembangkan usahanya tersebut, PT.Tarra Waralabas (*franchisor*) memakai format perjanjian waralaba (*franchise*) yang telah dipersiapkan oleh PT.Tarra Waralabas. Bentuk perjanjian ini adalah dalam bentuk perjanjian tertulis yang merupakan perjanjian baku yang telah dipersiapkan sebelumnya oleh pemberi waralaba. Penggunaan format perjanjian waralaba (*franchise*) ini untuk melindungi Hak atas Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh PT.Tarra Waralabas selaku pemegang lisensi merek dagang ODIVA.
2. Dalam pelaksanaan Perjanjian Waralaba tersebut kedua belah pihak harus melaksanakan semua hak dan kewajiban yang telah mereka sepakati. Dalam pelaksanaan perjanjian tersebut para pihak telah melaksanakan perjanjian sesuai dengan ketentuan dari pasal-pasal yang terdapat dalam perjanjian, namun masih ada pelanggaran-pelanggaran yang dilakukan oleh para pihak.
3. Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba (*franchise*) ini pernah terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak antara lain, pemberi waralaba (*franchisor*) kurang memberikan dukungan manajemen operasional kepada penerima waralaba (*franchise*). Penerima waralaba (*franchisee*) mengalami kesulitan dalam melaksanakan penjualan terbatas, permasalahan yang

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002;
- Amir Karamoy, *Menjadi Kaya Lewat Waralaba*, Pustaka Bisnis Indonesia, Jakarta, 2005;
- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001;
- Juajir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya bakti, Bandung, 1995;
- P. Lindawaty S. Sewu, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*, CV. Utomo, Bandung, 2004;
- R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1987;
- R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Internusa, Jakarta, 1990;
- Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, PT. Alumni, Bandung, 2004;
- Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1995;
- Salim HS, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.

B. Peraturan Perundang-undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
- Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba;