



SKRIPSI

**KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN
WARALABA ES TEH CAP POCI**

***“THE LEGAL POSITION OF THE PARTIES IN A FRANCHISE
AGREEMENT ON ES TEH CAP POCI”***

**ELSA KRISTINA
NIM. 120710101291**

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2016**

SKRIPSI

**KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN
WARALABA ES TEH CAP POCI**

***“THE LEGAL POSITION OF THE PARTIES IN A FRANCHISE
AGREEMENT ON ES TEH CAP POCI”***

**ELSA KRISTINA
NIM. 120710101291**

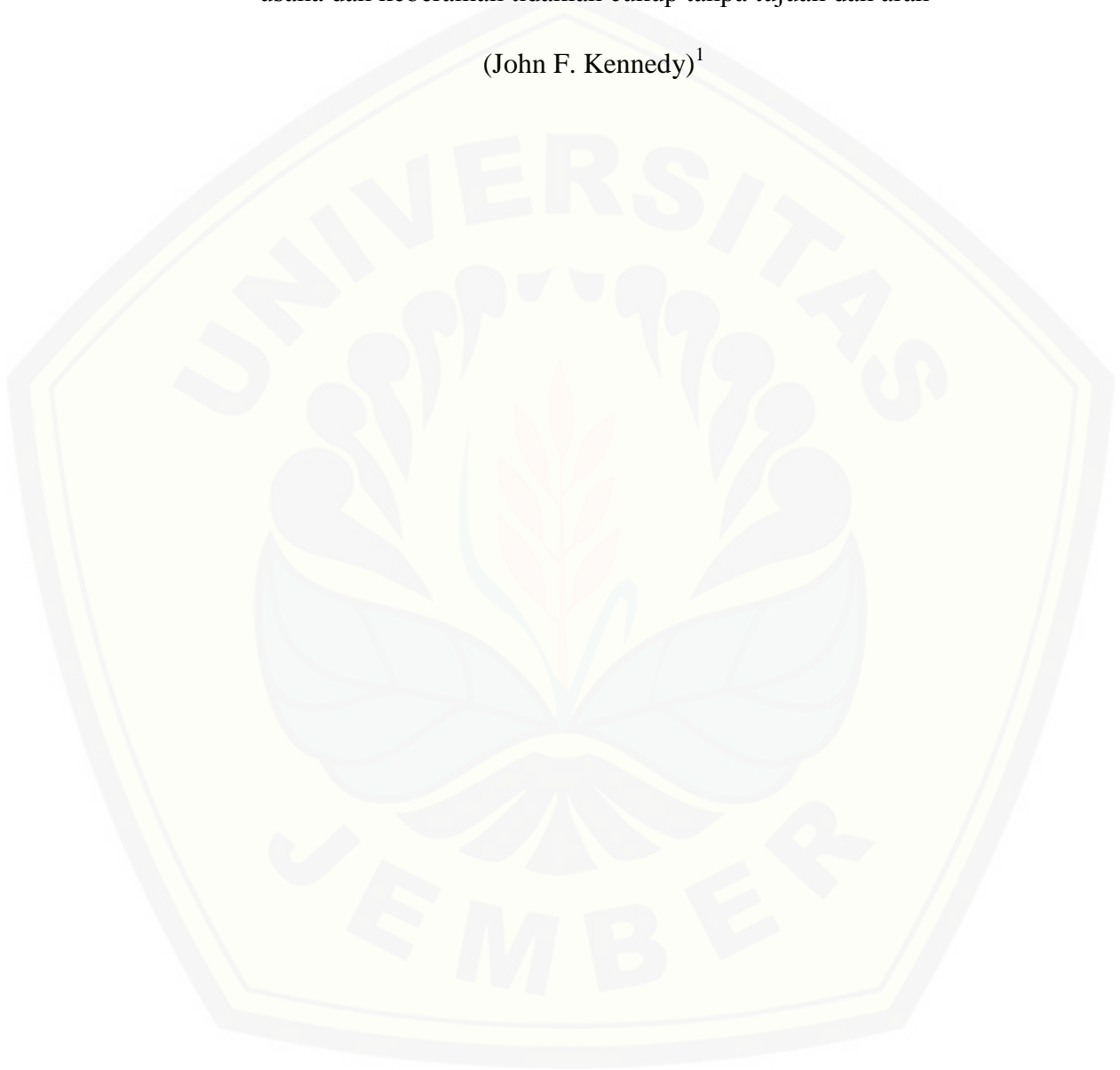
**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM**

2016

MOTTO

“usaha dan keberanian tidaklah cukup tanpa tujuan dan arah”

(John F. Kennedy)¹



PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan sebagai rasa hormat, rasa cinta yang tulus serta rasa terima kasihku kepada :

1. Orang Tuaku Tercinta, Papakku S.Gultom, Mama Rosdiana Situmorang yang telah membesarkan, membimbingku, memberikan perhatian dan rasa sayang yang begitu besar, membiayai hidupku, memberi dorongan, mendidik dan menyemangatiku serta doa;
2. Almamaterku tercinta, Fakultas Hukum Universitas Jember;
3. Para guru dari TK sampai SMA dan seluruh dosen Fakultas Hukum Universitas Jember yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.

KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN

ES TEH CAP POCI

***“THE LEGAL POSITION OF THE PARTIES IN A FRANCHISE AGREEMENT
ON ES THE CAP POCI”***

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat
Untuk menyelesaikan Progam Studi Ilmu Hukum (S1)
Dan mencapai gelar Sarjana Hukum

ELSA KRISTINA

NIM. 120710101291

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

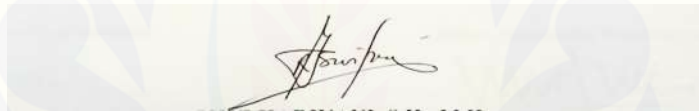
JEMBER

2016

**SKRIPSI INI TELAH DISETUJUI
TANGGAL 27 SEPTEMBER 2016**

Oleh:

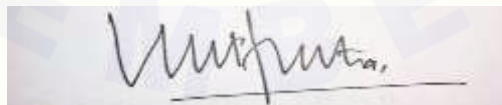
Pembimbing Utama



ISWI HARIYANI, S.H., M.H.

NIP.196212161988022001

Pembantu Pembimbing



Dr. ERMANTO FAHAMSYAH, S.H.,M.H.

NIP. 197905142003121002

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul :

**KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERNJANJIAN
WARALABA ES TEH CAP POCI**

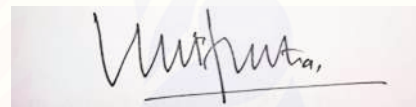
ELSA KRISTINA
NIM.120710101291

Dosen Pembimbing



ISWI HARIYANI, S.H.,M.H.
NIP. 196212161988022001

Dosen Pembantu Pembimbing



Dr.ERMANTO FAHAMSYAH, S.H.,M.H
NIP. 197905142003121002

Mengesahkan:
Kementerian Riset, Teknologi dan Pendidikan Tinggi
Universitas Jember
Fakultas Hukum
Dekan,

Dekan,

Dr. Nurul Ghufron, S.H., M.H.
NIP. 197409221999031003

PENETAPAN PANITIA PENGUJI

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Rabu

Tanggal : 26

Bulan : Oktober

Tahun : 2016

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember :

Panitia Penguji:

Ketua



MARDI HANDONO, S.H.,M.H.
NIP.196312011989021001



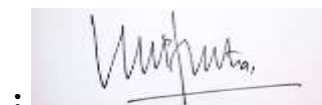
EDI WAHJUNI, S.H.,M.Hum.
NIP. 196812302003122001

Anggota Penguji :

1. **ISWI HARIYANI, S.H.,M.H.**
NIP. 196212161988022001



2. **Dr. ERMATO FAHAMSYAH, S.H.,M.H**
NIP. 197905142003121002



PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : ELSA KRISTINA

NIM : 120710101291

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis ilmiah yang berjudul: **KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ES TEH CAP POCI** adalah benar-benar hasil karya sendiri, kecuali jika dalam pengutipan substansi disebutkan sumbernya, dan belum pernah diajukan pada institusi manapun, serta bukan karya jiplakan. Saya bertanggungjawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia mendapat sanksi akademik jika ternyata di kemudian hari pernyataan ini tidak benar.

Jember, 26 Oktober 2016

yang menyatakan,

(ELSA KRISTINA)
NIM.120710101291

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, sang pemberi nafas kehidupan, atas segala kasih setia-Nya telah memberikan penulis kesehatan dan semangat serta kekuatan yang memberi kemampuan kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian dengan judul **“KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ES TEH CAP POCI”** yang disusun guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan program studi ilmu hukum dan mencapai gelar sarjana hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak akan mendapatkan suatu hal yang baik tanpa adanya bimbingan, bantuan, dorongan, saran, serta doa dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis tidak lupa menyampaikan terimakasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Iswi Hariyani, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau untuk memberikan ilmu, nasehat, pengarahan dan bimbingan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini;
2. Bapak Dr. Ermanto Fahamsyah, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembantu Pembimbing Skripsi juga yang telah banyak meluangkan waktu ditengah kesibukan beliau untuk memberikan ilmu, nasehat, pengarahan serta bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Bapak Mardi Handono, S.H.,M.H. selaku Dosen ketua penguji skripsi sekaligus Pembantu Dekan II dan Ibu Edi Wahjuni, S.H.,M.Hum. selaku Dosen sekretaris penguji skripsi;
4. Ibu Emi Zulaika, S.H.,M.H. selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA), yang selalu memberikan bimbingan dan masukan selama saya melaksanakan kuliah di Fakultas Hukum Universitas Jember;
5. Bapak Dr. Nurul Ghufron, S.H.,M.H. Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember;

6. Ibu Dyah Ochtorina S.,S.H., M,Hum. Selaku Pembantu Dekan I, Bapak Iwan Racmad Soetijono, S.H.,M.H., Selaku Pembantu Dekan III Fakultas Hukum Universitas Jember;
7. Bapak Prof. Dr. Dominikus Rato, S.H.,M.Si., Selaku Ketua Bagian Keperdataan di Fakultas Hukum Universitas Jember;
8. Kepada Ibunda ku tercinta Rosdiana Situmorang dan Ayahanda tercinta S.Gultom terimakasih yang tak terhingga ananda ucapkan atas segala doa, kasih sayang dan motivasinya;
9. Kepada Kakaku tersayang Yola Esthelita dan adik-adikku tersayang William Partogi, Nathanael Rogelio Parsaoran, Olivia Tamara, terimakasih yang sebanyak-banyaknya atas segala doa, kasih sayang, perhatian dan dukungannya;
10. Sahabat-sahabat ku terkasih, Pujiwati, Brawijaya, Rosalia, Sabila, Lia, Desi Febrina, Septi, Aulia Yosi, Citra Amaliyah, Nuraeni Dwi Septia Ningrum, Lida Sihombing dan Nefalia Sembiring;
11. Sahabat-sahabat seperantauan ku tercinta, Ka Grace, Ka Tini, Ka Tike Ka Tini, Korinti Sembiring, Rebecca Nainggolan, Febrian Purba, Putra Purba, Rycko Saragih, Riky Panjaitan, Hana Panjaitan, terimakasih atas kebersamaan dan perhatiannya selama ini;
12. Kepada yang menyayangiku, membimbingku banyak hal, melindungiku, menjadi tempat suka dan duka, menasihhatiku, membantuku, menghiburku, dan memberkatiku sepanjang waktu yaitu Tuhan Yesus;
13. Semua pihak-pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini.

Jember, 19 September 2016

Penulis

RINGKASAN

Pertumbuhan perekonomian Indonesia yang begitu pesat telah meningkatkan persaingan bisnis ataupun usaha di berbagai bidang perekonomian di Indonesia. Salah satu dunia usaha yang saat ini banyak dikembangkan di Indonesia adalah pengembangan dunia usaha melalui bisnis waralaba/*franchise*. Sistem waralaba/*franchise* sangat efektif untuk mengembangkan suatu dunia usaha karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan kerjasama para pihak. Perjanjian waralaba dapat menimbulkan hak dan kewajiban bagi kedua belah pihak dalam menjalankan bisnis waralaba (*franchise*) antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).

Hak dan kewajiban para pihak yang telah disepakati dalam perjanjian harus dipatuhi masing-masing pihak, namun dalam kenyataannya tidak selalu seperti itu. Terkait terhadap masalah-masalah tersebut, Penulis mencoba mengangkat permasalahan tersebut dan menuangkannya ke dalam penulisan skripsi dengan judul “KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ES TEH CAP POCL.” Rumusan masalah yang akan dibahas adalah : (1) Bagaimana hubungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba es teh cap poci? (2) Apa akibat hukum dari perubahan atau penggantian menu yang tertulis dalam perjanjian waralaba es teh cap poci bagi penerima waralaba? (3) Apa upaya yang dapat dilakukan bila terjadi sengketa antara pemberi waralaba dan penerima waralaba? Tujuan dari penulisan skripsi ini terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu untuk memenuhi dan melengkapi salah satu tugas dan persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember dan untuk mengetahui dan memahami kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba es teh cap poci. Metode penelitian dalam penulisan skripsi ini menggunakan tipe penelitian yuridis normatif, artinya permasalahan yang diangkat, dibahas dan diuraikan dalam penelitian ini difokuskan dengan menerapkan kaidah-kaidah atau norma-norma dalam hukum positif. Pendekatan masalah menggunakan pendekatan perundang-undangan dan pendekatan koseptual, dengan bahan hukum yang terdiri dari bahan hukum primer, sekunder dan bahan hukum non hukum. Hasil dari penelitian skripsi ini adalah setiap perjanjian waralaba yang dibuat oleh kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh kedua belah pihak, apabila tidak dilaksanakan maka dapat dikatakan melakukan wansprestasi. Pelanggaran atas isi perjanjian oleh penerima waralaba menimbulkan akibat hukum yakni pemberi waralaba melakukan pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak dan menuntut ganti rugi. Upaya penyelesaian sengketa dalam bisa ditempuh oleh pemberi waralaba atas pelanggaran isi perjanjian yakni menggunakan metode non litigasi yaitu dengan cara melakukan musyawarah. Guna menarik kesimpulan hasil dari penelitian yang sudah terkumpul di pergunakan metode analisa bahan hukum deduktif. *Pertama*, Hubungan hukum antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan pihak penerima waralaba (*franchisee*) adalah hubungan antara dua pihak yang *independen* atau berdiri sendiri, dimana hak dan kewajiban mereka

ditentukan oleh kedua belah pihak dalam suatu perjanjian yang telah mereka buat sendiri. *Kedua*, Akibat hukum dari setiap perjanjian waralaba yang telah dibuat oleh kedua belah pihak yang telah bersepakat, tetapi tidak dilaksanakan dapat dikatakan melakukan wansprestasi. Dalam hal ini pelanggaran atas isi perjanjian yang telah disepakati mengenai bahan tambahan dalam produk oleh pihak penerima waralaba. *Ketiga*, upaya penyelesaian sengketa bisnis dalam perjanjian waralaba terkait isi perjanjian yaitu mereka dapat dilakukan melalui jalur di luar pengadilan (Non-Litigasi) maupun di pengadilan (Litigasi). Penggunaan penyelesaian sengketa perjanjian waralaba Es Teh Poci dalam prakteknya tertuang dalam pasal 14 perjanjian waralaba tersebut, gugatan perdata yang diajukan para pihak yang bersengketa diselesaikan melalui jalur pengadilan negeri Jakarta utara yang berwenang mengadili sengketa sesuai dengan isi perjanjian waralaba.

Saran *Pertama* yang dapat diberikan ialah hendaknya para pihak dalam perjanjian waralaba baik pihak pemberi waralaba (*franchisor*) maupun pihak penerima waralaba (*franchisee*) sebelum menandatangani kontrak baku perjanjian waralaba harus teliti terlebih dahulu dalam menganalisa isi perjanjian yang akan disepakati bersama. *Kedua*, hendaknya penerima waralaba menjalankan fungsi, peran serta hak dan kewajiban masing-masing sebagai dasar hukum menjalankan bisnis waralaba tersebut, agar tidak saling merugikan. *Ketiga*, hendaknya pemerintah segera membuat regulasi berupa undang-undang mengenai aturan penyelenggaraan waralaba baik berupa pengaturan bisnis waralaba secara keseluruhan dan penyelesaian sengketa bisnis waralaba sehingga dalam penyelenggaraan bisnis waralaba memiliki aturan yang jelas dan tegas dan apabila terjadi sengketa waralaba dapat diselesaikan dengan adil dan seimbang mengingat perjanjian waralaba umumnya merupakan perjanjian baku.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN.....	i
HALAMAN SAMPUL DALAM.....	ii
HALAMAN MOTTO.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PRASYARAT GELAR.....	v
HALAMAN PERSETJUAN.....	vi
HALAMAN PENGESAHAN.....	vii
HALAMAN PENETAPAN.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN.....	ix
HALAMAN UCAPAN TERIMAKASIH.....	x
HALAMAN RINGKASAN.....	xii
HALAMAN DAFTAR ISI.....	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.3.1 Tujuan Umum.....	5
1.3.2 Tujuan Khusus.....	5
1.4 Metode Penelitian.....	5
1.4.1 Tipe Penelitian.....	6
1.4.2 Pendekatan Masalah.....	6
1.4.3 Bahan Hukum.....	7
1.4.3.1 Bahan Hukum Primer.....	8
1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder.....	8
1.4.3.3 Bahan Non Hukum.....	8

BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Waralaba.....	10
2.1.1 Sejarah Waralaba.....	10
2.1.2 Pengertian Waralaba.....	13
2.1.3 Kriteria Waralaba.....	15
2.1.4 Unsur-Unsur Waralaba.....	16
2.2 Perjanjian Waralaba.....	17
2.2.1 Pengertian Perjanjian.....	17
2.2.2 Pengertian Perjanjian Waralaba.....	19
2.2.3 Bentuk-Bentuk Perjanjian Waralaba.....	20
2.2.4 Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba.....	22
2.3 Sengketa.....	25
2.3.1 Pengertian Sengketa.....	25
2.3.2 Macam-Macam Penyelesaian Sengketa.....	26
2.4 Es Teh Cap Poci.....	27
2.4.1 Sejarah Es Teh Cap Poci.....	27
2.4.2 Jenis-Jenis Produk Es Teh Cap Poci.....	28
BAB 3. PEMBAHASAN.....	30
3.1 Hubungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Es Teh Cap Poci.....	30
3.2 Akibat Hukum Dari Perubahan Atau Penggantian Menu Yang Tertulis Dalam Perjanjian Waralaba Es Teh Cap Poci.....	44
3.3 Upaya Yang Dapat Dilakukan Bila Terjadi Sengketa Antara Pewaralaba Dan Terwaralaba.....	49
3.3.1 Upaya Penyelesaian Sengketa Melalui Litigasi.....	50
3.3.2 Upaya Penyelesaian Sengketa Melalui Non Litigasi.....	53

BAB 4. PENUTUP	56
4.1 Kesimpulan.....	56
4.2 Saran.....	57
DAFTAR BACAAN	
LAMPIRAN	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Perjanjian waralaba PT Poci Kreasi Mandiri



BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Pada era globalisasi yang serba canggih, perkembangan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat dunia mengalami perubahan yang sangat pesatnya yaitu semakin meningkat, atraktif, dinamis, prospektif dan penuh dengan persaingan serta tidak mengenal batas-batas wilayah dan negara. berbagai dunia usaha yang dijalankan dengan mudahnya untuk dilaksanakan. salah satu dunia usaha yang saat ini banyak dikembangkan adalah pengembangan dunia usaha melalui bisnis sistem waralaba. sejak tahun 1955 sistem waralaba di Indonesia sangat berkembang pesat, pada tahun 1977 saja Dinas Perindustrian dan Perdagangan mencatat sekitar 259 perusahaan penerima waralaba di Indonesia.¹

Sistem bisnis waralaba atau yang sering diterjemahkan dengan kata *franchise* sangat efektif untuk mengembangkan suatu dunia usaha karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan kerjasama para pihak waralaba, merupakan salah satu alternatif bagi seseorang untuk memulai usaha kecil. waralaba merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis, dan pemasaran yang bertujuan untuk mengembangkan jaringan usaha untuk mengemas suatu produk dan jasa.

Franchisor atau yang sering diterjemahkan dengan kata pemberi waralaba dan *franchisee* yang sering diterjemahkan dengan kata penerima waralaba dalam menjalankan bisnis waralaba melakukan perjanjian waralaba yang menimbulkan hak dan kewajiban kedua belah pihak, hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang waralaba. Kewajiban pemberi waralaba adalah memberikan lisensi kepada penerima waralaba, yang di dalamnya terdapat hak pemberi waralaba menyertakan logo, sistem operasional yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba untuk di jalankan penerima waralaba. Sedangkan hak penerima

¹Dita Moly Fatra, Skripsi : Kesetaraan Kedudukan Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) (Studi Terhadap Perjanjian Waralaba Kebab Turki Baba Rafi), Fakultas Hukum Universitas Jember, 2013, hlm 13.

waralaba adalah menerima lisensi dan kewajibannya adalah membayar royalti kepada pemberi waralaba serta menjaga kualitas barang dan jasa yang diwaralabakan. Pada dasarnya waralaba merupakan suatu konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat, sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan pihak lain. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekati produk kepada konsumennya.

Di Amerika Serikat misalnya, banyaknya bentuk waralaba terdapat tiga angka penjualan di ritel yang berkembang. Di Australia diperkirakan banyaknya waralaba *fast food* untuk 90% atau lebih dari total penjualan dalam suatu pasar. Laporan ini yang setidaknya mewakili bahwa *franchising* (waralaba) di praktikan secara bersamaan oleh lebih dari 70 negara di seluruh dunia². Peraturan tentang waralaba di Indonesia secara khusus belum ada aturan yang mengaturnya, namun peraturan perundang-undangan yang memiliki hubungan dengan waralaba adalah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Dan Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia No.259/Mpp/Kep/7/1997 tentang tata cara pendaftaran usaha waralaba. Perjanjian waralaba adalah perjanjian kerjasama bisnis waralaba yang dibuat secara tertutup antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba yang didalam perjanjian tersebut juga mengandung lisensi HKI dan ketentuan-ketentuan lain yang terkait dengan penyelenggaraan bisnis secara keseluruhan.³

Perkembangan dunia usaha bisnis yang semakin meningkat dengan pesat menyebabkan timbulnya persaingan bisnis antar pelaku usaha. Oleh karena itu diperlukan payung hukum untuk menaungi dan melindungi semua kalangan komunitas masyarakat baik masyarakat yang terjun langsung di dunia bisnis maupun masyarakat pada umumnya. Hal ini bertujuan untuk mewujudkan rasa

² Suyud Margono dan Amir Angkasa, 2002, *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum*, Jakarta: Gramedia, hlm 67.

³ Iswi Hariyani dan R. Serfianto D.P, 2011, *Membangun Gurita bisnis Franchise*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, hlm 66.

keadilan sosial dan adanya kepastian hukum di dalam kehidupan masyarakat luas, bukan semata-mata hanya keuntungan materi belaka (*profit oriented*) tetapi ada pertanggungjawaban terhadap dampak yang ditimbulkan dari operasional bisnis secara menyeluruh tersebut. Bidang usaha waralaba sebagai suatu bisnis yang mempunyai karakteristik di dalam kehidupan ekonomi, namun dapat menimbulkan permasalahan di bidang hukum karena bisnis waralaba berdasarkan suatu perjanjian yang menimbulkan hak-hak dan kewajiban para pihak.

Terkait hal tersebut diperlukan suatu perlindungan hukum yang seimbang bagi masing-masing pihak agar para pihak tidak dirugikan atas isi perjanjian yang disepakati. Perjanjian waralaba apabila dilanggar oleh para pihak yang bersepakat dapat mengakibatkan perjanjian tersebut batal, Perjanjian waralaba pada umumnya bersifat perjanjian baku, sehingga diperlukannya perlindungan hukum terhadap pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba agar berimbang untuk mengantisipasi hal-hal yang tidak diinginkan. Para pengusaha dan orang-orang yang ingin terjun langsung di dunia bisnis hendaknya terlebih dahulu mengetahui dan memahami hukum bisnis secara detail agar bisnis yang ditekuni berjalan dengan baik dan memberikan manfaat bagi dirinya dan menyejahterakan masyarakat pada umumnya⁴

Salah satu contoh usaha bisnis waralaba yang banyak diminati seseorang untuk memulai usaha kecil maupun pengusaha adalah usaha waralaba minuman Es Teh Cap Poci selain tidak memerlukan dana yang besar untuk memulai usaha tersebut, waralaba minuman Es Teh Cap Poci memiliki keunggulan rasa teh khas yang legit dan kental berbeda dengan teh lainnya. Waralaba minuman Es Teh Cap Poci di produksi oleh PT. Teh Cap Poci Kreasi Mandiri Indonesia. Saat ini waralaba Es Teh Cap Poci telah memiliki banyak outlet atau gerai-gerai yang tersebar di beberapa lokasi strategis di kota-kota besar seperti Kota Surabaya, Jakarta, Bandung, Medan, Semarang, Yogyakarta, Makasar dan lainnya. Usaha waralaba es teh cap poci mengangkat konsep minuman dingin berbahan utama teh dengan rasa yang beraneka ragam mulai dari rasa *jasmine tea*, *vanilla tea* sampai dan rasa *fruit*

⁴Syahrin Naihasy, 2005, *Hukum Bisnis (Business Law)*, Yogyakarta: Mida Pustaka, hlm 8.

tea. Penyajian waralaba minuman Es Teh Cap Poci menggunakan gelas plastik sehingga dapat dinikmati langsung oleh konsumen. Penerima waralaba dalam perjanjian waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas usaha yang di miliki pemberi waralaba dengan syarat penerima waralaba berkewajiban melaksanakan seluruh instruksi pemberi waralaba, melakukan pendaftaran perjanjian waralaba, tidak melakukan kegiatan usaha yang bermaksud untuk menyaingi yang diwaralabakan, dan memberikan *royalty* kepada pemberi waralaba.⁵Kenyataannya terdapat bentuk pelanggaran yang ditemukan, yang dilakukan oleh terwaralaba Es Teh Cap Poci di jember salah satunya adalah melakukan kegiatan usaha yang bermaksud untuk menyaingi yang diwaralabakan dengan menambahkan menu lainnya yang tidak sesuai dengan yang diperjanjikan dalam perjanjian waralaba Es Teh Cap Poci yang dalam prakteknya disebut dengan perjanjian penjualan, yaitu terdapat perubahan menu terhadap Es Teh Cap Poci dengan menambahkan berbagai jenis makanan ataupun minuman yang tidak ada dalam perjanjian seperti susu milo, oreo, cincau, buble dan lain sebagainya.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merumuskan berbagai permasalahan yang timbul menjadi suatu karya ilmiah berbentuk skripsi dengan judul **“KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ES TEH CAP POCI.”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang maka penulis merumuskan permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana hubungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba Es Teh Cap Poci?
2. Apa akibat hukum dari perubahan atau penggantian menu yang tertulis dalam perjanjian waralaba Es Teh Cap Poci bagi penerima waralaba?

⁵ Zaeni Asyhadie, 2014, *Hukum Bisnis : Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, hlm 161.

3. Apa upaya yang dapat dilakukan bila terjadi sengketa antara pemberi waralaba dan penerima waralaba?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai dibedakan menjadi dua yaitu tujuan umum dan tujuan khusus, antara lain:

1.3.1 Tujuan Umum

- a. Untuk memenuhi dan melengkapi salah satu tugas dan persyaratan akademis untuk mendapatkan gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
- b. Untuk menerapkan ilmu pengetahuan hukum yang diperoleh selama perkuliahan yang bersifat teoritis yang selanjutnya akan dikembangkan sesuai dengan realitas yang ada di masyarakat;
- c. Untuk memberikan kontribusi dan sumbangan pemikiran yang berguna bagi masyarakat pada umumnya dan khususnya bagi mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Jember serta Almamater.

1.3.2 Tujuan Khusus

- a. Untuk mengetahui dan memahami hubungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba es teh cap poci.
- b. Untuk mengetahui dan memahami akibat hukum dari perubahan atau penggantian menu yang tertulis dalam perjanjian waralaba es teh cap poci.
- c. Untuk mengetahui dan memahami mengenai upaya yang dapat dilakukan bila terjadi sengketa antara pemberi waralaba dan penerima waralaba.

1.4 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan salah satu faktor penting yang diperlukan dalam setiap penulisan karya ilmiah. Metode penelitian digunakan sebagai cara sistematis untuk mencari, menemukan, mengembangkan, dan menganalisis permasalahan, serta menguji kebenaran yang objektif, sehingga pada akhirnya

dapat ditarik suatu kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Mengadakan suatu penelitian ilmiah mutlak menggunakan metode, karena dengan metode tersebut berarti penyelidikan yang berlangsung menurut suatu rencana tertentu artinya peneliti mengambil setiap langkah secara jelas serta ada pembatasan-pembatasan tertentu untuk menghindari jalan yang menyesatkan (ketidak jujuran dalam pembuatan karya ilmiah). Metode merupakan suatu tipe pemikiran yang dipergunakan dalam penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut diatas agar tercipta suatu karya tulis ilmiah yang sistematis dan terarah untuk menghasilkan argumentasi, teori atau konsep baru yang sesuai dengan perkembangan yang ada, maka dalam penelitian skripsi ini digunakan metode penelitian sebagai berikut.

1.4.1 Tipe Penelitian

Penelitian dalam skripsi ini adalah yuridis normatif (*legal research*). Hukum sebagai konsep normatif adalah hukum sebagai norma, baik dengan yang diidentikan dengan keadilan yang harus diwujudkan (*ius constituendum*) ataupun norma yang telah terwujud sebagai perintah yang eksplicit dan secara positif telah terumus jelas (*ius constitutum*) untuk menjamin kepastiannya dan juga berupa norma-norma yang merupakan produk dari seorang hakim (*judgments*) pada waktu hakim memustuskan suatu perkara dengan memperhatikan terwujudnya kemanfaatan dan kemaslatan bagi para pihak yang berperkara.⁶ Tipe penelitian yuridis normatif dilakukan dengan cara mengkaji beberapa aturan hukum seperti undang-undang, peraturan-peraturan yang berisi konsep teoritis yang kemudian di hubungkan dengan permasalahan yang akan di bahas di proposal skripsi ini.

1.4.2 Pendekatan Masalah

Pendekatan masalah dalam suatu penelitian hukum berfungsi sebagai cara untuk mendapatkan informasi dari berbagai aspek terhadap suatu isu hukum yang sedang dicari penyelesaiannya. Terkait dengan proposal skripsi ini, penulis menggunakan pendekatan undang-undang (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*) sebagai berikut⁷:

⁶Peter Mahud Marzuki, 2014, *Penelitian Hukum*, Jakarta: Kencana, hlm 1.

⁷ Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Ibid*, hlm 136.

1. Pendekatan perundang-undang (*statue approach*) yaitu suatu pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani. Bagi penelitian untuk kegiatan akademis, peneliti perlu mencari *ratios legis* dan *ontologis* lahirnya undang-undang tersebut. Peneliti yang mempelajari ratio legis dan ontologis suatu undang-undang sebenarnya mampu menangkap kandungan filosofi yang ada dibelakang undang-undang itu. Sehingga peneliti akan menyimpulkan mengenai ada tidaknya benturan filosofis antara undang-undang dengan isu yang sedang dihadapi.
2. Pendekatan konseptual (*conceptual approach*) adalah suatu pendekatan yang berasal dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam ilmu hukum sehingga dengan mempelajarinya penulis dapat menemukan ide-ide yang melahirkan penelitian hukum, konsep-konsep hukum dan asas-asas hukum yang relevan dengan isu yang sedang dihadapi. Pemahaman akan pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin tersebut merupakan sandaran bagi penulis dalam membangun suatu argumentasi hukum dalam memecahkan isu yang dihadapi.

1.4.3 Bahan Hukum

Bahan hukum merupakan hal penting dalam suatu penelitian hukum yang digunakan untuk memecahkan isu hukum sekaligus untuk memberikan preskripsi apa yang seharusnya dilakukan. Bahan hukum yang digunakan penulis dalam skripsi ini meliputi:

1.4.3.1 Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer merupakan bahan hukum yang bersifat *autoritatif* artinya mempunyai otoritas.⁸Bahan –bahan hukum primer berupa peraturan perundang-undangan, catatan-catatan resmi atau risalah pembuatan peraturan

⁸ Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Op Cit*, hlm 181.

perundang-undangan dan putusan-putusan hakim.⁹ Bahan hukum primer yang digunakan dalam penulisan skripsi ini antara lain:

1. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
3. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
4. Perjanjian Waralaba PT Poci Kreasi Mandiri

1.4.3.2 Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder berupa publikasi meliputi buku-buku literatur, kamus hukum, jurnal hukum dan komentar ahli hukum atas putusan pengadilan.¹⁰ Bahan hukum sekunder yang digunakan penulis dalam skripsi ini adalah buku-buku teks tentang hukum yang relevan dengan isu hukum yang diangkat dan ditulis dalam skripsi ini, seperti literature-litelatur dan makalah yang terkait izin usaha waralaba.

1.4.3.3 Bahan Non Hukum

Bahan non hukum dimaksudkan untuk memperkaya dan memperluas wawasan peneliti. Yang termasuk dalam bahan non hukum adalah mengenai ilmu politik, sosiologi, filsafat, kebudayaan ataupun laporan-laporan penelitian non hukum dan jurnal-jurnal non hukum sepanjang mempunyai relevansi dengan topik penelitian diantaranya wawancara, dialog, kesaksian di pengadilan, seminar ceramah, dan kuliah termasuk di dalamnya media elektronik yang bersumber dari internet¹¹

⁹ Peter Mahmud Marzuki, 2014, *Ibid*, hlm 181.

¹⁰ *Ibid*, hlm 182.

¹¹ Peter Mamud Marzuki, 2014, *Ibid*, hlm 204.

1.4.3.4 Analisa Bahan Hukum

Metode analisis bahan hukum yang penulis gunakan dalam skripsi ini adalah metode deduktif, yaitu berpedoman pada prinsip-prinsip dasar kemudian menghadirkan objek yang hendak diteliti, jadi bergerak dari prinsip-prinsip umum menuju prinsip-prinsip khusus. Penelitian hukum dilakukan dengan langkah-langkah: ¹²

1. Mengidentifikasi fakta hukum dan mengeliminir hal-hal yang tidak relevan untuk menetapkan isu hukum yang hendak dipecahkan;
2. Mengumpulkan bahan-bahan hukum dan bahan non hukum yang dipandang mempunyai relevansi;
3. Menarik kesimpulan dan bentuk argumentasi yang menjawab isu hukum;
4. Melakukan telaah atas isu hukum yang diajukan berdasarkan bahan-bahan yang telah dikumpulkan;
5. Memberikan preskripsi berdasarkan argumentasi yang telah dibangun dalam kesimpulan.

Hasil analisa bahan hukum kemudian dibahas untuk menghasilkan jawaban. sehingga memberikan pemahaman atas permasalahan yang dimaksudkan. dalam penarikan kesimpulan terhadap analisis bahan hukum dilakukan dengan metode deduktif. Penggunaan metode ini dilakukan dengan mengajukan premis mayor yang kemudian diajukan premis minor, sehingga yang menjadi premis mayor adalah kaidah-kaidah positif dan asas-asas hukum positif. Kedua premis ini kemudian ditarik menjadi suatu kesimpulan. Dengan demikian, metode deduktif dapat diartikan menjadi suatu kesimpulan yang dilakukan dari pembahasan mengenai permasalahan yang bersifat umum menuju permasalahan yang bersifat khusus.

¹²*Ibid*, hlm 123.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Waralaba

2.1.1 Sejarah waralaba

Konsep waralaba bukan merupakan konsep yang baru, bahkan merupakan suatu konsep bisnis yang cukup mempunyai sejarah panjang jauh ke belakang. Kata *franchise* diambil dari bahasa Perancis yang artinya kejujuran, kebebasan, bebas, untuk membebaskan. Pertama kali waralaba dikenalkan pada tahun 1850-an oleh *Issac Singer*, pembuat mesin jahit merek *Singer*, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. walaupun usahanya tersebut gagal, namun dialah yang pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba di Amerika Serikat. Kemudian, caranya ini diikuti oleh pewaralaba lain yang lebih sukses, *John S Pemberton*, pendiri Coca Cola. Namun, menurut sumber lain, yang mengikuti Singer kemudian bukanlah Coca Cola, melainkan sebuah industri motor AS, General Motors Industry di tahun 1898.¹³

Format bisnis *franchising* (waralaba), yaitu dengan memberikan lisensi nama atau *trademarks* dan konsep bisnis kepada *Franchisee* (terwaralaba) mulai bermunculan dan menjadi booming setelah Perang Dunia II berakhir. Para pelopor *franchise* (Waralaba) di Amerika, diantaranya:

1. *General Motors Industry* di tahun 1898 mewaralabakan industri mobil
2. *John S. Pemberton* berhasil mewaralabakan coca-cola.
3. *Western Union* dengan sistem telegrafnya.
4. *McDonald* yang merupakan waralaba skala dunia yang paling sukses.¹⁴

¹³Sumber Internet : <http://www.ekonomi-holic.com> diakses tanggal 10 Mei 2016, Jam 22.00 WIB

¹⁴Sumber Internet : <http://yuviyogaswara.blogspot.co.id> diakses tanggal 10 Mei 2016, Jam 22.10 WIB

Semakin banyak waralaba yang bermunculan dengan menghadapi resiko di masa mendatang dan bertumbuh untuk meningkatkan usahanya.¹⁵ Kebutuhan hukum dan perlindungan terhadap konsumen dibutuhkan. Terbentuklah *Asosiasi Franchise Internasional (Internasional franchise Association)* pada tahun 1960 yang anggotanya terdiri dari pemberi waralaba, penerima waralaba dan pemasok. waralaba (*franchise*) pada saat ini didominasi oleh waralaba tipe rumah makan siap saji. Kecendrungan ini mulai pada tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka *restaurant* cepat sajinya. pada tahun 1935, Howad Deering Johnson berkerjasama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha *restaurant modern*. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.¹⁶

Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian di kenal menjadi waralaba format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai waralaba generasi kedua. Perkembangan sistem waralaba yang demikian pesat terutama di negara asalnya, AS, menyebabkan waralaba digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS.¹⁷

Perkembangan bisnis waralaba di Inggris dirintis oleh J.Lyons melalui usahanya *Wimpy and Golden Egg*, pada tahun 1960-an. Bisnis tidak mengenal diskriminasi. Pemilik waralaba dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA (Suku-Ras-Agama-Antar Golongan).¹⁸ Kemunculan dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi pada tahun 1950-an menjadi penanda kehadiran sistem waralaba di Indonesia. Kemudian pada tahun 1970-an kehadiran waralaba asing semakin

¹⁵ Adler Haymans Manurung, 2007, *Wirasaha: Bisnis Usaha Kecil Menengah*, Jakarta : Buku Kompas, hlm 13.

¹⁶ Cita Yustisia Sefriyani, Et.Al, 2015, *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, Yogyakarta: Penerbit Andi, hlm 8.

¹⁷ *Ibid*

¹⁸ *Ibid*

mengalir. Masuknya *Shakey Pisa*,² *KFC*, *Swensen* dan *Burger King* merupakan awal waralaba di Indonesia.¹⁹

Adanya lisensi *franchise* (waralaba) plus yang tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi menandakan perkembangan selanjutnya. sejak tahun 1955, sistem *franchise* mulai terlihat sangatlah pesat perkembangannya. Pada tahun 1977 saja Dinas Perindustrian dan Perdagangan mencatat sekitar 259 perusahaan penerima waralaba di Indonesia. Perkembangan bisnis waralaba di tanah air saat ini semakin pesat jika dahulu hanya di dominasi perusahaan waralaba asing saja maka saat ini perusahaan lokal juga menunjukkan kekuatan bisnis waralabanya , jika dulu kita hanya mengenal beberapa *fastfood* (makanan siap saji) asing maka sekarang banyak juga kita jumpai bisnis *fast food* (makanan siap saji) yang berasal dari dalam negeri yang menjalankan bisnisnya dengan konsep waralaba bahkan ada beberapa bisnis waralaba yang mengusung makanan tradisional bahkan mengembangkan bisnisnya di beberapa negara.

Menjamurnya bisnis ini memberikan daya tarik sendiri bagi bisnis makanan karena menurut pakar konsultan waralaba Amir Karamoy, bahwa bisnis yang layak dan bakal tumbuh di Indonesia antara lain makanan khas daerah, hal ini disebabkan karena keunikannya.²⁰ banyak kita jumpai beberapa bisnis lokal yang baru bermunculan baik industri makanan, jasa pendidikan maupun otomotif dengan semakin tingginya perkembangan bisnis waralaba di tanah air diharapkan dapat membatu menciptakan lapangan pekerjaan dan pendapatan negara melalui pajak yang dibayarkan para pelaku bisnis waralabadi tanah air²¹.

¹⁹Dita Moly Fatra, 2013, *Op Cit* hlm 12.

²⁰ Budi Suseno Darmawan, 2006, *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*, Yogyakarta: Pilar Media, hlm 19.

²¹ Sumber Internet : www.konsultanwaralaba.com diakses pada tanggal 18 April 2016, jam 22.13 WIB.

2.1.2 Pengertian Waralaba

Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali di Indonesia oleh lembaga pendidikan dan pengembangan manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata wara artinya lebih atau istimewa dan laba artinya untung, sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.²²

Definisi waralaba menurut Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba:

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang 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.”

Definisi Waralaba Menurut Pasal 1 (1) Keputusan Menteri Pendistribusian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba:

Waralaba adalah sistem bagi distribusi selektif bagi barang dan/atau jasa dibawah suatu merek melalui tempat penjualan yang dimiliki oleh pengusaha independen yang disebut *franchises*, walaupun pemberi *franchise* (*franchisor*) memasok *franchises* dengan pengetahuan atau identifikasi secara terus menerus, *franchises* menikmati hak atas profit yang diperoleh dan menanggung resiko kerugian²³.

Definisi waralaba Menurut Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Waralaba:

Waralaba adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.”

²²Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Jakarta: Ghalia Indonesia, hlm 7.

²³Pandji Anoraga dan H.Djoko Sundantoko, 2002, *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, hlm 239.

Pengertian waralaba menurut konsultan waralaba, Amir Karamoy adalah :

Suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang terkenal dan sistem manajemen keuangan dan pemasaran yang telah mantap yang disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang menggunakan merek dan sistem bisnis milik Pewaralaba, yang disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba sebagai imbalannya. Terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fee*) kepada pewaralaba.

Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam perjanjian sebuah perjanjian waralaba/perjanjian lisensi.²⁴

Pengertian waralaba (*franchise*) menurut Asosiasi *Franchise* Indonesia :

Suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.²⁵

Pengertian waralaba menurut Rooseno Harjowidigdo adalah:

Franchise adalah suatu sistem usaha dalam bidang perdagangan atau jasa, mempunyai ciri khas bisnis tersendiri, baik mengenai jenis dan bentuk produk yang diusahakan, identitas perusahaan (merek dagang, logo, desain bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional

²⁴ Iswi Haryani, 2010, *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*, Yogyakarta: Pustaka Yustisia, hlm 34.

²⁵ Sumber Internet: <https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba.com> diakses pada tanggal 2 Mei 2016, jam 24.08 WIB.

2.1.3 Kriteria Waralaba

Kriteria waralaba menurut Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 :

1. Memiliki ciri khas usaha.

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

2. Terbukti sudah memberikan keuntungan.

Pengertian yang dimaksud “sudah memberi keuntungan” adalah menunjuk kepada pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut menguntungkan.

3. Memiliki standar atas pelayanan barang dan jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis.

Pengertian yang dimaksud adalah standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*standar operasional* kerjanya).

4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan.

Pengertian yang dimaksud “mudah diajarkan dan diaplikasikan” adalah mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba.

5. Adanya dukungan yang berkesinambungan.

Pengertian yang dimaksud “dukungan yang berkesinambungan” adalah dukungan dari pemberi waralaba secara terus-menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi.

6. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Pengertian yang dimaksud dengan “hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar” adalah kekayaan intelektual yang terikat dengan usaha seperti merek, hak cipta, hak paten, rahasia dagang sudah di daftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

2.1.4 Unsur-unsur Waralaba

Hal-hal yang terkandung didalam suatu waralabamencakup bagian-bagian tertentu salah satunya perjanjian timbal balik merupakan perjanjian yang di dalamnya masing-masing pihak menyanggah status sebagai berhak dan berkewajiban atau sebagi kreditur dan debitur secara timbal balik. *Royalty fee* merupakan uang yang di dapat pemberi waralaba karena penerima waralaba menggunakan merek dagangnya milik pewaralaba ini dilindungi oleh Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merek dan menurut ketentuan oleh Undang-Undang yang berlaku merek tersebut dimiliki oleh pemegang haknya.²⁶

Berdasarkan penjelasan diatas maka, unsur-unsur yang dimiliki adalah sebagai berikut:²⁷

- a. Waralaba merupakan perjanjian timbal balik antara *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchisee* (penerima waralaba).
- b. Penerima waralaba wajib membayar *fee* kepada pemberi waralaba.
- c. Penerima waralaba diizinkan menjual dan medistribusikan barang atau jasa pemberi waralaba menurut cara yang

²⁶ Ekotama Suryono, 2010, *jurus jitu memilih bisnis franchise*, Yogyakarta: Citra Media, hlm 81-82

²⁷ Sumber internet : www.pengantarbisnis.com diakses tanggal 17 april 2016 jam 20.57

telah ditentukan pemberi waralaba atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki pemberi waralaba.

- d. Penerima waralaba menggunakan nama perusahaan atau juga simbol-simbol komersial pemberi waralaba.

2.2 Perjanjian Waralaba

2.2.1 Pengertian Perjanjian

Pada umumnya perjanjian tidak terikat pada suatu bentuk tertentu, dapat dibuat secara lisan dan ada dibuat tertulis, maka perjanjian ini bersifat sebagai alat pembuktian apabila terjadi suatu perselisihan. Dengan demikian, bentuk tertulis tidak hanya semata-mata merupakan alat pembuktian saja, tetapi syarat adanya perjanjian.²⁸ Perjanjian adalah sumber perikatan yang terpenting, sebab memang yang paling banyak perikatan itu timbul karena adanya perjanjian-perjanjian.²⁹ Untuk sahnya persetujuan-persetujuan diperlukan empat syarat yaitu :

1. Mereka sepakat untuk mengikatkan diri
2. Cakap untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Suatu perjanjian dapat menimbulkan perikatan antara 2 (dua) orang yang membuatnya, yang mana bentuk perjanjian itu sebuah rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Menurut rumusan pasal 1313 KUH Perdata adalah suatu perbuatan dengan mana satu atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Oleh karena itu sesungguhnya dari suatu perjanjian lahirnya kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (pihak) kepada satu lebih orang (pihak) lainnya yang berhak atas prestasi tersebut. Rumusan ini memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, dimana satu pihak adalah pihak yang wajib memberikan prestasi dan pihak yang lainnya adalah pihak yang berhak menerima prestasi tersebut, dan masing-masing pihak tersebut dapat terdiri dari

²⁸Mariam Darius Badruzaman, 1994, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Penerbit Alumni, hlm 18.

²⁹Hartono Hadisoeparto, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan dan Hukum Jaminan*, Yogyakarta: Liberty, hlm 32.

satu orang atau lebih.pasal 1314 KUH Perdata menentukan bahwa suatu perjanjian dibuat dengan cuma-cuma atau atas beban. Suatu perjanjian dengan cuma-cuma adalah suatu perjanjian yang mana pihak yang satu memberikan keuntungan kepada pihak yang lain tanpa menerima suatu manfaat bagi dirinya sendiri. Suatu perjanjian atas beban adalah perjanjian yang mewajibkan masing-masing pihak memberikan sesuatu, berbuat suatu atau tidak berbuat suatu.Pada dasarnya perjanjian dapat melahirkan perikatan yang bersifat sepihak (dimana hanya satu pihak yang wajib berprestasi) dan perikatan yang bertimbang balik (dengan kedua belah pihak saling beprestasi).Oleh karena itu waralaba merupakan perjanjian yang bertimbang balik karena baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, keduanya memiliki kewajiban untuk prestasi tertentu.

Van Dunne menyebutkan bahwa perjanjian adalah suatu hubungan hukum antara dua pihak atau lebih berdasarkan kata sepakat untuk menimbulkan akibat hukum³⁰. Definisi ini telah memuat perbuatan hukum meliputi pra kontraktual, tahap kontraktual dan pos kontraktual.Menurut J.Satrio mengemukakan bahwa, perjanjian adalah sekelompok atau sekumpulan yang mengikat para pihak dalam perjanjian yang bersangkutan.³¹ Sedangkan menurut Charless L.Knapp dan Nathan M.Crystal mengatakan bahwa, kontrak atau perjanjian adalah persetujuan dua orang atau lebih, tidak hanya memberikan kepercayaan tetapi secara bersama-sama saling pengertian untuk melakukan sesuatu pada masa mendatang oleh seseorang atau kedua dari mereka.³²Pendapat ini selain mengkaji definisi kontrak, tetapi juga menentukan unsur-unsur yang harus dipenuhi supaya transaksi dapat disebut kontrak.

Black's Law Dictionary mengatakan bahwa, perjanjian atau kontrak adalah suatu persetujuan antara dua orang atau lebih, yang menimbulkan kewajiban untuk melakukan atau tidak melakukan suatu hal tertentu. Pihak yang bersepakat mengenai hal-hal yang diperjanjikan berkewajiban untuk menaati dan melakukannya, sehingga perjanjian tersebut

³⁰ Salim HS, 2007, *Perancangan Kontrak dan Memorandum of Understanding (MoU)*, Jakarta : PT Sinar Grafika, hlm 8.

³¹J. Satrio,1991, *Hukum Perjanjian*, Bandung: Citra Adytia Bakti, hlm. 4

³²*Ibid*

menimbulkan hubungan hak dan kewajiban bagi para pihak yang membuat perjanjian tersebut.³³

2.2.2 Pengertian Perjanjian Waralaba

Sistem bisnis dengan hak khusus yang disebut waralaba ini hanya dapat dilakukan apabila ada perjanjian antara pemberi waralaba. Pemberi waralaba adalah “orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba”, sedangkan penerima waralaba adalah “orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki penerima waralaba”.³⁴

Menurut Juajir Sumardi perjanjian waralaba adalah suatu perjanjian yang diadakan antara *franchisor* dengan *franchisee*, dimana pihak *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang dan atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.³⁵ Hadi Setia Tunggal menyebutkan bahwa perjanjian waralaba adalah suatu perjanjian yang mendokumentasikan hubungan hukum tentang kewajiban yang ada antara *franchisor* dan *franchisee*.³⁶

Perjanjian waralaba tersebut sedapat mungkin harus dibuat dalam bahasa Indonesia, namun jika memakai bahasa asing, maka harus ada terjemahannya dalam bahasa Indonesia. Perjanjian waralaba menurut pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 menyebutkan bahwa perjanjian waralaba paling sedikit harus memuat:

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis hak kekayaan intelektual
- c. Kegiatan usaha;
- d. Hak dan kewajiban para pihak;
Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan

³³ *Ibid*, hlm 8.

³⁴ *Ibid* hlm 159.

³⁵ Darmawan Budi Suseno, 2007, *Sukses Usaha Waralaba*, Yogyakarta: Cakrawala, 2007, hlm 1.

³⁶ Hadi Setia Tunggal, 2006, *Dasar-Dasar Perwaralabaan*, Jakarta: Harvindo, hlm 34.

- e. pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
- f. Wilayah usaha;
- g. Jangka waktu perjanjian;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. Penyelesaian sengketa dan;
- k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutus perjanjian.

Di samping itu perjanjian waralaba juga diperbolehkan untuk dibuat ketentuan tentang pemberian hak bagi pemberi waralaba untuk menunjukan terwaralaba lain, dengan ketentuan bahwa penerima waralaba harus memiliki dan menjalankan sendiri paling sedikit satu tempat usaha tersebut.³⁷

Setiap waralaba masuk ke dalam suatu perjanjian kontraktual dengan para penerima waralaba. Isi kontrak bisa terdapat perbedaan dalam berbagai hal, seperti jumlah modal yang dibutuhkan, pelatihan yang diberikan, kemampuan bantuan manajerial, dan bersama wilayah *franchises*.³⁸

Pasal 1 ayat (6) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No.12/M-DAG/PER/3/2006 menyatakan bahwa “perjanjian waralaba adalah perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama”. Perjanjian waralaba/*franchises* dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba utama untuk membuat perjanjian waralaba lanjutan. Sedangkan jangka waktu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan terwaralaba utama berlaku paling penting sedikit 10 (sepuluh) tahun. Jangka waktu perjanjian waralaba antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan berlaku paling sedikit 5 (lima) tahun.

2.2.3 Bentuk-bentuk Perjanjian Waralaba

Bentuk perjanjian/kontrak dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu tertulis dan lisan. Perjanjian tertulis adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam bentuk tulisan, sedangkan perjanjian lisan adalah suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak dalam wujud lisan. Sehubungan dengan bentuk perjanjian waralaba, pasal 4 ayat(1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007

³⁷ *Ibid*

³⁸ Pandji Anoraga dan H.djoko Sudantoko, 2002, *Op Cit* hlm 240.

Tentang Waralaba , menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Berdasarkan ketentuan Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang waralaba ini jelas dimengerti bahwa apabila pemberi dan penerima waralaba telah sepakat maka perjanjian waralaba harus dibuat dalam bentuk perjanjian tertulis. Salim HS menyebutkan ada tiga bentuk perjanjian tertulis, yaitu:

1. Perjanjian dibawah tangan ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan saja.
2. Perjanjian dengan sanksi notaris untuk melegalisir tanda tangan para pihak.
3. Perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris dalam bentuk akta notariel.

Pendapat Salim HS apabila di hubungkan dengan ketentuan bentuk perjanjian waralaba dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang waralaba diatas maka bentuk perjanjian waralaba yang termasuk dalam Peraturan Pemerintah Tentang waralaba tidak menjelaskan dengan tegas bagaimana bentuk perjanjian tertulis tersebut, dengan keadaan seperti ini tentunya bentuk perjanjian waralaba yang ada dilapangan dapat berbentuk 3 (tiga) macam yaitu perjanjian waralaba dengan bentuk dibawah tangan yang ditandatangani oleh para pihak yang bersangkutan saja, perjanjian waralaba dengan bentuk perjanjian yang disaksikan notaris untuk melegalisir tanda tangan para pihak dan perjanjian waralaba dengan bentuk perjanjian yang dibuat dihadapan dan oleh notaris. Sebelum, para pihak terikat dalam suatu perjanjian waralaba, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis kepada penerima waralaba mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir, hak atas kekayaan intelektual atau penemuan ciri khas usaha yang mejadi objek waralaba. Pemberi waralaba juga harus merinci fasilitas-fasilitas atau bantantantuan yang akan ditawarkan kepada penerima waralaba, hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak, cara-cara pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian tersebut, serta hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba.

2.2.4 Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba

Pengaturan yang ada di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menyangkut hak dan kewajiban para pihak pewaralaba maupun pihak terwaralaba dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran
Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada pasal 7 ayat (1) memuat paling sedikit 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.
2. Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.
3. Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba.
4. Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba.
5. Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.
6. Penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba.

Secara umum dapat dirumuskan hak-hak dan kewajiban-kewajiban pemberi waralaba maupun penerima waralaba sebagai berikut:³⁹

1. Kewajiban pemberi waralaba

- a. Memberikan segala informasi yang berkaitan dengan hak kekayaan intelektual yang diwaralabakan;
- b. Memberikan bantuan pembinaan berkesinambungan kepada penerima waralaba yang berupa bimbingan, pelatihan guna menjalankan usaha yang diwaralabakan. Pembinaan ini dapat menyangkut operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan usaha;
- c. Harus mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan dalam perjanjian waralaba;
- d. Harus bekerja sama dengan pengusaha kecil dan menengah dan di daerah setempat sebagai penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan perjanjian waralaba;
- e. Pemberi waralaba juga berkewajiban untuk mendaftarkan prospektus yang dibuat secara tertulis. Kewajiban ini dapat dilakukan oleh pihak lain dengan Surat Kuasa.

2. Hak Pemberi Waralaba

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
- b. Memperoleh laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba;
- c. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja penerima waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- d. Sampai batas tertentu mewajibkan penerima waralaba dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari pemberi waralaba;

³⁹ Sumber Internet: www.hukumonline.com diakses tanggal 20 agustus 2016, Jam 07.23 WIB.

- e. Mewajibkan penerima waralaba untuk menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
 - f. Mewajibkan agar penerima waralaba tidak melakukan kegiatan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
 - g. Menerima pembayaran *royalty* dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;
 - h. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba;
 - i. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
 - j. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk tetap melakukan kegiatan sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha yang misalnya sistem manajemen, cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
 - k. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba.
3. Kewajiban Penerima Waralaba
- a. Melaksanakan seluruh instruksi pemberi waralaba;
 - b. Melakukan pendaftaran perjanjian waralaba;
 - c. Tidak melakukan kegiatan usaha yang bermaksud untuk menyaingi yang diwaralabakan;
 - d. Memberikan *royalty* kepada pemberi waralaba.

4. Hak Penerima Waralaba

- a. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba, yang olehnya untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
- b. Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam caradan atau penggunaan Hak kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen. Cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

2.3 Sengketa

2.3.1 Pengertian Sengketa

Sengketa adalah sebuah konflik yang berubah atau berkembang bilamana pihak yang dirugikan telah menyatakan rasa tidak puas atau keprihatinanya, baik secara langsung maupun tidak langsung kepada pihak yang dianggap sebagai penyebab kerugian maupun kepada pihak lain.⁴⁰ Sengketa atau konflik hakikatnya merupakan bentuk aktualisasi dari suatu perbedaan/atau pertentangan antara dua pihak atau lebih.⁴¹ Sengketa berawal dari adanya perasaan tidak puas dari salah satu pihak karena ada pihak lain yang tidak memenuhi prestasi sebagaimana yang telah dijanjikan atau dengan kata lain ada salah satu pihak yang wanspretasi. Sengketa juga dapat terjadi karena adanya perbuatan melawan hukum, yakni perbuatan yang memenuhi kualifikasi pasal 1365 KUH Perdata.⁴²

⁴⁰ Siti Megadianty Adam dan Takdir Rahmadi, 1997, *Sengketa dan Penyelesaiannya dalam Buletin Musyawarah*, Jakarta: Indonesian Center For Environmental Law, hlm 3.

⁴¹ Bambang Sutiyoso, 2006, *Penyelesaian sengketa Bisnis: Solusi dan Antisipasi bagi peminat Bisnis dalam menghadapi Sengketa Kini dan Mendatang*, Yogyakarta : Citra Media, hlm 3.

⁴² Emi Zulaika, 2015, *Handout Mata Kuliah Pilihan Penyelesaian Sengketa*, Fakultas Hukum Universitas Jember, Jember, hlm 1-2.

Menurut, Nader dan Todd sengketa adalah keadaan dimana konflik tersebut dinyatakan di muka atau dengan melibatkan pihak ketiga.⁴³ Sengketa dapat disebabkan oleh berbagai macam faktor, diantaranya perbedaan kepentingan ataupun perselisihan antara pihak yang satu dengan pihak yang lainnya. Dapat juga disebabkan oleh adanya aturan-aturan kaku yang dianggap sebagai penghalang dan penghambat untuk mencapai tujuan pihak masing-masing.⁴⁴ Penyelesaian sengketa dapat melalui di dalam pengadilan atau litigasi dan penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau non litigasi.⁴⁵

2.3.2 Macam-Macam Penyelesaian Sengketa

Setiap pihak yang bersengketa akan berupaya untuk semaksimal mungkin untuk mencapai tujuannya, sehingga potensi terjadinya sengketa menjadi besar. Tututan kerugian yang menjadi awal dari sengketa para pihak, yang apabila tidak muncul kesadaran dari para pihak untuk menyelesaikan secara damai, akan menjadi sengketa yang berkepanjangan. Sengketa yang terjadi harus diselesaikan para pihak.

Proses penyelesaian sengketa yaitu;

1. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan atau litigasi adalah penyelesaian sengketa yang berpedoman pada hukum acara perdata yang mengatur persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi agar suatu sengketa dapat diajukan serta upaya-upaya yang dapat dilakukan. Penyelesaian sengketa di dalam pengadilan menghasilkan kesepakatan yang bersifat adversarial yang belum mampu merangkul kepentingan bersama, cenderung menimbulkan masalah baru, lambat dalam penyelesaiannya, membutuhkan biaya yang mahal, tidak responsif dan menimbulkan permusuhan di antara para pihak yang bersengketa.
2. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan atau non litigasi adalah penyelesaian sengketa yang didasarkan kepada hukum, penyelesaian tersebut dapat digolongkan kepada penyelesaian yang berkualitas tinggi, karena sengketa yang diselesaikan secara demikian dapat selesai tuntas tanpa meninggalkan sisa kebencian dan dendam. Penyelesaian

⁴³ Nuzulia Kumalia Sari, 2015, *Handout Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa di Bidang Investasi, Fakultas Hukum Universitas Jember*, Jember, hlm 1.

⁴⁴ Emi Zulaika, 2015, *Op Cit*, hlm 3.

⁴⁵ Emi Zulaika, 2015, *Op Cit*, hlm 3

sengketa melalui proses di luar pengadilan menghasilkan kesepakatan yang bersifat “*win-win solution*”, dijamin kerahasiaan sengketa para pihak, dihindari kelambatan yang diakibatkan karena hal prosedural dan administratif, menyelesaikan masalah secara komprehensif dalam kebersamaan dan tetap menjaga hubungan baik.⁴⁶ Penyelesaian sengketa di luar pengadilan adalah penyelesaian sengketa yang diserahkan sepenuhnya kepada para pihak yang bersengketa. Penyelesaian sengketa di luar pengadilan dapat dilakukan melalui berbagai cara, diantaranya negoisasi, mediasi, konsiliasi, dan arbitrase.⁴⁷

2.4 Teh Cap Poci

2.4.1 Sejarah Teh Cap Poci

Teh adalah salah satu minuman yang sudah dikenal dengan luas di masyarakat di Indonesia, Minuman berwarna coklat ini umum menjadi minuman favorit penjamu tamu. Aromanya yang harum serta rasanya yang khas membuat minuman ini banyak dikonsumsi berbagai macam lapisan kalangan masyarakat luas. *esteh cap poci* merupakan teh yang diproduksi oleh PT. Poci Kreasi Mandiri dibawah naungan PT. Gunung Slamet Slawi, Jawa Tengah.

Pada awal tahun 1940-an di kota kecil Slawi di Jawa tengah, Indonesia, keluarga Soetjipto Sosrodjojo memulai bisnis usaha teh dan berhasil sukses. keluarga Sosrodjojo kemudian memutuskan untuk memasuki Jakarta pada tahun 1960-an. mereka menemukan bahwa menyeduh teh dan menuangkan ke dalam botol bersih yang digunakan adalah cara terbaik untuk melakukan “*tastetest*.” Setelah beberapa tahun menggunakan metode promosi ide menjual teh siap minum dalam botol dilahirkan .

Pada tahun 1969, botol pertama teh botol sosro diperkenalkan ke pasar dan dengan cepat memantapkan dirinya sebagai pemimpin pasar. Sebagai jawaban atas semakin populernya ini, keluarga Soetjipto Sosrodjojo membuka pabrik pertama mereka di Bekasi - Jawa Barat pada tahun 1974 , dengan nama PT. Sinar Sosro. PT. Sinar Sosro adalah pabrik pertama untuk teh siap minum di dalam botol kaca di dunia. dengan tujuan target segmen baru, menawarkan manfaat tambahan

⁴⁶Sumber Internet : <https://usm.ac.id> diakses tanggal 13 Mei 2016, Jam 08.30 WIB

⁴⁷Emi Zulaika, 2015, *Op Cit*, hlm 3-4.

dan lebih banyak pilihan rasa dan kemasan, PT.Sinar Sosro terus meluncurkan teh dan non teh minuman lebih baru di konvensional serta kemasan baru.⁴⁸ Sejak tanggal 27 november tahun 2004 PT. Sinar Sosro dan PT. Gunung Slamet bernaung di perusahaan induk PT. rekso group yang didirikan oleh keluarga soetjipto sosrodjojo. PT. Poci Kreasi Mandiri yang bergerak di bidang *business opportunity* (peluang bisnis) melihat peluang usaha teh memberikan kesempatan/peluang bagi para wirausahawan untuk bekerjasama menjadi mitra kerja dalam pengembangan jaringan bisnis pemasaran minuman es teh. Dengan memberikan inovasi dalam membuat minuman teh yang unik yaitu dengan menambah aneka rasa buah seperti jeruk, manga, apel dan jambu.⁴⁹

2.4.2 Jenis-jenis produk Es Teh Cap Poci

Bisnis es teh cap poci sangatlah populer dan banyak menarik perhatian dimanapun bisnis tersebut dikembangkan, bisnis waralaba es teh cap poci ini banyak kita temui di outlet-outlet gerai es teh cap poci di hampir seluruh kota-kota di Indonesia mulai dari pedagang kaki lima yang biasa nya dapat kita temui di depan mini market hingga mall-mall besar. Es Teh Cap Poci tetap menjadi pilihan usaha waralaba yang diminati dengan banyaknya persaingan bisnis makanan dan minuman yang ada saat ini.

Es Teh Cap Poci merupakan usaha waralaba milik PT. Poci Kreasi Mandiri yang tersebar luas di kota-kota besar di indonesia. Es Teh Poci merupakan teh yang diproduksi oleh PT. Gunung Slamet dibawah naungan PT. Rekso Group. Pada awalnya PT.Gunung Slamet memproduksi teh cap botol, kemudian baru memproduksi beberapa teh seperti : teh celup sosro, teh poci, dan teh lainnya.

Teh Cap poci sendiri memiliki 7 varian rasa yang unik, diantaranya teh melati, teh hitam (untuk produksi teh rasa buah),⁵⁰ teh vanilla, teh lemon, teh mawar, teh stroberi dan teh apel. Teh poci memiliki website dibawah naungan

⁴⁸ Sumber Internet :sinarsosro.web.indotrading.com diakses tanggal 19 April 2016., jam 13.36 WIB.

⁴⁹ Sumber Internet :<http://library.binus.ac.id> diakses tanggal 19 April 2016, Jam 02.08 WIB.

⁵⁰ Sumber Internet :<http://afriyan-pengetahuanbisnis.blogspot.co.id/>diakses tanggal 19 April Jam 01.17 WIB.

PT. Gunung Slamet.⁵¹ Menu yang ditawarkan Es Teh Cap Poci berbeda dengan yang lainnya karena selain memiliki rasa teh jasmine dan teh vanilla es teh cap poci menyediakan aneka rasa *fruit tea* menjadikan es teh cap poci menjadi semakin istimewa. Menu yang di jual oleh es teh cap poci kisaran harga Rp 2.500 – Rp 3.000.⁵²



⁵¹ Sumber Internet :estehpocilampung.blogspot.co.id diakses tanggal 19 April Jam 02.22 WIB.

⁵² Sumber Internet: <http://www.estehbuah.com/>diakses tanggal 20 April Jam 02.22 WIB.

BAB 4 PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pembahasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Hubungan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba Es Teh Cap Poci adalah hubungan antara subyek hukum yang menimbulkan akibat hukum tertentu. Hubungan hukum antara para pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan pihak penerima waralaba (*franchisee*) adalah hubungan antara dua pihak yang *independen* atau berdiri sendiri, dimana hak dan kewajiban mereka ditentukan oleh kedua belah pihak dalam suatu perjanjian yang telah mereka buat sendiri
2. Akibat hukum dari setiap perjanjian waralaba yang telah dibuat oleh kedua belah pihak yang telah bersepakat, tetapi tidak dilaksanakan dapat dikatakan melakukan wanprestasi. Dalam hal ini pelanggaran atas isi perjanjian yang telah disepakati mengenai bahan tambahan dalam produk oleh pihak penerima waralaba. Akibat hukum yang timbul bila terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba yakni pemberi waralaba akan melakukan pemutusan perjanjian waralaba secara sepihak dan menuntut ganti rugi.
3. Upaya penyelesaian sengketa bisnis dalam perjanjian waralaba dapat dilakukan melalui jalur di luar pengadilan (Non-Litigasi) yakni negoisasi, mediasi, arbitrase, konsoliasi dan pendapat mengikat maupun melalui jalur di dalam pengadilan (Litigasi), penyelesaian sengketa melalui pengadilan dapat dilakukan dengan mengajukan gugatan perdata melauai pengadilan negeri. Penyelesaian sengketa perjanjian waralaba Es Teh Cap Poci dalam prakteknya tertuang dalam pasal 14 perjanjian waralaba tersebut, yang dibuat dan disepakati para pihak, gugatan perdata yang diajukan para pihak yang bersengketa diselesaikan melalui pengadilan negeri Jakarta

Utara yang berwenang mengadili sengketa sesuai dengan isi perjanjian waralaba.

4.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, dapat dirumuskan saran sebagai berikut :

1. Hendaknya para pihak baik pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchisee*), sebelum menanda tangani kontrak baku perjanjian waralaba yang akan menimbulkan hubungan hukum bagi para pihak yang bersepakat, harus teliti terlebih dahulu dalam menganalisa isi perjanjian yang akan disepakati bersama dengan memperhatikan garis-garis besar dalam membuat perjanjian waralaba (*franchise*)
2. Hendaknya para pihak dalam perjanjian waralaba baik pihak pemberi waralaba (*franchisor*) maupun pihak penerima waralaba (*franchisee*) menjalankan fungsi, peran serta hak dan kewajibannya masing-masing sesuai isi klausul dalam perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama sebagai dasar hukum menjalankan bisnis waralaba tersebut, agar tidak saling merugikan.
3. Hendaknya pemerintah segera membuat regulasi berupa undang-undang mengenai aturan penyelenggaraan waralaba baik berupa pengaturan bisnis waralaba secara keseluruhan dan penyelesaian sengketa waralaba sehingga dalam penyelenggaraan bisnis waralaba memiliki pengaturan yang jelas dan tegas dan apabila terjadi sengketa antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) yang timbul akibat dari pelanggaran atas perjanjian waralaba dapat diselesaikan dengan adil dan seimbang mengingat perjanjian waralaba umumnya merupakan perjanjian baku.

DAFTAR PUSTAKA**A. Buku**

- Adler Haymans Manurung, 2007. *Wirausaha: Bisnis Usha Kecil Menengah*. Jakarta: Buku Kompas.
- Adrian Sutedi, 2008, *Hukum waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Bambang Sutiyoso, 2006. *Penyelesaian sengketa Bisnis: Solusi dan Antisipasi bagi peminat Bisnis dalam menghadapi Sengketa Kini dan Mendatang*. Yogyakarta: Citra Media.
- Budi Suseno Darmawan, 2006. *Waralaba Bisnis Minim Resiko Maksim di Laba*. Yogyakarta: Pilar Media.
- Cita Yustisia Sefriyani, Et.Al, 2015. *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Darmawan Budi Suseono, 2007. *Sukses Waralaba*. Yogyakarta: Cakrawala.
- Djamal, 2009. *Hukum Acara Hak Kekayaan Intlektual (HKI) Di Indonesia*. Bandung: Rieneka Cipta.
- Ekotama Suryono, 2010. *Jurus jitu memilih bisnis franchise*. Yogyakarta: Citra Media.
- Frans Satriyo Wicaksono, 2008. *Membuat Sura-Surat Kontrak*. Jakarta: Visimedia.
- Gunawan Widjaja, 2001. *Seri hukum bisnis waralaba*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Hartono Hadisoeparto. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan Dan Hukum Jaminan*. Yogyakarta: Liberty
- Hadi Setia Tunggal, 2006. *Dasar-Dasar Pewaralabaan*. Jakarta: Harvindo.
- Iswi Hariyani, 2010. *Prosedur Mengurus HAKI Yang Benar*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.
- Iswi Hariyani dan R.Serfianto D.P, 2011. *Membangun Gurita bisnis Franchise*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.

- J.Satrio, 1991. *Hukum Perjanjian*. Bandung: citra Adityabakti
- Mariam Darus Badruzaman, 1994. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Penerbit Alumni.
- Joseph Mancuso Dan Donald Boroian, 1955. *Pedomanan Membeli & Mengelola Franchise*. Jakarta: Delapratasa.
- Martin Mendelson, 1979. *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor Dan Franchisee*. Jakarta: Pustaka Binaman Pressindo
- Pandji Anoraga dan H.Djoko Sudantoko, 2002. *Koperasi, Kewirausahaan dan Usaha Kecil*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Pohan Marthlaena, 1979. *Hukum Perikatan*. Surabaya: Bina Ilmu.
- Purwhadi Patrik, 1989. *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*. Bandung: Mandar Maju
- Peter Mahud Marzuki, 2014. *Penelitian Hukum*. Jakarta: Kencana.
- Subekti, 1987. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Citra Aditya Bhakti.
- Siti Megadianty Adam dan Takdir Rahmadi, 1997. *Sengketa dan Penyelesaiannya dalam Buletin Musyawarah*. Jakarta: Indonesian Center For Environmental Law.
- Suyud Margono dan Amir Angkasa, 2002. *Komersialisasi Aset Intelektual Aspek Hukum*. Jakarta: Gramedia.
- Syahrin Naihasy, 2005. *Hukum Bisnis (Business Law)*. Yogyakarta: Mida Pustaka
- Salim HS, 2003. *Hukum Kontrak dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Jakarta: Sinar Grafika
- , 2007. *Perancangan Kontrak dan Memorandum of Understanding (MoU)*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Zaeni Asyhadie, 2014. *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata. / *Burgerlijk Wetboek*.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

C. Karya Ilmiah

Dita Moly Fatra, Skripsi : *Kesetaraan Kedudukan Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) (Studi terhadap perjanjian waralaba Kebab Turki Baba Rafi)*, Fakultas Hukum Universitas Jember, 2013.

D. Internet

Dikutip dari www.konsultanwaralaba.com (diakses tanggal 19 April 2016 jam 12.35 WIB)

Dikutip dari sinarsosro.web.indotrading.com (diakses tanggal 19 April 2016 jam 13.36 WIB)

Dikutip dari <http://library.binus.ac.id> (diakses tanggal 19 April 2016, jam 02.08 WIB)

Dikutip dari <http://afriyan-pengetahuanbisnis.blogspot.co.id/> (diakses tanggal 19 April jam 01.17 WIB)

Dikutip dari <http://estehpocilampung.blogspot.co.id> (diakses tanggal 19 April jam 02.22 WIB)

Dikutip dari <http://www.estehbuah.com/> (diakses tanggal 20 April 2016 jam 02.22 WIB)

Dikutip dari www.konsultanwaralaba.com (diakses pada tanggal 18 April 2016 jam 22.13 WIB)

Dikutip dari www.pengantarbisnis.com (diakses tanggal 17 April 2016 jam 20.57 WIB)

Dikutip dari <http://www.ekonomicholic.com> (diakses tanggal 10 Mei 2016 jam 22.00 WIB)

Dikutip dari <http://yuviyogaswara.blogspot.co.id> (diakses tanggal 10 Mei 2016 jam 22.10 WIB)

Dikutip dari <https://id.wikipedia.org/wiki/waralaba.com> (diakses tanggal 2 Mei 2016 jam 24.08 WIB)

Dikutip dari <https://usm.ac.id> (diakses tanggal 13 Mei 2016 jam 08.03 WIB)

Dikutip dari www.hukumonline.com (diakses tanggal 20 Agustus 2016 jam 07.32)

Dikutip dari <https://www.kutipkata.com> (diakses tanggal 5 September 2016, jam 14.54 WIB)

E. Lain-Lain

Emi Zulaika, 2015. *Handout Mata Kuliah Pilihan Penyelesaian Sengketa, Fakultas Hukum Universitas Jember*, Jember.

Nuzulia Kumalia Sari, 2015. *Handout Mata Kuliah Penyelesaian Sengketa di Bidang Investasi, Fakultas Hukum Universitas Jember*, Jember.