

**KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO CERIA SEBAGAI
PENERIMA WARALABA (*FRANCHISEE*)**

SKRIPSI



Oleh :

RICKY FERNANDO

No. Mahasiswa : 12410464

PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2018

**KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO CERIA SEBAGAI
PENERIMA WARALABA (*FRANCHISEE*)**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna Memperolah
Gelar Sarjana (Strata-1) pada Fakultas Hukum
Universitas Islam Indonesia**

Yogyakarta



Oleh:

RICKY FERNANDO

No. Mahasiswa: 12410464

**PROGRAM STUDI S1 ILMU HUKUM
FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA**

2018



**KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO SEBAGAI PENERIMA
WARALABA (*FRANCHISEE*)**

Telah Diperiksa dan Disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi untuk
Diajukan ke Depan Tim Penguji dalam Ujian Tugas Akhir/Pendadaran

Pada tanggal 1 Oktober 2017



Yogyakarta, 1 Oktober 2017

Dosen Pembimbing Skripsi II,

Ratna Hartanto, SH., LL.M.
NIK. 104100101

Dosen Pembimbing Skripsi I,

Sujitno, SH., MH.
NIP . 19541111 198212 1 001



**KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO SEBAGAI PENERIMA
WARALABA (FRANCHISEE)**

Telah Di Pertahankan di Hadapan Tim Penguji dalam
Ujian Tugas Akhir/Pendadaran
Pada Tanggal 9 April 2018 dan Dinyatakan Lulus

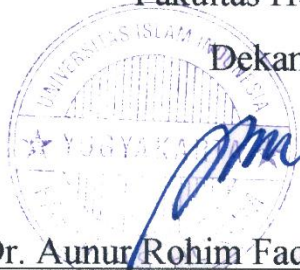
Tim Penguji

1. Ketua : Sujitno, S.H., M.Hum.
2. Anggota : Dr. M. Syamsudin, S.H., M.Hum.
3. Anggota : Bagya Agung Pranowo S.H., M.Hum.

Tanda Tangan

Mengetahui:
Universitas Islam Indonesia
Fakultas Hukum

Dekan



Dr. Aunur/Rohim Faqih, SH. M.Hum

NIP/NIK: 844100101

SURAT PERNYATAAN

ORISINILITAS KARYA TULIS ILMIAH/TUGAS AKHIR MAHASISWA FAKULTAS HUKUM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Bismillahirrohmannirohim

Yang bertandatangan dibawah ini, saya:

Nama : **Ricky Fernando**

No. Mahasiwa : **12410464**

Adalah benar-benar mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia Yogyakarta yang telah melakukan penulisan karya tulis ilmiah (Tugas Akhir) berupa Skripsi dengan judul:

KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO SEBAGAI PENERIMA WARALABA (FRANCHISEE)

Karya Ilmiah ini akan saya ajukan kepada tim penguji dalam ujian pendadaran yang diselenggarakan oleh Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini saya menyatakan:

1. Bahwa karya tulis ilmiah ini adalah benar-benar hasil karya sendiri yang dalam penyusunannya tunduk dan patuh terhadap kaidah, etika dan norma-norma penulisan sebuah karya ilmiah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
2. Bahwa saya menjamin hasil karya ilmiah ini adalah benar-benar Asli (Orisinil), bebas dari unsur-unsur yang dapat dikategorikan sebagai melakukan perbuatan "*Penjiplakan karya ilmiah (Plagiat)*".
3. Bahwa meskipun secara prinsip hak milik atas karya ilmiah ini ada pada saya, namun demi untuk kepentingan-kepentingan yang bersifat akademik dan pengembangannya, saya memberikan kewenangan kepada perpustakaan Fakultas Hukum UII dan Perpustakaan dilingkungan Universitas Islam Indonesia untuk mempergunakan karya ilmiah saya tersebut secara wajar dan tanpa unsur komersiil.

Selanjutnya berkaitan dengan hal di atas (terutama pernyataan butir 1 dan 2), saya sanggup menerima sanksi baik sanksi administratif, akademik, bahkan sanksi pidana, jika saya terbukti secara kuat dan meyakinkan telah melakukan perbuatan yang menyimpang dari pernyataan tersebut. Saya juga akan bersikap kooperatif untuk hadir, menjawab, membuktikan, melakukan pembelaan terhadap hak-hak saya, di depan 'Majelis' atau 'Tim' Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang ditunjuk oleh pimpinan Fakultas, apabila tanda-tanda plagiat disinyalir ada/terjadi pada karya ilmiah saya ini oleh pihak Fakultas Hukum UII.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dalam kondisi sehat jasmani dan rohani, dengan sadar serta tidak ada tekanan dalam bentuk apapun dan oleh siapapun.

Dibuat di : Yogyakarta

Pada tanggal : 1 Oktober 2017

Yang membuat pernyataan,

Ricky Fernando



CURRICULUM VITAE

1. Nama Lengkap : Ricky Fernando
2. Tempat Lahir : Rengat
3. Tanggal Lahir : 02 September 1994
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Golongan Darah : O
6. Alamat Terakhir : Jalan Pandeyan, No. 19b Umbulharjo
Yogyakarta
7. Alamat Asal : Jalan Azkiaris, Gang Bali No. 4,
Rengat, Riau
8. Identitas Orangtua/Wali
 - a. Nama Ayah : Mukhson
Pekerjaan Ayah : Wiraswasta
Alamat Orangtua : Jalan Azkiaris, Gang Bali No. 4,
Rengat, Riau
 - b. Nama Ibu : Helda Fitri Yanti
Pekerjaan Ibu : Ibu Rumah Tangga
Alamat Orangtua : Jalan Azkiaris, Gang Bali No. 4,
Rengat, Riau
9. Riwayat Pendidikan
 - a. SD : SD Negeri 007 Rengat
 - b. SLTP : SMP Negeri 02 Rengat
 - c. SLTA : SMA Negeri 01 Rengat
10. Pengalaman Organisasi : -
11. Prestasi : -

Yogyakarta, 1 Oktober 2017
Yang Bersangkutan,



RICKY FERNANDO
NIM. 12410464

MOTTO

SUCCESS NEEDS A PROCESS.

-RF-

PERSEMBAHAN

Skripsi ini, aku persembahkan kepada:

- Kedua Orangtuaku, Ayahanda tercinta (Mukhson) dan Ibunda tercinta (Helda Fitri Yanti);
- Segenap Keluarga Besarku;
- Istriku Tercinta (Melisa); Anakku Tecinta (Merry Zain Helson); serta
- Almamater, Universitas Islam Indonesia.

KATA PENGANTAR



Assalamua'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.

Segala puji bagi Allah SWT, Tuhan Semesta Alam, Tuhan Yang Maha Esa dan Maha Segala-galanya yang selalu memberikan segala nikmat, terutama nikmat Iman dan nikmat Islam kepada semua hamba-Nya. Tak luput shalawat serta salam penulis curahkan selalu kepada Nabi besar, Nabi Muhammad SAW, para sahabatnya serta setiap orang yang selalu menghidupkan sunnah beliau sampai hari kiamat. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi yang sederhana ini dengan Judul **“KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO CERIA SEBAGAI PENERIMA WARALABA (*FRANCHISEE*)”**.

Penulisan skripsi ini dalam rangka untuk memenuhi persyaratan memperoleh gelar Strata-1 (S1) di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis mengalami berbagai kendala yang pastinya tidak dapat ditangani penulis seorang diri. Banyak pihak yang memberikan bimbingan, motivasi dan bantuan baik moril maupun materiil kepada penulis sehingga proses pembuatan skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, penulis ingin berterimakasih dan memberikan apresiasi kepada semua pihak terkait skripsi ini, yaitu:

1. Allah SWT Tuhan Semesta Alam, Tiada Tuhan selain Dia, yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, dan atas izin-Nya penulis diberi kemudahan dan kelancaran, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tanpa hal tersebut, tentulah penulis tidak dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi besar, Nabi Muhammad SAW sebagai panutan untuk seluruh umatnya, termasuk panutan yang sangat penulis banggakan sepanjang masa.
3. Kedua orangtuaku, Ayah dan Ibu yang selalu memberikan kasih sayangnya, didikan yang sangat luar biasa baik dari segi agamis, akademis, dan karakter dalam membangun kepribadian penulis, serta doa dan dukungan moril dan materiil kepada penulis, hingga pada akhirnya skripsi ini terselesaikan yang Insya Allah dengan baik.
4. Seluruh Keluarga besarku, yang selalu memberikan doa dan dukungannya baik moril maupun materiil kepada penulis, yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Istriku tercinta yang selalu memberikan doa dan dukungannya baik moril maupun materiil kepada penulis, yang pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Sujitno, SH., MH., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi yang dengan penuh kesabaran serta telah berkenan meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis baik dari segi pengetahuan hukum maupun umum dan tidak bosan-bosannya memberikan nasihat dan ilmu yang

bermanfaat kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang Insya Allah baik dan bermanfaat bagi penulis sendiri dan orang lain.

7. Ibu Ratna Hartatno, SH., LL.M., selaku Dosen pembimbing II yang dengan penuh kesabaran serta telah berkenan meluangkan banyak waktunya untuk memberikan bimbingan kepada penulis baik dari segi pengetahuan hukum maupun umum dan tidak bosan-bosannya memberikan nasihat dan ilmu yang bermanfaat kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang Insya Allah baik dan bermanfaat bagi penulis sendiri dan orang lain.
8. Bapak Nandang Sutrisno, SH., M.Hum., LL.M., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat mengenyam pendidikan di Kampus tercinta yang Insya Allah Rahmatan Lil'alamiin.
9. Bapak Aunur Rahim Faqih, SH., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia, yang merupakan pemimpin bersahaja, baik, dan sangat pro kepada mahasiswa. Sehingga mahasiswa pada umumnya di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia merasakan kenyamanan dan ketenangan dalam menjalani studi hukum di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia.
10. Seluruh Pegawai Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia yang selama ini selalu memberikan informasi dan bantuannya dari pertama penulis menempuh studi di Fakultas Hukum Universitas Islam Indonesia hingga pada

jenjang akhir, terutama dalam penulisan skripsi ini yang pada akhirnya terselesaikan yang Insya Allah dengan baik.

11. Kawan-kawan seperjuangan angkatan 2012 yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Pada akhirnya karya tulis ini dapat terselesaikan atas keterlibatan para pihak yang telah penulis kemukakan di atas. Untuk itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini baik yang telah disebutkan di atas maupun yang tidak penulis sebutkan. Semoga jasa dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT, Amiin.

Harapan penulis dengan tersusunnya skripsi ini, Insya Allah ada manfaatnya bagi penulis dan pembaca. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua dalam suasana Iman, Islam, dan Ihsan. Amiin.

Yogyakarta, 24 April 2018

Penulis,

Ricky Fernando
NIM. 12410464

DAFTAR ISI

HALAMAN COVER.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN ORISINALITAS.....	v
CURRICULUM VITAE	vi
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xii
ABSTRAK	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Tinjauan Pustaka	6
E. Metode Penelitian.....	14

BAB II TINJAUAN UMUM WARALABA, PERJANJIAN WARALABA, HAK DAN KEWAJIBAN PEMBERI DAN PENERIMA WARALABA, DAN PENDAFTARAN WARALABA

A. Waralaba	19
1. Pengertian.....	19
2. Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI)	23
B. Perjanjian Waralaba	25
C. Hak dan Kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba	39
1. Hak Pemberi Waralaba.....	39
2. Kewajiban Pemberi Waralaba.....	41
3. Hak Penerima Waralaba.....	43
4. Kewajiban Penerima Waralaba	45
D. Pendaftaran Waralaba	47
E. Waralaba dalam Perspektif Hukum Islam.....	50
1. Akad, Syarat, dan Rukun Akad	50
2. Waralaba Sebagai Akad <i>Syirkah Mudharabah</i>	54

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria

Sebagai Penerima Waralaba (<i>Franchisee</i>).....	59
1. Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (<i>Franchisee</i>)	59
2. Ketentuan Perizinan Waralaba di Kota Yogyakarta	60

3. Implementasi Ketentuan Perizinan Ceria Mart/Toko Ceria.....	64
--	----

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	68
---------------------	----

B. Saran.....	69
---------------	----

DAFTAR PUSTAKA	71
-----------------------------	-----------

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Kedudukan Hukum Ceriamart/Toko Ceria sebagai penerima waralaba (*franchisee*) Waralaba”. Penelitian ini berangkat dari maraknya waralaba ritel yang ada di Kota Yogyakarta, di antaranya Alfamart, Indomaret, Circle K, Ceria Mart/Toko Ceria dan sebagainya. Pengaturan serta pembatasan waralaba telah diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2005 tentang Izin Gangguan (HO), Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/ M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, serta Peraturan Walikota Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta. Kehadiran Ceria Mart/Toko Ceria tersebut menjadi hal yang baru daripada kehadiran Alfamart, Indomaret dan Circle K yang lebih dulu hadir dan beroperasi di Kota Yogyakarta, Maka menarik untuk dikaji dengan perumusan masalah: bagaimanakah kedudukan hukum waralaba Ceria Mart/Toko Ceria dalam perspektif waralaba? Penelitian ini bersifat yuridis empiris, yaitu penelitian yang dilakukan baik studi kepustakaan maupun studi lapangan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama Ibu Yustinan Nining, W, S.H, sebagai Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta; dan Ibu Janti Karyawan Ceria Mart/Toko Ceria Jalan Taman Siswa, dan dengan studi kepustakaan. Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, bahwa waralaba Ceria Mart untuk seluruh Kota Yogyakarta belum melakukan permohonan pendaftaran prospektus dan permohonan perjanjian tersebut, sehingga tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba kepada Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta. Meskipun tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) tetap saja beroperasi sebagaimana layaknya waralaba ritel/eceran lain yang memiliki STPW tersebut. Namun pada praktiknya waralaba Ceria Mart tersebut hanya dikenakan sanksi berupa peringatan tertulis dan tidak dikenakan denda.

Kata Kunci: Kedudukan Hukum, Waralaba, Ceriamart/Toko Ceria.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha waralaba atau yang sering dikenal dengan istilah *franchisee* semakin meluas. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh seseorang 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.¹

Meluasnya waralaba tersebut dapat dilihat pada jenis waralaba ritel (*retailing*), yaitu kegiatan sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*franchisee*) yang berskala kecil atau menengah, hak-hak istimewa untuk melakukan sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di lokasi tertentu pula.² Ada berbagai merek atau nama setiap waralaba ritel tersebut, seperti Alfamart, Indomaret, Ceria Mart/Toko Ceria, Circle K, 7-Eleven dan lain sebagainya.

Dalam bisnis waralaba ritel, ada empat fungsi utama yaitu:³

1. Membeli dan menyimpan produk;

¹Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

²Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Empat*, Yogyakarta: ANDI, 2015, hlm. 353.

³*Ibid.*, hlm. 352.

2. Memindahkan hak milik produk tersebut kepada konsumen akhir;
3. Memberikan informasi mengenai karakteristik dan pemakaian produk tersebut; dan
4. Memberikan kredit kepada konsumen (dalam kasus tertentu).

Produk ritel dari waralaba Alfamart, Indomaret, Circle K, Ceria Mart/Toko Ceria, 7-Eleven adalah produk dengan jenis *convenience store*, yaitu toko swalayan mini yang menjual barang kebutuhan sehari-hari berlokasi di sekitar tempat pemukiman penduduk, biasanya buka 24 (dua puluh empat) jam, serta menjual lini produk yang relatif terbatas.⁴

Dalam usaha waralaba terdapat perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba tidak dijelaskan secara eksplisit dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Akan tetapi, disebutkan bahwa perjanjian waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.⁵ Klausula ini sama dengan klausula dalam Pasal 1 angka 5 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-Dag/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang menyebutkan perjanjian waralaba adalah perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang

⁴*Ibid.*, hlm. 357.

⁵Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

dimilikinya kepada penerima waralaba.⁶ Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.⁷ Kriteria waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha; terbukti sudah memberikan keuntungan; memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis; mudah diajarkan dan diaplikasikan; adanya dukungan yang berkesinambungan; dan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.⁸ Waralaba dalam dunia usaha berkembang sangat pesat. Pesatnya perkembangan waralaba tersebut harus menghindari terjadinya persaingan usaha yang tidak sehat. Persaingan usaha yang tidak sehat yang dimaksud adalah persaingan antarpelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan/atau pemasaran barang dan/atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.⁹

Sehubungan dengan pesatnya perkembangan waralaba ritel, di Kota Yogyakarta pun terdapat berbagai merek atau nama waralaba ritel pada setiap jalan di Kota Yogyakarta, seperti pada Jalan Taman Siswa Yogyakarta. Pada Jalan Taman Siswa terdapat 3 (tiga) nama waralaba ritel, diantaranya Ceria Mart/Toko Ceria, Circle K, dan Indomaret. Satu diantara tiga waralaba ritel

⁶Pasal 1 angka 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁷ Pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁸Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁹Pasal 1 huruf f Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

tersebut bermasalah karena tidak memiliki izin gangguan (HO) oleh Dinas Perizinan Kota Yogyakarta. Adapun waralaba ritel yang tidak memiliki izin gangguan (HO) tersebut yaitu, Ceria Mart/Toko Ceria di Jalan Taman Siswa dan hingga saat ini tetap beroperasi.¹⁰ Ceria Mart/Toko Ceria di Jalan Taman Siswa tersebut tidak memiliki izin gangguan (HO) sehingga melanggar ketentuan Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2005 tentang Izin Gangguan, menyebutkan setiap orang pribadi atau badan yang mendirikan tempat usaha di wilayah Daerah wajib memiliki Izin yang ditetapkan oleh Walikota atau Pejabat yang ditunjuk. Kemudian Pasal 18 ayat (1) menyatakan pelanggaran terhadap ketentuan sebagaimana dimaksud Pasal 2, Pasal 13, dan Pasal 16 pada Peraturan Daerah ini, dapat mengakibatkan ditutupnya/disegel tempat usaha dan atau dikeluarkannya mesin-mesin dan atau alat-alat pembantunya yang dipergunakan untuk kegiatan usaha dari tempat usaha tersebut.

Berkaitan dengan itu Pemerintah Kota Yogyakarta telah membatasi usaha waralaba ritel atau minimarket pada setiap kecamatan yang ada di Kota Yogyakarta. Pada Kecamatan Mergangsan diatur jumlah maksimal gerai waralaba ritel sebanyak 6 (enam) gerai.¹¹ Akan tetapi, untuk Kecamatan Mergangsan terdapat 7 (tujuh) gerai usaha waralaba minimarket diantaranya

¹⁰<http://jogja.tribunnews.com/2016/02/04/minimarket-tak-berizin-masih-saja-beroperasi>, diakses tanggal 11 Oktober 2016. Pukul 6.45 WIB.

¹¹Lampiran Jumlah Maksimal Usaha Waralaba Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta.

Jalan Sisingamangaraja terdapat 2 (dua) gerai, yaitu Alfamart dan Indomaret. Jalan Kolonel Sugiono terdapat 1 (satu) gerai yaitu Ceria Mart/Toko Ceria, Jalan Menteri Supeno terdapat 1 (satu) gerai yaitu Indomaret dan Jalan Taman Siswa terdapat 3 (tiga) gerai yaitu Ceria Mart/Toko Ceria, Indomaret dan Circle K. Ceria Mart/Toko Ceria di Jalan Taman Siswa tetap buka dan beroperasi sebagaimana mestinya meskipun tidak memiliki izin gangguan (HO) sebagaimana yang diatur dalam Pasal 2 ayat (1) Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2005 tentang Izin Gangguan dan juga melebihi batas maksimal usaha waralaba minimarket di Kecamatan Mergangsan Kota Yogyakarta.

Ceria Mart/Toko Ceria dan Indomaret memiliki sistem promosi yang sama. Penetapan harga pada produk-produk yang dijual pada waralaba Ceria Mart/Toko Ceria dengan Indomaret juga sama. Ceria Mart/Toko Ceria dan Indomaret adalah waralaba ritel dibawah naungan PT Indomarco Prismatama selaku pemilik dari waralaba Indomaret dan Ceria Mart/Toko Ceria.¹² Ceria Mart/Toko Ceria mulai beroperasi pada Januari tahun 2016.¹³

Berdasarkan pemaparan di atas, penulis tertarik untuk mengkaji kedudukan hukum Ceria Mart/Toko Ceria sebagai penerima waralaba (*Franchisee*), mengingat sebagai toko ritel Ceria Mart/ Toko Ceria memiliki

¹²http://e-statushki.dgip.go.id/index.php/web/search_result## diakses tanggal 21 Oktober 2016. Pukul 08.53 WIB.

¹³Wawancara dengan Saudari Janti Karyawan Ceria Mart/Toko Ceria Jalan Taman Siswa Yogyakarta, Selasa 15 November 2016.

kesamaan dengan toko ritel indomaret, namun berdasarkan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta, jumlah toko waralaba dibatasi dan toko ritel Ceria Mart/ Toko Ceria merupakan toko ritel ke 7 yang ada di Yogyakarta, maka untuk penelitian skripsi ini penulis mengangkat judul **“KEDUDUKAN HUKUM CERIA MART/TOKO CERIA SEBAGAI PENERIMA WARALABA (*FRANCHISEE*)”**.

B. Rumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagaimanakah kedudukan hukum Ceria Mart/Toko Ceria sebagai penerima waralaba (*franchisee*)?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini, yaitu untuk menganalisis kedudukan hukum Ceria Mart/Toko Ceria sebagai penerima waralaba (*franchisee*).

D. Tinjauan Pustaka

1. Pengertian 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.¹⁴ Waralaba juga merupakan sistem pemasaran atau distribusi barang dan atau jasa, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*franchisee*) yang berskala kecil atau menengah, hak-hak istimewa untuk melakukan sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di lokasi tertentu pula.¹⁵ Dalam pengertian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.¹⁶ Kewajiban untuk menggunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik penerima waralaba).¹⁷ Sehubungan dengan hal tersebut, waralaba Ceria Mart/Toko Ceria merupakan waralaba ritel atau pengecer. Ceria Mart menyediakan keperluan rumah tangga sehari-hari dengan tempat yang tidak besar. Selayaknya waralaba atau *franchisee* pasti ada plus minus dari kerjasama ini.¹⁸

¹⁴Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

¹⁵Fandy Tjiptono, *loc.cit.*

¹⁶ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002, hlm. 16.

¹⁷Gunawan Widjaja, *Waralaba*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001, hlm. 7.

¹⁸<http://www.tiendeo.co.id/offers-catalogues/ceriamart>, diakses tanggal 19 Oktober 2016. Pukul 13.15 WIB.

2. Aspek Hukum Waralaba

Aspek hukum dalam waralaba sekurang-kurangnya terdapat 3 (tiga) hal, yaitu aspek hukum merek dagang, aspek hukum perjanjian dan aspek hukum persaingan usaha. **Pertama, aspek hukum merek dagang** berkaitan dengan merek pada waralaba tersebut. Dalam hal ini adalah waralaba ritel dengan merek dagang Ceria Mart/Toko Ceria. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.¹⁹ Definisi lain merek dagang adalah tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen, dan untuk membedakan usaha tersebut maupun barang atau jasa yang dihasilkan dari badan usaha lain. Merek dagang digunakan oleh pebisnis untuk mengidentifikasi sebuah produk atau layanan. Merek dagang meliputi nama produk atau layanan, beserta logo, simbol, gambar yang menyertai produk atau layanan tersebut.²⁰ **Kedua, aspek hukum perjanjian.** Aspek hukum ini berangkat dari ketentuan Pasal 1313 KUHPerdara yang menyebutkan suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Rumusan

¹⁹Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

²⁰Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016, hlm. 160.

pasal tersebut memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, di mana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitor) dan pihak lain adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditor). Masing-masing pihak tersebut dapat terdiri satu orang atau lebih bahkan dalam perkembangan ilmu hukum, pihak tersebut terdiri dari badan hukum. Waralaba merupakan perjanjian yang bertimbal balik karena baik pemberi waralaba dan penerima waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi suatu prestasi tertentu.²¹ **Ketiga, aspek hukum persaingan usaha.** Aspek ini menekankan pada larangan praktik monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat. Praktik monopoli yang dimaksud adalah pemusatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.²² Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.²³ Kemudian terkait pembagian wilayah dan kegiatan yang dilarang merupakan bagian dari aspek hukum persaingan usaha yang menjadi

²¹Gunawan Widjaja, *Waralaba, op.cit.*, hlm. 76-77.

²²Pasal 1 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²³Pasal 1 huruf f Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

pembahasan sebagaimana yang terkandung dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

3. Waralaba dalam Perspektif Persaingan Usaha

Waralaba dalam perspektif persaingan usaha adalah waralaba yang tunduk dalam mematuhi Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Dalam Undang-Undang tersebut terkandung sejumlah larangan yang dibuat dalam bentuk perjanjian yang tidak boleh dilakukan oleh pelaku usaha bisnis, adapun larangan yang dimaksud adalah:²⁴

- a. Oligopoli. Oligopoli merupakan salah satu struktur pasar di mana sebagian besar komoditi (barang dan jasa) dalam pasar tersebut dikuasai oleh beberapa perusahaan. Apabila perusahaan tersebut menyatukan perilakunya, maka terjadilah struktur pasar yang bersifat oligopoli kolusif (adanya perilaku yang bersatu).²⁵
- b. Penetapan harga. Penetapan harga merupakan praktek yang masuk kategori tindakan anti persaingan. Penetapan harga bisa terjadi secara vertikal maupun horizontal ini dianggap sebagai hambatan perdagangan karena membawa akibat buruk terhadap persaingan usaha, jika penetapan

²⁴Aulia Muthiah, *op.cit.* hlm. 94.

²⁵ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013, hlm. 195.

harga dilakukan, kebebasan untuk menentukan harga secara independen menjadi berkurang.²⁶

- c. Pembagian wilayah. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha pesaingnya yang bertujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau alokasi pasar terhadap barang dan atau jasa sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.²⁷
- d. Pemboikotan. Pemboikotan pada umumnya dianggap anti persaingan dan biasanya mempunyai karakteristik dengan usaha yang sungguh-sungguh untuk merugikan para pesaing baik dengan secara langsung menolak atau memaksa *supplier* atau konsumen untuk menghentikan hubungan dengan kompetitornya.²⁸
- e. Kartel. Praktek kartel merupakan salah satu strategi yang diterapkan diantara pelaku usaha untuk dapat mempengaruhi harga dengan mengatur jumlah produksi mereka. Mereka berasumsi jika produksi di dalam pasar dikurangi sedangkan permintaan terhadap produk mereka di pasa tetap, akan berakibat kepada naiknya harga ke tingkat yang lebih tinggi.²⁹
- f. *Trust*. Perjanjian pelaku usaha dengan pelaku usaha lain untuk melakukan kerja sama dengan membentuk gabungan perusahaan atau perseroan yang

²⁶ Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002, hlm, 39.

²⁷ Pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

²⁸ Aulia Muthiah *op.cit.*, hlm. 100.

²⁹ *Ibid.*, hlm. 101.

lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.³⁰

- g. Oligopsoni. Oligopsoni merupakan bentuk suatu pasar yang di dominasi oleh sejumlah konsumen yang memiliki kontrol atas pembelian. Struktur pasar ini memiliki kesamaan dengan struktur pasar oligopoli. Hanya saja struktur pasa oligopsoni terpusat di pasar *input*.³¹
- h. Integrasi vertikal. Integrasi vertikal merupakan perjanjian yang bertujuan untuk menguasai beberapa unit usaha yang termasuk dalam rangkaian produksi barang dan/atau jasa tertentu. Integrasi vertikal bisa dilakukan dengan strategi penguasaan unit uaha produksi ke hulu di mana perusahaan memiliki unit usaha hingga penyediaan bahan baku maupun ke hilir dengan kepemilikan unit usaha hingga ke distribusi barang dan jasa hingga ke konsumen akhir.³²
- i. Perjanjian tertutup. Pada umumnya pelaku usaha bersedia menerima persaingan antar produk yan bersaing yang dihasilkan oleh produsen yang berbeda pada pasar yang sama (*interbrand competition*) yang ketat, tetapi

³⁰Pasal 12 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³¹Aulia Muthiah, *op.cit.*, hlm. 103.

³²Rachmadi Usman, *op.cit.*, hlm. 314.

kemudian secara sanga kuat mengendalikan persaingan antar distributor (*interbrand competition*).³³

- j. Perjanjian dengan pihak luar negeri. Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.³⁴

Kemudian kegiatan yang dilarang dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat meliputi; monopoli, yaitu penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha.³⁵ Pembeli tunggal atau monopsoni. Monopsoni dimaksudkan sebagai seorang atau satu kelompok usaha yang menguasai pangsa pasar yang besar untuk membeli suatu produk atau acapkali monopsoni identik dengan pembeli tunggal atas produk barang maupun jasa tertentu.³⁶ Penguasaan pasar. Sebagaimana diketahui penguasaan pasar atau dengan kata lain jadi penguasa di pasar merupakan keinginan dari hampir semua pelaku usaha, karena penguasaan pasar yang cukup besar memiliki korelasi positif dengan tingkat keuntungan yang mungkin bisa diperoleh oleh pelaku usaha. Untuk memperoleh penguasaan pasar ini, pelaku usaha

³³*Ibid.*, hlm. 335.

³⁴Pasal 16 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³⁵Pasal 1 huruf a Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

³⁶Aulia Muthiah *op.cit.* hlm. 110.

kadangkala melakukan tindakan-tindakan yang bertentangan dengan hukum.³⁷Persengkokolan mempunyai karakteristik sendiri karena dalam persengkokolan terdapat kerjasama yang melibatkan dua atau lebih pelaku usaha yang secara bersama-sama melakukan tindakan melawan hukum.³⁸Dan terakhir adalah penyalahgunaan posisi dominan.Dengan adanya penyalahgunaan posisi dominan di pasar, maka dipastikan terjadi peningkatan tingkat konsentrasi di suatu industri yang menjadi indikasi peningkatan *market power* memberikan keleluasaan bagi pelaku usaha untuk menetapkan harga (*pricer market*).Ada tidaknya penggunaan *market power* yang dimiliki oleh pelaku usaha, dapat diindikasikan dengan tingginya harga jual produk, relatif dengan produk substitusi relatif dengan biaya produksi dan tingginya *margin* keuntungan pelaku usaha di pasar bersangkutan.³⁹

E. Metode Penelitian

1. Objek Penelitian

Untuk mengetahui dan mengolah data tentang kedudukan hukum Ceria Mart/Toko Ceria sebagai penerima waralaba (*franchisee*).

2. Subyek Penelitian (Responden)

Responden Responden adalah seseorang atau individu yang akan memberikan respon terhadap pertanyaan yang diajukan peneliti. Responden ini merupakan

³⁷Rachmadi Usman, *op.cit.*, hlm. 405.

³⁸Aulia Muthiah, *op.cit.*, hlm. 113.

³⁹Rachmadi Usman, *op.cit.*, hlm. 534.

orang atau individu yang terkait secara langsung dengan data yang dibutuhkan.⁴⁰ Adapun responden yang dimaksud antara lain:

- a. Ibu Yustinan Nining, W, S.H, sebagai Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta;
- b. Ibu Janti Karyawan Ceria Mart/Toko Ceria Jalan Taman Siswa.

3. Sumber Data

- a. Data Primer, yaitu data yang diperoleh langsung melalui wawancara dengan responden.
- b. Data Sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung melalui studi kepustakaan yang terdiri dari:

- 1) Bahan Hukum Primer, yaitu bahan-bahan hukum yang mengikat terdiri dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang terkait dengan permasalahan penelitian yang meliputi; Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerata) ,Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli, Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2005 tentang Izin Gangguan,

⁴⁰Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013, hlm. 174.

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta.

- 2) Bahan Hukum Sekunder, yaitu bahan-bahan yang terdiri dari buku-buku, jurnal serta makalah yang memiliki relevansi dengan permasalahan pada penelitian.
- 3) Bahan Hukum Tersier, yaitu bahan-bahan berupa kamus hukum dan kamus Bahasa Indonesia.

4. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dipilih adalah Kota Yogyakarta.

5. Metode Pengumpulan Data

- a. Wawancara. Wawancara dilakukan secara langsung dengan cara tanya jawab dengan subyek penelitian (responden). Teknik wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang telah memiliki daftar pertanyaan yang telah ditentukan/dipersiapkan terlebih dahulu.
- b. Studi Kepustakaan, yaitu menelusuri bahan-bahan hukum yang dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun melalui media internet.⁴¹

6. Metode Pendekatan Masalah

Metode pendekatan yang digunakan, yakni yuridis empiris, yaitu penelitian yang dilakukan baik studi kepustakaan maupun studi

⁴¹*Ibid.*, hlm. 160.

lapangan. Studi kepustakaan dilakukan dengan mempelajari berbagai peraturan perundang-undangan, literatur, jurnal serta bahan-bahan pendukung lain seperti makalah dan jurnal. Sedangkan studi lapangan dilakukan dengan mengumpulkan data primer dan sekunder yang diperoleh langsung dari lapangan. Cara pengumpulan bahan hukum dilakukan dengan studi pustaka terhadap bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier. Penelusuran bahan-bahan hukum tersebut dapat dilakukan dengan membaca, melihat, mendengarkan, maupun melalui media internet.⁴²

7. Analisis Data

Analisis data dilakukan secara deskriptif kualitatif, yaitu sebuah metode analisis data dengan menyajikan data secara deskriptif dan dianalisis secara kualitatif, yaitu data yang diperoleh dikualifikasikan sesuai dengan permasalahan penelitian kemudian diuraikan dengan cara menganalisis data yang diperoleh dari hasil penelitian yang kemudian disusun secara sistematis sehingga memperoleh suatu gambaran yang jelas dan lengkap sehingga dihasilkan suatu kesimpulan yang dapat dipergunakan untuk menjawab rumusan masalah. Pengolahan bahan dilakukan dengan cara melakukan seleksi data sekunder atau bahan hukum, kemudian melakukan klasifikasi

⁴²*Ibid.*

menurut penggolongan bahan hukum dan menyusun data hasil penelitian secara sistematis.⁴³

⁴³*Ibid.*, hlm. 181.

BAB II

TINJAUAN UMUM WARALABA, PERJANJIAN WARALABA, HAK DAN KEWAJIBAN PEMBERI DAN PENERIMA WARALABA DAN PENDAFTARAN WARALABA

A. Waralaba

1. Pengertian

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.⁴⁴

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strateginya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.⁴⁵

⁴⁴Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁴⁵Lathifah Hanim, *Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI, Agustus 2011, hlm. 572.

Waralaba juga merupakan konsep pemasaran yang berkembang menjadi konsep bisnis dan strategi perluasan. Mengatasi masalah sumber daya manusia dan pendanaan serta terpola pada kerjasama sederajat antara *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisee* juga telah memanfaatkan skala ekonomi.⁴⁶ Selain itu, sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain (*franchise*) yang berskala kecil atau menengah hak-hak istimewa untuk melakukan sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di lokasi tertentu pula.⁴⁷

Dalam pengertian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.⁴⁸ Kewajiban untuk menggunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik penerima waralaba).⁴⁹

⁴⁶<http://www.franchiseindonesia.or.id/2016/pengertian-franchise-sebenarnya>, diakses tanggal 9 Januari 2017.

⁴⁷Fandy Tjiptono, *loc.cit.*

⁴⁸ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, loc.cit.*

⁴⁹ Gunawan Widjaja, *Waralaba, loc.cit.*

Definisi tersebut di atas jelas bahwa bisnis *franchise* merupakan perikatan 2 pihak dimana pihak pertama (*franchisor*) memberikan hak dan kewajiban sebagaimana yang tertuang di dalam kontrak kepada pihak ke dua (*franchisee*) dengan tujuan saling menguntungkan. Jadi ada dua pihak yang terikat dalam perjanjian kerjasama itu yaitu *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* atau pemberi waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. *Franchisee* atau penerima waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberi hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki oleh pemberi waralaba.⁵⁰

Lebih lanjut, Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) menyatakan bahwa pentingnya mendorong industri *franchise* agar lebih berkembang lagi. Selama ini hanya 9 % (sembilan persen) dari waralaba nasional yang aktif yang memiliki lebih dari 100 (seratus) gerai. Penjualan setiap gerai waralaba berkontribusi terhadap dinamika perekonomian nasional. Semakin banyak jumlahnya, semakin besar kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. Setiap gerai waralaba menciptakan lapangan kerja yang menyerap tenaga kerja.⁵¹

⁵⁰ Sudarmiatin, *Praktik Bisnis Waralaba (Franchisee) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi*, Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Senat Terbuka Universitas Negeri Malang, 2011, hlm. 2.

⁵¹ Kompas, tanggal 24 November 2016, hlm. 19.

Berkaitan dengan pengertian waralaba di atas, dalam praktiknya terdapat empat (4) jenis waralaba menurut IFA (*International Franchise Association*), yaitu sebagai berikut:⁵²

a. Product Franchise

Produsen menggunakan *Product Franchise* untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contoh terbaik dari jenis waralaba ini adalah toko ban yang menjual produk dari pemberi waralaba (*franchisor*), menggunakan nama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh *franchisor*;

b. Manufacturing Franchise

Jenis waralaba ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek *franchisor*. Jenis waralaba ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman. Kebanyakan pembuatan minuman botol menerima waralaba dari

⁵²Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Moderen*, Bandung: Rafika Aditama, 2004, hlm. 125.

perusahaan dan harus menggunakan bahan baku untuk memproduksi, mengemas dalam botol dan mendistribusikan minuman tersebut;

c. Business Opportunity Ventures

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis dan sebagai timbal-baliknya pemilik bisnis harus membayar suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya;

d. Business Format Franchising

Bentuk format ini merupakan bentuk franchising yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis untuk memulai dan mengatur perusahaan. Sebaliknya, pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau royalti.

2. Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

Aspek hukum hak kekayaan intelektual (HKI) dalam waralaba terdapat aspek hukum merek dagang. Merek dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa

orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya.⁵³ Definisi lain merek dagang adalah tanda pembeda yang digunakan suatu badan usaha sebagai penanda identitasnya dan produk barang atau jasa yang dihasilkannya kepada konsumen, dan untuk membedakan usaha tersebut maupun barang atau jasa yang dihasilkan dari badan usaha lain. Merek dagang digunakan oleh pebisnis untuk mengidentifikasi sebuah produk atau layanan. Merek dagang meliputi nama produk atau layanan, beserta logo, simbol, gambar yang menyertai produk atau layanan tersebut.⁵⁴

Merek berfungsi memberikan jaminan nilai atau kualitas dari barang dan jasa yang bersangkutan. Hal itu tidak hanya berguna bagi produsen pemilik merek tersebut, tetapi juga memberikan perlindungan dan jaminan mutu barang kepada konsumen. Selanjutnya, merek juga berfungsi sebagai sarana promosi (*means of trade promotion*) dan reklame bagi produsen atau pengusaha-pengusaha yang memperdagangkan barang atau jasa yang bersangkutan.⁵⁵

Merek juga berfungsi merangsang pertumbuhan industri dan perdagangan yang sehat dan menguntungkan semua pihak. Diakui oleh *Commercial Advisory Foundation in Indonesia (CAFI)*, bahwa masalah paten

⁵³Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

⁵⁴Aulia Muthiah, *loc.cit.*

⁵⁵M. Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003, hlm. 171.

dan *trademark* di Indonesia memegang peranan yang penting di dalam ekonomi Indonesia, terutama berkenaan dengan berkembangnya usaha-usaha industri dalam rangka penanaman modal.⁵⁶

Sistem waralaba mempunyai sesuatu hal yang abstrak yang memiliki nilai ekonomis yang tinggi yaitu citra (*image*) atau nama baik (*goodwill*) tertentu. Citra dan nama baik diperlukan dalam dunia bisnis, di mana unsur persaingan serta upaya merebut pangsa pasar memegang peranan yang sangat besar. Dengan menggunakan nama merek dan sistem eksploitasi, maka usaha yang dimiliki oleh penerima waralaba mendapatkan citra dan nama baik pemberi waralaba yang tertanam kokoh di masyarakat.⁵⁷

B. Perjanjian Waralaba

Perjanjian secara umum diatur dalam Pasal 1313 KUHPdata yang menyebutkan suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Rumusan pasal tersebut memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, di mana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitor) dan pihak lain adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditor). Masing-masing pihak tersebut dapat terdiri satu orang atau lebih bahkan dalam perkembangan ilmu hukum, pihak tersebut terdiri dari

⁵⁶*Ibid.*,

⁵⁷M. Muchtar Rivai, *Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis*, Artikel pada Jurnal Liquidity, No. 2, Vol. 1, Juli-Desember 2012, hlm. 162.

badan hukum. Waralaba merupakan perjanjian yang bertimbal balik karena baik pemberi waralaba dan penerima waralaba, keduanya berkewajiban untuk memenuhi suatu prestasi tertentu.⁵⁸

Perjanjian timbal balik adalah perjanjian yang menimbulkan kewajiban pokok bagi kedua belah pihak.⁵⁹ Misalnya perjanjian jual beli menurut Pasal 1457 KUHPerdata, pihak penjual berkewajiban menyerahkan sesuatu barang yang dijual dan berhak mendapat pembayaran, sebaliknya pihak pembeli berkewajiban membayar harga barang dan berhak menerima barangnya.⁶⁰

Syarat sahnya suatu perjanjian diatur dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) yang menyebutkan adanya empat syarat yang diperlukan untuk sahnya suatu perjanjian, yaitu **pertama**, sepakat mereka yang mengikatkan dirinya; **kedua**, kecakapan untuk membuat suatu perikatan; **ketiga**, suatu hal tertentu; dan **keempat**, suatu sebab yang halal. Syarat yang pertama dan kedua dari rumusan pasal tersebut di atas dinamakan syarat subyektif. Karena keduanya tersebut mengenai subyek perjanjian. Syarat ketiga dan keempat dinamakan syarat objektif, karena mengenai objek dari perjanjian.⁶¹

⁵⁸Gunawan Widjaja, *Waralaba, loc.cit.*

⁵⁹Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, 2014, hlm. 19.

⁶⁰Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak (Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum)*, Bandung: Mandar Maju, 2012, hlm. 149.

⁶¹Mariam Darus Badruzaman, *op.cit.*, hlm. 23.

Kemudian Pasal 1338 KUHPdata yang menyebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Kata secara sah mengingatkan kita pada adanya perbedaan antara syarat-syarat untuk timbul/adanya perjanjian dan syarat-syarat untuk sahnya perjanjian. Ada kemungkinan bahwa suatu perjanjian mengandung kekurangan, yang kalau dituntut oleh pihak lawan bisa dibatalkan. Perjanjian yang demikian itu ada dan dianggap sah selama tidak/belum dibatalkan. Jadi para pihak, dengan membuat perjanjian seakan-akan menetapkan undang-undang bagi mereka sendiri. Karena memang sifatnya lain dengan undang-undang yang dibuat oleh pembentuk undang-undang, yang sifatnya mengikat umum. Dengan perkataan lain tidak mengikat pihak ketiga yang berada diluar perjanjian.⁶²

Waralaba merupakan perjanjian yang tidak bernama. Perjanjian yang tidak bernama adalah perjanjian yang tidak diatur secara khusus di dalam KUHPdata dan KUHDagang. Tetapi perjanjian ini timbul dan berkembang di masyarakat berdasarkan asas kebebasan berkontrak menurut Pasal 1338 KUHPdata. Jumlah perjanjian ini tidak terbatas dengan nama yang disesuaikan dengan kebutuhan pihak-pihak yang membuatnya.⁶³

Kebebasan berkontrak sangat mendominasi teori hukum kontrak. Inti permasalahan hukum kontrak lebih tertuju kepada realisasi kebebasan

⁶²J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995, hlm. 141-142.

⁶³Muhammad Syaifuddin, *op.cit.*, hlm. 150.

berkontrak.⁶⁴Doktrin mendasar yang melekat pada kebebasan berkontrak adalah bahwa kontrak itu dilahirkan *ex nihilo*, yakni kontrak sebagai perwujudan kebebasan kehendak (*free will*) para pihak yang membuat kontrak (*contractors*).Kontrak secara eksklusif merupakan kehendak bebas para pihak yang membuat kontrak.⁶⁵

Dengan demikian menurut asas kebebasan berkontrak, seseorang pada umumnya mempunyai pilihan bebas untuk mengadakan perjanjian. Dalam asas ini terkandung suatu pandangan bahwa orang bebas untuk melakukan atau tidak melakukan perjanjian, bebas dengan siapa ia mengadakan perjanjian, bebas tentang apa yang diperjanjikan, bebas untuk menetapkan syarat-syarat perjanjian. Menurut Sutan Remy Sjahdeini, asas kebebasan berkontrak dalam hukum perjanjian Indonesia meliputi kebebasan untuk membuat atau tidak membuat perjanjian; kebebasan untuk memilih pihak dengan siapa ia ingin membuat perjanjian; kebebasan untuk menentukan atau memilih kausa dari perjanjian yang akan dibuatnya; kebebasan untuk menentukan objek perjanjian; kebebasan untuk menentukan bentuk suatu perjanjian; dan kebebasan untuk menerima atau menyimpangi ketentuan.⁶⁶Namun, penting untuk diperhatikan bahwa kebebasan berkontrak

⁶⁴Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, Yogyakarta: FH UII Press, 2013, hlm. 99.

⁶⁵*Ibid*, hlm. 103.

⁶⁶Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Azas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Yogyakarta: Leksbang Mediatama, 2008, hlm. 95.

sebagaimana Pasal 1338 KUHPdata tidak berdiri sendiri. Asas tersebut berada dalam satu sistem yang utuh dan padu dengan ketentuan lain.⁶⁷

Sehubungan dengan hal di atas, asas kebebasan berkontrak menjadi landasan adanya kontrak atau perjanjian tidak bernama. Dilihat dari aspek pengaturan hukumnya, perjanjian/kontrak tidak bernama dibedakan menjadi tiga jenis. Pertama, kontrak tidak bernama yang diatur secara khusus dan dituangkan dalam bentuk undang-undang dan/atau yang diatur dalam pasal-pasal tersendiri. Misalnya kontrak *product sharing* yang diatur dalam UU No. 22 Tahun 2001 tentang Minyak dan Gas Bumi dan kontrak konstruksi yang diatur dalam UU No. 18 Tahun 1999 tentang Jasa Konstruksi, dan lain-lain. Kedua, kontrak tidak bernama yang diatur dalam peraturan pemerintah. Misalnya kontrak waralaba (*franchise*) yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Ketiga, kontrak tidak bernama yang belum diatur atau belum ada undang-undangnya di Indonesia, misalnya kontrak rahim (*surrogate mother*).⁶⁸

Untuk mewujudkan kesempurnaan hukum kontrak inominat harus memenuhi lima unsur yaitu, adanya kaidah hukum, baik kaidah tertulis tidak tertulis; adanya subjek hukum (pendukung hak dan kewajiban); adanya objek hukum, yang erat kaitannya dengan pokok prestasi; adanya kata sepakat yang merupakan persesuaian pernyataan kehendak para pihak tentang substansi dan

⁶⁷*Ibid.*

⁶⁸Muhammad Syaifuddin, *loc.cit.*

objek kontrak; akibat hukum yaitu yang berkaitan dengan timbulnya hak dan kewajiban dari para pihak.⁶⁹

Perjanjian waralaba (*franchise agreement*) adalah perikatan yang mengikat pemberi dan penerima waralaba. Perjanjian ini adalah perjanjian yang seringkali dikaitkan dengan sejumlah perjanjian tambahan lain, misalnya perjanjian untuk pemasok komponen, perjanjian iklan dan sebagainya. Perjanjian harus diadakan secara tertulis, dan di Indonesia dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.⁷⁰

Perjanjian waralaba secara khusus diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Apapun jenisnya waralaba sebagai sebuah kegiatan bisnis sebagaimana kegiatan lainnya, sesuai ketentuan Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dilaksanakan dan dirumuskan dalam suatu hubungan kontraktual yaitu berdasarkan kontrak atau perjanjian waralaba.⁷¹ Pasal 4 ayat (1) menyebutkan waralaba diselenggarakan berdasarkan pada perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.

Kemudian hal-hal yang harus diperhatikan dalam perjanjian waralaba diatur dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang

⁶⁹Nurin Dewi Arifiah, *op.cit.*, hlm. 60.

⁷⁰Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: Alumni, 2013, hlm. 339.

⁷¹Made Emy Andayani dan I Wayan Wijaya, *Pengaturan Hukum Toko Modern Waralaba Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kota Denpasar*, Artikel pada Jurnal Advokasi, No. 1, Vol. 5, Maret 2015, hlm. 4.

Waralaba menjelaskan, perjanjian waralaba sekurang-kurangnya memuat nama dan alamat para pihak; jenis hak kekayaan intelektual; kegiatan usaha; hak dan kewajiban para pihak; bantuan, fasilitas, bimbingan, operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba; wilayah usaha; jangka waktu perjanjian; tata cara pembayaran imbalan; kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris; penyelesaian sengketa; dan tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Penerima waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha waralaba.⁷²

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang merugikan pihak lain. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian waralaba, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku.⁷³Dari sudut pandang yang terkandung dalam suatu perjanjian

⁷²Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁷³Nurin Dewi Arifiah, *Pelaksanaan Perjanjian Bisnis Waralaba serta Perlindungan Hukumnya bagi Para Pihak*, Tesis Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Kenotariatan, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008, hlm. 19.

franchise yang umumnya terdiri dari pasal-pasal, jika dilakukan suatu identifikasi terhadap pokok materi perjanjian tersebut antara lain:⁷⁴

1. Objek yang diwaralabakan/*franchise*. Objek ini biasanya dikemukakan di awal perjanjian *franchising*. Objek yang di*franchise*-kan harus menjelaskan secara cermat mengenai barang/jasa apa yang termasuk dalam *franchise*.
2. Tempat berbisnis. Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis harus diperhatikan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang banyak.
3. Wilayah *franchise*. Bagian ini meliputi pembagian wilayah oleh *franchisor* kepada *franchise*, di mana dalam pertimbangan pemberian wilayah ini harus didasarkan pada strategi pemasaran.
4. Sewa guna. Sewa guna ini dilakukan apabila lokasi usaha *franchise* didapat dengan sewa. Jangka sewa ini paling tidak harus sama dengan jangka waktu berlakunya *franchise*.
5. Pelatihan dan bantuan teknik dari *franchisor*. Pelatihan merupakan hal mutlak yang harus dijalankan oleh calon *franchise* atau para *franchise*. Pelatihan dan bantuan teknik hal yang penting karena suatu bisnis dengan pola *franchise* mengandalkan kualitas produk baik barang/jasa dan kualitas pelayanan yang baik dalam menjalankan bisnisnya.

⁷⁴Marissa Vydia Awaluddin, *Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus*, Artikel pada Jurnal Lex Privatum, No. 1, Vol. 1, 2013, hlm. 94.

6. Standar operasional. Standar operasional *franchise* biasanya terlampir dalam buku petunjuk/*operation manuals*. Petunjuk tersebut mengandung metode dalam bentuk tertulis yang lengkap untuk menjalankan bisnis.

Sehubungan dengan hal tersebut di atas, ada beberapa objek pengaturan perjanjian waralaba yang meliputi:⁷⁵

1. Nama dan merek dagang. Hal ini menjadi objek perjanjian waralaba oleh karena nama dagang dan merek dagang yang semula menjadi hak monopoli *franchisor* untuk menggunakan pada barang-barang atau jasa-jasa yang dijualnya kemudian disebabkan perjanjian *franchise*, *franchise* diberi izin untuk menggunakan pada produk yang dijualnya. Nama dan merek dagang merupakan jantung dari perjanjian *franchise* tersebut;
2. Rahasia dagang. Rahasia dagang ini sangat penting terutama dalam hal *franchise chain style business* atau *business format franchise* dan *manufacturing* karena pada kedua macam waralaba tersebut diberi hak untuk mengetahui dan mempergunakan rahasia-rahasia tersebut.
3. Jasa pelatihan. Jasa ini merupakan objek perjanjian waralaba yang sangat penting bagi pemberi dan penerima waralaba. Untuk mengawali usahanya, penerima waralaba sangat membutuhkan jasa pelatihan ini

⁷⁵Moh. Basarah dan M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008, hlm. 55-66.

dan merupakan kewajiban pemberi waralaba untuk memenuhinya. Jasa pelatihan ini dapat diberikan oleh pemberi waralaba sendiri maupun jajaran manajemennya.

4. Bantuan-bantuan teknis operasional. Bantuan ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu pertama, bantuan pada saat persiapan usaha penerima waralaba yang meliputi bantuan dalam menentukan pemilihan lokasi usaha; bantuan dalam menentukan arsitektur bangunan dan tata letak ruangan serta pemilihan bahan-bahan dan peralatannya yang akan menentukan standar dan spesifikasinya; penentuan standar administrasi dan pembukuan; penentuan standar penerimaan karyawan; pedoman operasi bisnis waralaba dan pedoman pelaksanaan *grand opening*. Kedua, bantuan selama hubungan hukum berlangsung yang meliputi pengawasan dan evaluasi pelaksanaan usaha; pelaksanaan kegiatan pemasaran; memilih kegiatan pemasaran yang dilakukan penerima waralaba; dan pemberian konsultasi selama perusahaan penerima waralaba beroperasi.
5. Pembelian bahan-bahan dan peralatan. Standarisasi produk merupakan salah satu ciri dari jaringan bisnis waralaba, bahkan sering termasuk penentuan kualitas bahan-bahan dan perlengkapan penjualan. Dengan demikian, untuk ini acap kali pemberi waralaba menentukan tempat pembelian dari bahan-bahan yang akan digunakan.

6. Pengawasan kualitas produk. Pengawasan dari kualitas produk tersebut merupakan hak dari pemberi waralaba terutama berkaitan dengan standarisasi produk-produk yang akan menggunakan nama dan merek dagang pemberi waralaba.
7. Biaya waralaba (*franchise fee*). Biaya ini merupakan objek perjanjian waralaba karena biaya tersebut pada dasarnya merupakan kontraprestasi dari penerima waralaba kepada pemberi waralaba sehubungan dengan penerimaan hak-hak dari pemberi waralaba. Biaya tersebut terdiri dari: biaya yang dibayarkan penerima waralaba pada saat pertama kali menutup perjanjian dengan pemberi waralaba (*initial or joining fee*); biaya yang dikeluarkan penerima waralaba kepada pemberi waralaba secara periodik (*royalties or continuing fee*); dan biaya-biaya lainnya berdasarkan isi pada perjanjian waralaba tersebut.
8. Jangka waktu. Pada umumnya perjanjian waralaba untuk jangka waktu 5, 10, 15 tahun dengan tiap-tiap tahun opsi perpanjangan. Bagi pihak pemberi waralaba biasanya cenderung menyukai jangka waktu yang pendek. Hal ini disebabkan akan memungkinkan bagi pemberi waralaba berkesempatan menjual kembali sistem waralabanya kepada penerima waralaba yang lain dan sekaligus diharapkan dengan jangka waktu yang lebih pendek akan membuat penerima waralaba lebih bersungguh-sungguh dalam menjalankan kegiatan toko/gerai waralabanya karena berharap pemberi waralaba akan menjual kembali

sistem waralabanya kepada penerima waralaba. Sebaliknya, penerima waralaba cenderung menyukai waktu yang lebih panjang karena lebih leluasa mendapatkan keuntungan sebagai keseimbangan dari kerugian-kerugian yang kemungkinan akan dialami pada tahun-tahun pertama.

9. Pengalihan waralaba. Pengertian pengalihan tersebut meliputi pengalihan sebagai akibat hukum dari perjanjian jual beli waralaba yang akan dibuat penerima waralaba dengan pihak ketiga atau pengalihan yang disebabkan dengan pewarisan, akibat meninggalnya penerima waralaba. Di dalam perjanjian waralaba, ketentuan yang mengatur pengalihan acap kali sering terjadi membenturkan penerima waralaba karena harus meminta persetujuan dari pemberi waralaba.
10. Pemutusan perjanjian. Pada umumnya dalam perjanjian, penerima waralaba tidak mempunyai hak memutuskan perjanjian, kecuali apabila pemberi waralaba melakukan pelanggaran terhadap perjanjian dan untuk pelanggaran tersebut pemberi waralaba telah diberi kesempatan untuk memperbaikinya.
11. Perjanjian untuk tidak berkompetisi dengan pemberi waralaba. Dalam perjanjian waralaba, sering terdapat klausul tersebut yang mengharuskan penerima waralaba tidak memasuki bidang usaha yang sejenis dengan usaha pemberi waralaba. Keharusan ini tidak saja selama penerima waralaba terikat dengan pemberi waralaba, tetapi

juga untuk beberapa tahun setelah hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba terputus.

Dalam waralaba, juga terdapat asas-asas perjanjian waralaba sebagai berikut:⁷⁶

1. Asas Kebebasan Kontrak

Pasal 1338 KUH Perdata menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya;

2. Asas Konsensualisme

Perjanjian ini sudah dianggap ada saat tercapainya kesepakatan tentang hal-hal yang diperjanjikan;

3. Asas Iktikad Baik

Franchisor dengan iktikad baik harus menjamin hak-hak yang akan diberikan kepada *Franchisee* itu benar-benar miliknya bukan sebagai hasil kejahatan, dan pihak *Franchisee* harus mewujudkan kewajiban yang harus diberikan kepada *Franchisor* dengan baik serta iktikad baik;

4. Asas Kerahasiaan

⁷⁶Lindawaty, S. Sewu, *Franchise: Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*, Bandung: Utomo, 2004, hlm. 31-35.

Pada dasarnya bisnis dengan pola *Franchise* sangat mengandalkan ciri khas dari suatu produk barang/jasa. Sehingga apabila unsur kerahasiaan dari *Trade Secret Know How* tidak dijaga dengan baik hal ini akan merugikan *Franchisor* karena mengakibatkan ciri khas dari *Franchise* yang ada diketahui oleh pihak ketiga;

5. Asas Persamaan Hukum

Perjanjian bisnis waralaba hendaknya dibuat atas dasar kesamaan hak di depan hukum, baik bagi pemberi hak waralaba maupun penerima hak waralaba;

6. Asas Keseimbangan

Franchisor dinilai mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi namun *Franchisor* memikul pula beban untuk melaksanakan perjanjian itu dengan iktikad baik. Asas keseimbangan menekankan pada keseimbangan antara hak dan kewajiban dari para pihak secara wajar dengan tidak membebani salah satu pihak saja.

C. Hak dan Kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba

1. Hak Pemberi Waralaba

Dalam perjanjian waralaba, terdapat klausula yang mengatur hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba sebagaimana perjanjian pada umumnya. Adapun hak-hak pemberi waralaba antara lain:⁷⁷

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
- b. Memperoleh laporan-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 lainnya dari pemberi waralaba;
- 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 yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang

⁷⁷Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, op.cit., hlm. 82-84.

mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

- g. Menerima pembayaran *royalty* (imbalan atas pemakaian merek barang/jasa, logo, hak cipta dan sebagainya yang merupakan milik dari *franchisor*)⁷⁸ dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;
- h. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba;
- i. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- j. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- k. Atas pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, atau pun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan memperhatikan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri

⁷⁸Marissa Vydia Awaluddin, *op.cit.*, hlm. 97.

khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

1. Pemberian waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif tidak menghapuskan hak pemberi waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan objek waralaba.

2. Kewajiban Pemberi Waralaba

Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran.⁷⁹ Prospektus penawaran waralaba yang dimaksud memuat paling sedikit mengenai data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, daftar penerima waralaba dan hak serta kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.⁸⁰ Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional

⁷⁹Pasal 7 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁸⁰Pasal 7 ayat (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan.⁸¹

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. 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.⁸²

Pemberi waralaba juga berkewajiban untuk memberikan 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 dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.⁸³

Berkaitan dengan kewajiban-kewajiban tersebut di atas, pemberi waralaba juga berkewajiban memberikan pelayanan yang meliputi:⁸⁴

- a. Pedoman beroperasi dan pelayanan konsultasi kepada penerima waralaba;

⁸¹Pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁸²Pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

⁸³Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, *op.cit.*, hlm. 82.

⁸⁴Moh. Basarah dan M. Fuad Mufidin, *op.cit.*, hlm. 69-70.

- b. Memberi bantuan kepada penerima waralaba dalam cara memperhatikan usaha yang telah dicapai serta sistem administrasinya;
- c. Membuat merek dagang, bahan promosi, dan brosur-brosur dengan biaya yang telah disetujui bersama;
- d. Mengiklankan dan mempromosikan, baik tingkat nasional maupun regional, dan lokal;
- e. Mengutus supervisi untuk mengunjungi dan memeriksa sistem waralaba yang telah diberikan kepada penerima waralaba dalam hal sistem administrasi yang telah dilaksanakan;
- f. Memberikan pelayanan penentuan lokasi usaha, sistem bisnis, persyaratan-persyaratan dan mendapatkan pembayaran penentuan lokasi usaha jika tidak pihak pemberi waralaba yang mempublikasikan kepentingan waralaba.

4. Hak Penerima Waralaba

Hak penerima waralaba disebutkan dalam Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/ M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, bahwa penerima waralaba berhak menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Adapun jenis hak kekayaan intelektual tersebut meliputi merek, logo perusahaan, desain *outlet/gerai*, sistem manajemen/pemasaran, atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.

Suatu *franchise* atau waralaba adalah suatu bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba yang dapat terwujud dalam bentuk:⁸⁵

- a. Hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dengan atau merek dagang tertentu.
- b. Hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.
- c. 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 dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.⁸⁶
- d. Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan 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.⁸⁷

⁸⁵Marissa Vydia Awaluddin, *op.cit.*, hlm. 90.

⁸⁶Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba.*, *op.cit.*, hlm. 86.

⁸⁷*Ibid.*

- e. Penggunaan penyusunan desain, paten, cara kerja, perlengkapan, dan pengembangan produk pemberi waralaba.⁸⁸
- f. Penggunaan semua pusat pelayanan (*the central services*); dan melakukan kegiatan di daerah tertentu tanpa adanya kompetisi dari pemberi waralaba dan penerima waralaba lainnya.⁸⁹

5. Kewajiban Penerima Waralaba

Penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan hak kekayaan intelektual (HKI) atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.⁹⁰ Adapun kewajiban lain penerima waralaba sebagai berikut:⁹¹

- a. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan pemberi waralaba kepadanya guna melaksanakan hak kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usahanya seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;
- b. Memberikan keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik;

⁸⁸Moh. Basarah dan M. Fuad Mufidin, *op.cit*, hlm. 65.

⁸⁹*Ibid.*

⁹⁰Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁹¹Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, op.cit.*, hlm. 84-85.

- c. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba;
- d. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari pemberi waralaba
- e. Melaporkan segala pelanggaran hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba yang ditentukan dalam praktek;
- f. Tidak memanfaatkan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan;
- g. Melakukan pendaftaran waralaba;
- h. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba;

- i. Melakukan pembayaran *royalty* dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama;
- j. Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperolehnya;
- k. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- l. Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

D. Pendaftaran Waralaba

Dalam melakukan pendaftaran waralaba, pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.⁹² Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi

⁹²Pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

dan penerima waralaba.⁹³Pendaftaran prospektus penawaran waralaba dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.⁹⁴

Permohonan pendaftaran prospektus penawaran waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi legalitas usaha. Permohonan pendaftaran perjanjian waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi legalitas usaha; fotokopi perjanjian waralaba; fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/pengurus perusahaan. Permohonan pendaftaran waralaba diajukan kepada Menteri Perdagangan.Menteri Perdagangan menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) apabila permohonan pendaftaran Waralaba telah memenuhi persyaratan pendaftaran prospektus waralaba dan perjanjian waralaba. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Dalam hal perjanjian waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Proses permohonan dan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba tidak dikenakan biaya.⁹⁵

⁹³Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁹⁴Pasal 10 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁹⁵Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

STPW dinyatakan tidak berlaku apabila: jangka waktu STPW berakhir; perjanjian waralaba berakhir; atau pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.⁹⁶

Permohonan STPW untuk pemberi waralaba berasal dari dalam negeri dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota setempat dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III A-2 Peraturan Menteri ini.⁹⁷

Berkaitan dengan itu, Pasal 3 Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta menyebutkan, penyelenggaraan perizinan yang didelegasikan kepada Dinas Perizinan, satu diantaranya adalah Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Pemberi waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. Penerima waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba, apabila tidak didaftarkan maka dikenakan sanksi administratif berupa: peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua)

⁹⁶Pasal 8 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁹⁷Pasal 14 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW; dan denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).⁹⁸

Denda dikenakan kepada pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, dan penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri ditetapkan dengan Peraturan Daerah yang besarnya berpedoman pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Perdagangan.⁹⁹ Denda tersebut disetor ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah.¹⁰⁰ Pengenaan denda dilaksanakan terhitung sejak batas waktu surat peringatan ke 3 (tiga) berakhir.¹⁰¹

E. Waralaba dalam Perspektif Hukum Islam

1. Akad, Syarat dan Rukun Akad

Akad adalah suatu perikatan antara ijab dan kabul dengan cara yang dibenarkan syarak yang menetapkan adanya akibat-akibat hukum pada objeknya. Ijab adalah pernyataan pihak pertama mengenai isi perikatan yang

⁹⁸Pasal 26 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

⁹⁹Pasal 26 ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹⁰⁰Pasal 26 ayat (5) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹⁰¹Pasal 26 ayat (6) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

diinginkan, sedang kabul adalah pernyataan pihak kedua yang menerimanya.¹⁰²Akan dipandang telah terjadi jika memenuhi rukun dan syaratnya.Secara etimologi akad adalah ikatan antara dua perkara, baik ikatan secara nyata maupun ikatan secara maknawi, dari satu segi maupun dari dua segi. Dalam Al-Qur'an, setidaknya ada 2 (dua) istilah yang berhubungan dengan perjanjian, yaitu *al-'aqdu* (akad) dan *al-'ahdu* (janji). Pengertian akad secara bahasa adalah ikatan, mengikat.Dikatakan ikatan (*al-rabth*) maksudnya adalah menghimpun atau mengumpulkan dua ujung tali dan mengikatkan salah satunya pada yang lainnya hingga keduanya bersambung dan menjadi seutas tali yang satu.¹⁰³

Kata *al-'aqdu* terdapat dalam Surat Al- Maidah Ayat 1 menjelaskan manusia diminta untuk memenuhi akadnya.Menurut Fathurrahman Djamil, istilah *al-'aqdu* ini dapat disamakan dengan istilah verbintenis (perikatan) dalam KUHPerdara.¹⁰⁴Sedangkan istilah *al-'ahdu* dapat disamakan dengan istilah perjanjian atau *overeenkomst*, yaitu suatu pernyataan dari seseorang untuk mengerjakan atau tidak untuk mengerjakan sesuatu yang tidak berkaitan dengan orang lain.¹⁰⁵

¹⁰²Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta: UII Press, 2000, hlm. 65.

¹⁰³Ghufon A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: RajaGrafindo, 2002, hlm. 75.

¹⁰⁴ Fatrturrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syari'ah dalam Kompilasi Hukum Perikatan* oleh Darus Badruzaman, et.al, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001, hlm. 247-248.

¹⁰⁵*Ibid*, hlm. 248.

Rukun akad adalah ijab dan kabul. Adapun syaratnya yang menyangkut rukun akad, ada yang menyangkut objeknya dan ada pula yang menyangkut subjeknya.¹⁰⁶ Rukun akad tersebut adalah sebagai berikut:¹⁰⁷

- a. Orang yang berakad ('aqid), contoh: penjual dan pembeli. Al-aqid adalah orang yang melakukan akad. Keberadaannya sangat penting karena tidak akan pernah terjadi akad manakala tidak ada aqid;
- b. Sesuatu yang diakadkan (ma'qud alaih), contoh: harga atau barang. (Al-Ma'qud Alaih) adalah objek akad atau benda-benda yang dijadikan akad yang bentuknya tampak dan membekas. Barang tersebut dapat berbentuk harta benda, seperti barang dagangan, benda bukan harta seperti dalam akad pernikahan, dan dapat pula berbentuk suatu kemanfaatan seperti dalam masalah upah-mengupah dan lain-lain;
- c. Shighat, yaitu ijab dan kabul. Shighat akad adalah sesuatu yang disandarkan dari dua belah pihak yang berakad, yang menunjukkan atas apa yang ada di hati keduanya tentang terjadinya suatu akad. Hal ini dapat diketahui dengan ucapan, perbuatan, isyarat, dan tulisan.

Syarat yang menyangkut rukunnya sebagaimana diuraikan di atas, para fukaha mazhab Hanafi membagi syarat-syarat yang disertakan dalam akad menjadi tiga macam, yaitu syarat yang sah, syarat yang rusak dan syarat yang

¹⁰⁶ Ahmad Azhar Basyir, *op.cit*, hlm. 77.

¹⁰⁷ Rachmat Syafie'I, *Fiqih Muamalah*, Surakarta: Pustaka Setia, 2016, hlm. 65-66.

batal. Syarat dipandang sah, apabila sesuai dengan tujuan akad, menguatkan tujuan akad, diizinkan syarak atau sejalan dengan ketentuan '*urf*'. Misalnya dalam akad jual beli, penjual memberikan syarat supaya harga dibayar dulu sebelum menerima barang. Syarat seperti ini dipandang sah karena sejalan dengan tujuan akad. Bila dalam akad jual beli pihak pembeli meminta tempo pembayaran kemudian, penjual boleh memberi syarat minta jaminan barang dari pihak pembeli. Guna menguatkan tujuan akad, dalam akad jual beli dibenarkan adanya syarat boleh khiyar, baik bagi penjual atau pembeli, untuk melangsungkan atau mengurungkan akad dalam waktu tertentu, karena hal ini diizinkan syarak.¹⁰⁸

Syarat dipandang rusak apabila tidak memiliki ketentuan-ketentuan tersebut di atas, yaitu tidak sesuai dengan tujuan akad, tidak menguatkan tujuan akad, tidak diizinkan syarak atau tidak merupakan '*urf*' yang berlaku dalam masyarakat, meskipun memberikan manfaat kepada salah satu pihak yang melakukan akad atau kepada pihak ketiga.¹⁰⁹

Syarat dipandang batal apabila tidak memenuhi ketentuan-ketentuan syarat yang sah dan tidak mendatangkan manfaat bagi siapapun.¹¹⁰

¹⁰⁸*Ibid*, hlm. 110.

¹⁰⁹*Ibid*, hlm. 111.

¹¹⁰*Ibid*.

2. Waralaba Sebagai Akad *Syirkah Mudharabah*

Waralaba adalah bisnis yang menggabungkan antara modal dan tenaga dari pihak *franchise* dengan tenaga dari pihak *franchisor*, maka sistem bisnis ini termasuk akad *syirkah mudharabah*. Namun, ketika yang dimanfaatkan dalam kerjasama tersebut bukan hanya tenaga *franchisor* tetapi juga kredibilitas bisnis yang dimiliki *franchisor* (yakni kepercayaan publik terhadap merek dagang tertentu), maka *syirkah* ini lebih tepat dimasukkan dalam *syirkah wujuh* yang merupakan variasi dari *syirkah mudharabah* karena memanfaatkan aspek *wajahah* (kredibilitas) salah satu pihak yang berbisnis untuk membangun relasi dengan konsumen/rekan bisnis yang lain. Islam memubahkan akad *syirkah* dan menjadikan penghasilan yang didapatkan darinya adalah penghasilan yang halal.¹¹¹

Syirkah secara etimologi merupakan kata yang berasal dari kata '*isytirak*' yang berarti perkongsian, diartikan demikian karena *syirkah* merupakan perkongsian atau kerja sama dalam hak untuk menjalankan modal.¹¹² Pasal 20 Kompilasi Hukum Ekonomi Syari'ah (KHES) menyebutkan *syirkah* adalah kerja sama antara dua orang atau lebih dalam hal permodalan, keterampilan atau kepercayaan dalam usaha tertentu dengan

¹¹¹Yusnani, *Sistem Bisnis Franchise dalam Pandangan Islam*, Artikel pada Jurnal Akuntansi dan Manajemen, No. 2, Vol. 7, Desember 2012, hlm. 116.

¹¹²Imam Mustofa, *Fiqih Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016, hlm. 127.

pembagian keuntungan berdasarkan *nisbah* yang disepakati oleh pihak-pihak yang berserikat.¹¹³

Syirkah dibagi menjadi dua macam, yaitu *syirkah al-amlak* dan *syirkah al- 'uqud*. *Syirkatul amlak* adalah adanya dua orang atau lebih yang memiliki barang tanpa adanya akad. *Syirkah* jenis ini ada dua macam, yaitu *syirkah ijbar* (paksaan) yaitu perjanjian yang ditetapkan kepada dua orang atau lebih yang bukan didasarkan atas perbuatan keduanya, seperti dua orang yang mewariskan sesuatu, maka yang diberi waris menjadi sekutu mereka, dan *syirkah ikhtiyar* (pilihan), yaitu perjanjian yang muncul karena adanya kontrak dari dua orang yang bersekutu. Sebagai contoh adalah ada dua orang yang membeli atau memberi atau berwasiat tentang sesuatu dan keduanya menerima, maka jadilah pembeli, yang diberi, dan yang diberi wasiat bersekutu di antara keduanya. Sedangkan *syirkah 'Uqud* adalah bentuk transaksi yang terjadi antara dua orang atau lebih untuk bersekutu dalam harta dan keuntungannya.¹¹⁴

Sedangkan *mudharabah* adalah kerja sama antara pemilik dana atau penanam modal dengan pengelola modal untuk melakukan usaha tertentu dengan pembagian keuntungan berdasarkan *nisbah*. Pada dasarnya hukum

¹¹³Deny Setiawan, *Kerja Sama (Syirkah) dalam Ekonomi Islam*, Artikel pada Jurnal Ekonomi, No. 3, Vol. 21, September 2013, hlm. 3.

¹¹⁴Wahbah Al-Juhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Beirut: Dar Al-Fikr, 1989, hlm. 795.

syirkah adalah mubah atau boleh.¹¹⁵ Adapun dasar hukum yang terkandung dalam Al-Qur'an dan Hadis antara lain:

“Sesungguhnya kebanyakan dari orang-orang ber-syirkah itu, sebahagian mereka berbuat zalim terhadap sebahagian yang lain, kecuali orang yang beriman dan mengerjakan amal salih.” (QS Shad 38:24)

Imam al-Bukhari meriwayatkan bahwa Abu Manhal pernah mengatakan:

“Aku dan syirkah ku pernah membeli sesuatu secara tunai dan hutang. Kemudian kami didatangi oleh Barra' bin Azib. Kami lalu bertanya kepadanya. Ia menjawab, “Aku dan Zaid bin Arqam juga mempraktikkan hal yang demikian. Selanjutnya kami bertanya kepada Nabi saw tentang tindakan kami tersebut. Beliau menjawab, “Barang yang diperoleh secara tunai, silahkan kalian ambil, sedangkan yang diperoleh secara utang silahkan kalian kembalikan.” (HR. Bukhari).

Syirkah mudharabah disebut juga dengan *qiradh*. *Syirkah* ini terbentuk antara dua belah pihak dimana pihak pertama menyerahkan keseluruhan modal (*shahib almal*) dan pihak kedua adalah orang yang mengelola modal tersebut (*mudharib*). Dalam *syirkah* ini keuntungan akan dibagi sesuai proporsi yang telah disepakati oleh dua belah pihak. Sedangkan kerugian dalam *syirkah* ini akan di tanggung oleh pemodal selama itu bukan kelalaian dari pengelola.¹¹⁶

Bila diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan waralaba (*franchising*) dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah*). Hal ini disebabkan karena

¹¹⁵Deny Setiawan, *op.cit.*

¹¹⁶*Ibid.*, hlm. 5.

dengan adanya perjanjian *franchising*, maka secara otomatis antara *franchisor* dan *franchisee* terbentuk hubungan kerja sama untuk waktu tertentu (sesuai dengan perjanjian). Kerja sama tersebut dimaksudkan untuk memperoleh keuntungan bagi kedua belah pihak. Dalam waralaba diterapkan prinsip keterbukaan dan kehati-hatian, hal ini sesuai dengan prinsip transaksi dalam Islam yaitu *gharar* (ketidakjelasan). Bisnis waralaba ini pun mempunyai manfaat yang cukup berperan dalam meningkatkan pengembangan usaha kecil. Dari segi kemashlahatan usaha waralaba ini juga bernilai positif sehingga dapat dibenarkan menurut hukum Islam.¹¹⁷

Dalam *mudharabah* terdapat hal-hal yang membatalkan *mudharabah* tersebut, yaitu:¹¹⁸

- a. Pembatalan (*fasakh*);
- b. Kematian salah satu pelaku akad;
- c. Salah satu pelaku akad menjadi gila;
- d. Murtadnya pemilik modal;
- e. Rusaknya modal *mudharabah* di tangan *mudharib*.

Dari istilah-istilah di atas (waralaba dan *syirkah mudharabah*) dapat disimpulkan bahwa antara waralaba dan *syirkah mudharabah* memiliki dasar

¹¹⁷ <http://muhsinhar.staff.umy.ac.id/bisnis-franchise-dalam-perspektif-hukum-positif-dan-hukum-islam/>, diakses tanggal 13 April 2017. Pukul 11.29 WIB.

¹¹⁸ Wahbah az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 4*, Jakarta: Gema Insani, 2011, hlm. 479-513.

hukum masing-masing, dan memiliki karakteristik masing-masing. Namun demikian, apabila diperhatikan dari sudut bentuk perjanjian yang diadakan oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba dapat dikemukakan bahwa perjanjian itu sebenarnya merupakan pengembangan dari bentuk kerjasama (*syirkah mudharabah*)¹¹⁹

Waralaba termasuk Akad Tijari bukan Akad Tabarru. Akad Tijari adalah akad yang berorientasi pada keuntungan komersial (*for profit oriented*). Dalam akad ini masing-masing pihak yang melakukan akad berhak untuk mencari keuntungan. Sedangkan akad Tabarru yaitu akad yang dimasukkan untuk menolong sesama dan murni semata-mata mengharapkan ridha dan pahala dari Allah SWT, sama sekali tidak ada unsur mencari return, ataupun suatu motif.

¹¹⁹Suwardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004, hlm. 169.

BAB III

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kedudukan Hukum Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (*Franchisee*)

1. Ceria Mart/Toko Ceria Sebagai Penerima Waralaba (*Franchisee*)

Ceria Mart/Toko Ceria dalam hal ini yang berada di Jalan Taman Siswa Nomor 150 Kota Yogyakarta. Jumlah Ceria Mart yang berada di Kota Yogyakarta terdapat 9 (sembilan) Toko. Di antaranya, berada di Jalan Jogokaryan, Parangtritis, Batikan, Glagah Sari, Rejowinangun, Cendana, Bhayangkara, Patangpuluhan, Jalan Kolonel Sugiyono, dan Jalan Taman Siswa.¹²⁰Dalam hal ini, Ceria Mart adalah waralaba yang menyediakan keperluan rumah tangga sehari-hari dengan tempat yang tidak besar. Ceria Mart/Toko Ceria dan Indomaret adalah waralaba ritel dibawah naungan PT Indomarco Prismatama selaku pemilik dari waralaba Indomaret dan Cerai Mart/Toko Ceria.¹²¹Ceria Mart/Toko Ceria tersebut merupakan cabang dengan konsep bisnis perkulakan di bawah naungan PT Indomarco Prismatama selaku pemilik Indomaret.

PT. Indomarco Pristama (Indomaret) merupakan perusahaan ritel nasional dan jejaring peritel waralaba terbesar di Indonesia. PT. Indomarco Pristama

¹²⁰<http://jateng.metrotvnews.com/read/2015/08/26/162450/sembilan-gerai-ceriamart-tak-kantongi-izin-pemkot-yogya>, diakses tanggal 3 Oktober 2017. Pukul 18.46 WIB.

¹²¹http://e-statushki.dgip.go.id/index.php/web/search_result## diakses tanggal 21 Oktober 2016. Pukul 08.53 WIB.

(Indomaret) memiliki tujuh sektor bisnis, yaitu *Retail, Grocery, IT Consultant, Food and Beverages, Shopping Plaza, Bakery* dan *Japanese Restaurant*. Pertumbuhan bisnis PT. Indomarco Pristama (Indomaret) sangatlah cepat dan luas. Total gerai pada tahun 2014 telah mencapai 10.600 gerai dan akan terus bertambah dan berkembang setiap harinya dan saat ini PT. Indomarco Pristama (Indomaret) telah memiliki 24 cabang yang tersebar di berbagai kota di seluruh wilayah Indonesia. Untuk mencapai visi dari PT. Indomarco Pristama (Indomaret) yaitu menjadi aset nasional dalam bentuk jaringan ritel waralaba yang unggul dalam persaingan global, dibutuhkan tenaga profesional muda yang memiliki jiwa kepemimpinan yang tinggi serta technical skill yang baik yang nantinya akan dipersiapkan untuk menjadi *future leader* PT. Indomarco Pristama (Indomaret).¹²²

2. Ketentuan Perizinan Waralaba di Kota Yogyakarta

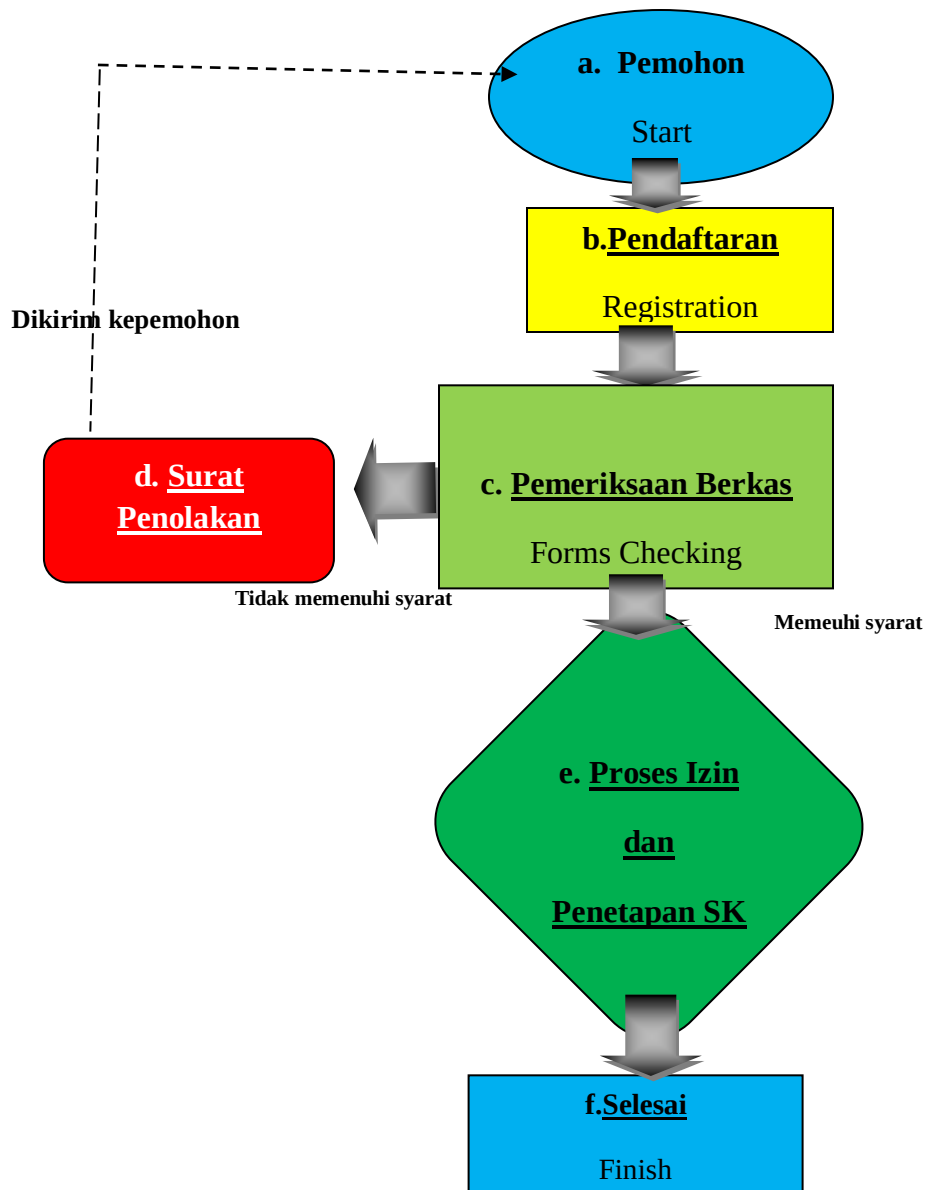
Ketentuan perizinan waralaba di atur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba dan Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba

¹²²Dadang Bunyamin dan Sekar Ayu Kartika Sari, *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Data Flow Diagram dan Flow Chart Pada Perusahaan Dagang PT Indomarco Pristama (Indomaret)*, Makalah, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran, 2016, hlm. 14.

Minimarket di Kota Yogyakarta. Adapun bagan dalam proses penerbitan Surat

Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) sebagai berikut:¹²³

PROSEDUR PELAYANAN IZIN
LICENSE SERVICES PROCEDURE



¹²³ Lampiran Keputusan Kepala Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta Nomor 73/KEP/DPMP/2017 tertanggal 31 maret 2017.

Penjelasan bagan tersebut di atas sebagai berikut:

- a. Pemohon datang ke Dinas Penanaman Modal dan Perizinan dengan membawa berkas permohonan lengkap dengan persyaratannya;
- b. Pendaftaran permohonan dan penyerahan tanda bukti pendaftaran kepada permohonan;
- c. Pemeriksaan berkas/dokumen kelengkapan dan kebenarannya;
- d. Jika berkas/dokumen permohonan tidak lengkap dan benar, maka pemohon akan ditolak dengan diterbitkan **surat penolakan** dan surat dikirim/disampaikan kepada pemohon;
- e. Jika berkas/dokumen permohonan lengkap dan benar, maka permohonan akan diproses lebih lanjut sampai ditetapkan Surat Keputusan pemberian Tanda Pendaftaran Waralaba(STPW) oleh Kepala Dinas dan pemberitahuan kepada pemohon untuk mengambil izin;
- f. Pengisian kuesioner SKM dalam aplikasi oleh pemohon, selanjutnya petugas diloket pengambilan & SKM menyerahkan izin kepada Pemohon.

Akan tetapi, sebelum penerbitan STPW sebagaimana diuraikan di atas, harus adanya perjanjian waralaba yang didaftarkan. Kemudian, pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.¹²⁴ Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas,

¹²⁴Pasal 10 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.¹²⁵Pendaftaran prospektus penawaran waralaba dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.¹²⁶

Permohonan pendaftaran prospektus penawaran waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi legalitas usaha. Permohonan pendaftaran perjanjian waralaba diajukan dengan melampirkan dokumen: fotokopi legalitas usaha; fotokopi perjanjian waralaba; fotokopi prospektus penawaran waralaba; dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/pengurus perusahaan. Permohonan pendaftaran waralaba diajukan kepada Menteri Perdagangan.Menteri Perdagangan menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) apabila permohonan pendaftaran Waralaba telah memenuhi persyaratan pendaftaran prospektus waralaba dan perjanjian waralaba. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Dalam hal perjanjian waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Proses permohonan dan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba tidak dikenakan biaya.¹²⁷STPW dinyatakan tidak berlaku apabila: jangka waktu STPW berakhir; perjanjian waralaba berakhir; atau

¹²⁵Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹²⁶Pasal 10 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹²⁷Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.¹²⁸

Permohonan STPW untuk pemberi waralaba berasal dari dalam negeri dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota setempat dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III A-2 Peraturan Menteri ini.¹²⁹

3. Implementasi Ketentuan Perizinan Ceria Mart/Toko Ceria

Pasal 3 Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 14 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Perizinan pada Pemerintah Kota Yogyakarta menyebutkan, penyelenggaraan perizinan yang didelegasikan kepada Dinas Perizinan, satu diantaranya adalah Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Akan tetapi, kenyataannya waralaba Ceria Mart untuk seluruh Kota Yogyakarta belum melakukan permohonan pendaftaran prospektus dan permohonan perjanjian tersebut, sehingga tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba kepada Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta.¹³⁰ Meskipun tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) tetap saja beroperasi sebagaimana layaknya waralaba ritel/eceran lain yang memiliki STPW

¹²⁸Pasal 8 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹²⁹Pasal 14 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹³⁰Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

tersebut.¹³¹ Dalam penindakan hukumnya terhadap Ceria Mart yang tidak memiliki izin dan STPW, bukanlah wewenang dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta melainkan sudah ada pembagian wewenang penindakan tersebut kepada Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta, kecuali waralaba Ceria mart tersebut benar-benar memiliki izin dan STPW namun dalam pelaksanaannya disalahgunakan maka yang menjadi kewenangan penindakan adalah Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta.¹³² Padahal pemberi waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. Penerima waralaba juga wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba, apabila tidak didaftarkan maka dikenakan sanksi administratif berupa: peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW; dan denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).¹³³ Namun pada praktiknya waralaba Ceria Mart tersebut hanya dikenakan sanksi berupa peringatan tertulis dan tidak dikenakan denda.¹³⁴

Denda dikenakan kepada pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, penerima waralaba berasal

¹³¹Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

¹³²Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

¹³³Pasal 26 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹³⁴Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, dan penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri ditetapkan dengan Peraturan Daerah yang besarannya berpedoman pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Perdagangan.¹³⁵ Denda tersebut disetor ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah.¹³⁶

Pengenaan denda dilaksanakan terhitung sejak batas waktu surat peringatan ke 3 (tiga) berakhir.¹³⁷ Dengan tidak adanya denda yang dikenakan kepada waralaba Ceria Mart di Kota Yogyakarta atas pelanggaran tidak memiliki izin, tidak mendaftarkan permohonan prospektus dan permohonan perjanjian sebagaimana dimaksud di atas sehingga tidak memiliki STPW¹³⁸, maka tidak ada setoran yang masuk ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta.¹³⁹

Dengan demikian waralaba Ceria Mart/Toko Ceria yang berada di Jalan Taman Siswa Kota Yogyakarta kedudukannya tidak sah dalam perspektif waralaba dikarenakan belum melakukan permohonan pendaftaran prospektus dan permohonan perjanjian waralaba sebagaimana yang diatur dalam Pasal 12 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang telah

¹³⁵Pasal 26 ayat (4) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹³⁶Pasal 26 ayat (5) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹³⁷Pasal 26 ayat (6) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

¹³⁸Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

¹³⁹Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

diuraikan di atas, sehingga tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta. Meskipun tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) tetap saja beroperasi sebagaimana layaknya waralaba ritel/eceran lain yang memiliki STPW tersebut.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Bahwa Ceria Mart untuk seluruh Kota Yogyakarta belum melakukan permohonan pendaftaran prospektus dan permohonan perjanjian tersebut, sehingga tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba kepada Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta. Meskipun tidak memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) tetap saja beroperasi sebagaimana layaknya waralaba ritel/eceran lain yang memiliki STPW tersebut. Dalam penindakan hukumnya terhadap Ceria Mart yang tidak memiliki izin dan STPW, bukanlah wewenang dari Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta melainkan sudah ada pembagian wewenang penindakan tersebut kepada Dinas Ketertiban Kota Yogyakarta, kecuali waralaba Ceria mart tersebut benar-benar memiliki izin dan STPW. Namun, dalam pelaksanaannya disalahgunakan maka yang menjadi kewenangan penindakan adalah Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta. Padahal pemberi waralaba wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. Penerima waralaba juga wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba, apabila tidak didaftarkan maka dikenakan sanksi administratif berupa: peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua) minggu terhitung sejak

tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW; dan denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah). Namun pada praktiknya waralaba Ceria Mart tersebut hanya dikenakan sanksi berupa peringatan tertulis dan tidak dikenakan denda. Dengan tidak adanya denda yang dikenakan kepada waralaba Ceria Mart di Kota Yogyakarta atas pelanggaran tidak memiliki izin, tidak mendaftarkan permohonan prospektus dan permohonan perjanjian sebagaimana dimaksud di atas sehingga tidak memiliki STPW, maka tidak ada setoran yang masuk ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah Kota Yogyakarta. Dengan demikian, waralaba Ceria Mart/Toko Ceria yang berada di Jalan Taman Siswa Kota Yogyakarta kedudukannya tidak sah dalam perspektif waralaba.

B. Saran

Bahwa Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta harus tegas dalam hal penindakan dan pengenaan sanksi terkait waralaba yang ada di Kota Yogyakarta apabila tidak memenuhi syarat-syarat dan ketentuan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2005 tentang

Izin Gangguan, Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010
tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU

Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Azas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Yogyakarta: Leksbang Mediatama, 2008.

Ahmad Azhar Basyir, *Asas-Asas Hukum Muamalat*, Yogyakarta: UII Press, 2000.

Arie Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002.

Aulia Muthiah, *Aspek Hukum Dagang dan Pelaksanaannya di Indonesia*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2016.

Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Edisi Empat*, Yogyakarta: ANDI, 2015.

Fatrturrahman Djamil, *Hukum Perjanjian Syari'ah dalam Kompilasi Hukum Perikatan* oleh Darus Badruzaman, et.al, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2001.

Ghufron A. Mas'adi, *Fiqh Muamalah Kontekstual*, Jakarta: RajaGrafindo, 2002.

Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2002.

_____, *Waralaba*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2001.

Imam Mustofa, *Fiqh Mu'amalah Kontemporer*, Jakarta: Rajawali Pers, 2016.

J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 1995.

Johannes Ibrahim dan Lindawaty, S. Sewu, *Hukum Bisnis dalam Persepsi Manusia Moderen*, Bandung: Rafika Aditama, 2004.

Lindawaty, S. Sewu, *Franchise: Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*, Bandung: Utomo, 2004.

M. Djumhana dan Djubaedillah, *Hak Milik Intelektual, Sejarah, Teori dan Praktiknya di Indonesia*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.

Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, 2014.

Muhammad Syaifuddin, *Hukum Kontrak (Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik, dan Praktik Hukum)*, Bandung: Mandar Maju, 2012.

Mukti Fajar ND dan Yulianto Achmad, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, 2013.

Moh. Basarah dan M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-aspek Hukumnya*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2008.

Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta: Sinar Grafika, 2013.

Rachmat Syafie'I, *Fiqh Muamalah*, Surakarta: Pustaka Setia, 2016.

Ridwan Khairandy, *Hukum Kontrak Indonesia dalam Perspektif Perbandingan*, Yogyakarta: FH UII Press, 2013.

Suwardi K. Lubis, *Hukum Ekonomi Islam*, Jakarta: Sinar Grafika, 2004.

Tim Lindsey, et.al, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Bandung: Alumni, 2013.

Wahbah Az-Zuhaili, *Al-Fiqh al-Islami wa Adillatuh*, Beirut: Dar Al-Fikr, 1989.

Wahbah Az-Zuhaili, *Fiqh Islam Wa Adillatuhu Jilid 4*, Jakarta: Gema Insani, 2011.

B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/Dag/PER/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 79 Tahun 2010 tentang Pembatasan Usaha Waralaba Minimarket di Kota Yogyakarta.

C. KARYA TULIS ILMIAH (TESIS)

Nurin Dewi Arifiah, *Pelaksanaan Perjanjian Bisnis Waralaba serta Perlindungan Hukumnya bagi Para Pihak*, Tesis Program Pasca Sarjana Program Studi Magister Kenotariatan, Universitas Diponegoro, Semarang, 2008.

Dadang Bunyamin dan Sekar Ayu Kartika Sari, *Analisis Sistem Informasi Akuntansi Data Flow Diagram dan Flow Chart Pada Perusahaan Dagang PT Indomarco Prismaatama (Indomaret)*, Makalah, Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Padjajaran, 2016.

D. JURNAL DAN PIDATO PENGUKUHAN GURU BESAR

Deny Setiawan, Kerja Sama (Syrikah) dalam Ekonomi Islam, Artikel pada Jurnal Ekonomi, No. 3, Vol. 21, September 2013.

Lathifah Hanim, Perlindungan Hukum HKI dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia, Artikel pada Jurnal Hukum, No. 2, Vol. XXVI, Agustus 2011.

M. Muchtar Rivai, Pengaturan Waralaba di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis, Artikel pada Jurnal Liquidity, No. 2, Vol. 1, Juli-Desember 2012.

Made Emy Andayani dan I Wayan Wijaya, Pengaturan Hukum Toko Modern Waralaba Terhadap Eksistensi Pasar Tradisional di Kota Denpasar, Artikel pada Jurnal Advokasi, No. 1, Vol. 5, Maret 2015.

Marissa Vydia Awaluddin, Aspek Yuridis Perjanjian Waralaba Sebagai Perjanjian Khusus, Artikel pada Jurnal Lex Privatum, No. 1, Vol. 1, 2013.

Yusnani, Sistem Bisnis Franchise dalam Pandangan Islam, Artikel pada Jurnal Akuntansi dan Manajemen, No. 2, Vol. 7, Desember 2012.

Sudarmiatin, *Praktik Bisnis Waralaba (Franchisee) di Indonesia, Peluang Usaha dan Investasi*, Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Bidang Ilmu Manajemen pada Fakultas Ekonomi, Disampaikan dalam Sidang Senat Terbuka Universitas Negeri Malang, 2011.

E. WAWANCARA

Wawancara dengan Saudari Janti Karyawan Ceria Mart/Toko Ceria Jalan Taman Siswa Yogyakarta, Selasa 15 November 2016.

Wawancara dengan Ibu Yustina Nining, W, SH, Kepala Seksi Dinas Penanaman Modal dan Perizinan Kota Yogyakarta, Rabu, 17 Mei 2017.

F. MEDIA CETAK DAN INTERNET

Kompas, tanggal 24 November 2016.

<http://jogja.tribunnews.com/2016/02/04/minimarket-tak-berizin-masih-saja-beroperasi>, diakses tanggal 11 Oktober 2016. Pukul 6.45 WIB.

http://e-statushki.dgip.go.id/index.php/web/search_result## diakses tanggal 21 Oktober 2016. Pukul 08.53 WIB.

<http://www.tiendeo.co.id/offers-catalogues/ceriamart>, diakses tanggal 19 Oktober 2016. Pukul 13.15 WIB.

<http://www.franchiseindonesia.or.id/2016/pengertian-franchise-sebenarnya>, diakses tanggal 9 Januari 2017.

<http://muhsinhar.staff.umy.ac.id/bisnis-franchise-dalam-perspektif-hukum-positif-dan-hukum-islam/>, diakses tanggal 13 April 2017. Pukul 11.29 WIB.

<http://www.franchiseindonesia.or.id/2016/pengertian-franchise-sebenarnya>, diakses tanggal 9 Januari 2017.

http://e-statushki.dgip.go.id/index.php/web/search_result## diakses tanggal 21 Oktober 2016. Pukul 08.53 WIB.

<http://jateng.metrotvnews.com/read/2015/08/26/162450/sembilan-gerai-ceriamart-tak-kantongi-izin-pemkot-yogya>, diakses tanggal 3 Oktober 2017. Pukul 18.46 WIB.