PELAKSANAAN PENDAFTARAN PERJANJIAN WARALABA DALAM NEGERI DITINJAU DARI PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN R.I. NOMOR: 57/M-DAG/PER/9/2014 TENTANG PENYELENGGARAAN WARALABA DI KOTA SEMARANG

SKRIPSI

Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum

Oleh

HERNI ANING SUBANDINI

8111414027

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2018

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul "Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang", disusun oleh Herni Aning Subandini (8111414027) telah disetujui untuk dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Jumat

Tanggal : 11 Mei 2018

Menyetujui,
Pembimbing

Andry Setiawan, S.H., M.H.
NIP. 197403202006041001

Mengetahui,
Wakil Dekan Bidang Akademik
Fakultas Hukum UNNES

Dr. Martitah, M.Hum.
NIP. 196205171986012001

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang", disusun oleh Herni Aning Subandini (8111414027) telah dipertahankan di hadapan Sidang Ujian Skripsi Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang pada:

Hari : Senin

Tanggal : 28 Mei 2018

Penguji Utama

Waspiah S.H., M.H.

NIP. 198104112009122002

Penguji I

Dr. Dewi Sulistianingsih, S.H., M.H.

NIP. 198001212005012001

Penguji II

Andry Setiawan, S.H., M.H.

NIP. 197403202006041001

Mengetahui

Dekan Fakultas Hukum

Dr. Rodiyah, S. Pd., S.H., M.Si.

NIP. 197206192000032001

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Herni Aning Subandini

NIM : 8111414027

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang" adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari diketahui adanya plagiasi maka saya siap mempertanggungjawabkan secara hukum.

Semarang, Mei 2018

Yang Menyatakan

Herni Aning Subandini

NIM 8111414027

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Semarang saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Herni Aning Subandini

NIM : 8111414027

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Demi pembangunan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Semarang **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas skripsi saya yang berjudul:

"Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang". Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Negeri Semarang berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database) merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Semarang

Pada Tanggal: **14 mei 2018**

Yang Menyatakan,

METERAI TEMPEL

CF1A1AFF046280447

6000

ENAM RIBU RUPIAH

Herni Aning Subandini

NIM 8111414027

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

1. Maka Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan (Q.S. Al-Insyirah: 5).
2. Barang siapa bertakwa kepada Allah niscaya Dia akan membukakan jalan keluar baginya, dan Dia memberinya rezeki dari arah yang tidak disangka-sangka. Dan barang siapa bertawakal kepada Allah, niscaya Allah akan mencukupkan (keperluan) nya. Sesungguhnya Allah melaksanakan urusan-Nya. Sungguh Allah telah mengadakan ketentuan bagi setiap sesuatu (Q.S. At-Talaq: 2-3).

PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

1. Allah SWT yang telah melimpahlan rahmat, hidayah dan keridhoan-Nya kepada penulis.
2. Kedua orangtua, Ibu Mariyah dan Bapak Supriyo yang saya sayangi, Mas Fauzi dan Mas Sigit, Lita serta keluarga besar yang selalu memberikan doa dan dukungan.
3. Seluruh teman-teman angkatan 2014 yang selalu memberikan dukungan.
4. Almamater UNNES dan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga skripsi yang berjudul "Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang" dapat terselesaikan. Penyelesaian skripsi bertujuan untuk melengkapi persyaratan memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

Penyelesaian penelitian hingga tersusunya skripsi ini atas bantuan dari berbagai pihak, sehingga dengan rendah hati penulis sampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahlan rahmat, hidayah dan keridhoan-Nya kepada penulis.
2. Prof. Dr. Fatkhur Rokhman, M. Hum. selaku Rektor Universitas Negeri Semarang.
3. Dr. Rodiyah, S.Pd., S.H., M.Si. selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
4. Andry Setiawan, S.H., M.H. selaku Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, motivasi, bantuan, saran, dan kritik dengan sabar sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Suhadi, S.H., M.Si. selaku Dosen Wali selama proses perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.
6. Seluruh Dosen dan Staf Akademika Fakultas Hukum Universitas Negeri Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

7. Bapak Sigit Hery P., S.Kom. selaku staf DPM-PTSP Kota Semarang yang telah membantu memberikan informasi dalam penelitian skrispsi penulis.
8. Ibu Andriana Purwantini, S.H., M.M. selaku Kepala Seksi Pembinaan dan Pengembangan Usaha Dinas Perdagangan Kota Semarang yang telah membantu memberikan informasi dalam penulisan skripsi ini.
9. Bapak Rachmat A.N., S.H. dari Asosiasi Franchise Indonesia yang telah membantu memberikan informasi dan bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
10. Seluruh *franchisor* dan *franchisee* yang telah membantu memberikan informasi dalam proses penulisan skripsi ini.
11. Kedua orangtua saya Ibu Mariyah dan Bapak Supriyo, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat yang tiada henti dengan tulus dan ikhlas kepada penulis.
12. Kakak-kakak dan adik tersayang, Mas Retno Hadi Fauzi, Mba Rini, Mas Sigit Priyadi, Dek Dwi Putri Lestari, Dek Adinda Faurin yang selalu memberikan dukungan. Serta tidak lupa pula keluarga besar dari Bapak dan Ibu saya yang selalu memberkan doa dan motivasi.
13. Keluarga besar UKM Lex Scientia, baik alumni, senior, teman-teman angkatan 2014, dan adik-adikku yang telah memberikan ilmu dan pengalaman yang dapat dijadikan pembelajaran hidup bagi penulis
14. Sahabat-sahabat yang saya sayangi (Nur Taufiq Hidayat, S.H., Alifa Nurrojaba, S.H., Fifi Nofita, S.H., Nina Ayu, S.H., Astri Aolia Istiqomah, S.H., Lailatul Khodriyah, S.H., Sifatul Imamah, Aris Wijayanti, S.Si., dan Tera Pertiwi Atika, S.Pd., Intan Suci Lestari S.Pd., Aditya Wibowo, S.H.), teman-teman bang mawi kost (Nunik Nur Uyun, S.Pd., Ayu, Ica, selva, Ana,

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Atun, Yuyun, Meisa), Seniorku (Mas Bagas, Mas Reza, Mas Roy, Mba Isti, Mba Rini, Mba Devi) atas bantuan, semangat dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

15. Seluruh teman-teman seperjuangan Fakultas Hukum 2014, terima kasih atas segalanya. Semoga kita dapat meraih kesuksesan bersama di masa depan.
16. Seluruh teman-teman Kuliah Kerja Nyata (KKN) Revolusi Mental Desa Salamsari, Kecamatan Boja yang telah memberikan motivasi dan dukungannya kepada penulis.
17. Semua pihak yang telah membantu, yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu.

Semoga semua pihak mendapatkan balasan kebaikan dari Allah SWT .

Penulis,

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

ABSTRAK

Subandini, Herni Aning. 2018. *Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang*. Skripsi, Fakultas Hukum, Universitas Negeri Semarang. Andry Setiawan, S.H., M.H.

Kata Kunci: waralaba, pendaftaran, perjanjian, urgensi, pelaksanaan.

Waralaba adalah suatu bisnis yang didasarkan pada perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba, mewajibkan adanya pendaftaran perjanjian waralaba oleh penerima waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Pendaftaran perjanjian waralaba merupakan suatu bentuk perlindungan dan kepastian hukum di tengah-tengah waralaba yang berkembang pesat seperti halnya di Kota Semarang. Permasalahan yang timbul dengan berkembang pesatnya waralaba di Kota Semarang, mengakibatkan ketidakteraturan penerima waralaba yang mendaftarkan perjanjian waralabanya. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah pada skripsi ini yaitu: (1) bagaimana pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba dalam negeri ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 di Kota Semarang ?; dan (2) Bagaimana kendala dan upaya yang di lakukan pemerintah dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang ?.

Jenis penelitian pada skripsi ini adalah yuridis sosiologis dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan adalah analisis data kualitatif.

Hasil penelitian pada skripsi ini yaitu (1) pendaftaran perjanjian waralaba penting untuk dilaksanakan sebagai bentuk pemberian kepastian dan perlindungan hukum bagi penerima waralaba, namun pada praktiknya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang tidak terlaksana. (2) Tidak terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba disebabkan oleh beberapa kendala internal dan kendala eksternal. terhadap kendala tersebut, Dinas Perdagangan Kota Semarang telah melakukan dan merencanakan beberapa upaya demi terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

Simpulan dari penelitian ini adalah: (1) pendaftaran perjanjian waralaba untuk menerbitka STPW yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 di Kota Semarang tidak terlaksana (2). adanya suatu kendala yang menyebabkan tidak terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang mengartikan bahwa Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tidak berjalan efektif di Kota Semarang. Saran dari penulis yaitu Dinas Perdagangan Kota Semarang, DPM-PTSP Kota Semarang dan penerima waralaba perlu saling bekerjasama demi terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**

PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**

HALAMAN PENGESAHAN ..... **iii**

PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **iv**

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **v**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN ..... **vi**

KATA PENGANTAR ..... **vii**

ABSTRAK ..... **x**

DAFTAR ISI ..... **xi**

DAFTAR SINGKATAN ..... **xiv**

DAFTAR TABEL ..... **xv**

DAFTAR BAGAN ..... **xvi**

DAFTAR GAMBAR ..... **xvii**

DAFTAR LAMPIRAN ..... **xviii**

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang 1

1.2. Identifikasi Masalah 5

1.3. Pembatasan Masalah 6

1.4. Rumusan Masalah 6

1.5. Tujuan Penelitian 7

1.6. Manfaat Penelitian 7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitan Terdahulu 9

2.2. Landasan Teori 13

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.2.1. Teori Efektivitas Hukum 13

2.3. Landasan Konseptual 16

2.3.1. Tinjauan Umum Waralaba 18

2.3.1.1. Sejarah Waralaba 16

2.3.1.2. Pengertian Waralaba 18

2.3.1.3. Subjek Waralaba 21

2.3.1.4. karakteristik waralaba 25

2.3.1.5. Hak dan Kewajiban 29

2.3.1.6. Perjanjian Waralaba 31

2.3.1.7. Pendaftaran Perjanjian Waralaba 38

2.3.2. Tinjauan Umum Merek 43

2.3. Kerangka Berfikir 53

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan penelitian 54

3.2. Jenis Penelitian 55

3.3. Fokus Penelitian 55

3.4. Lokasi Penelitian 56

3.5. Sumber Data 58

3.6. Teknik Pengambilan Data 59

3.7. Validitas Data 60

3.8. Analisis Data 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Fokus Penelitian 67

4.2. Hasil Penelitian 81

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

4.2.1. Pelaksanaan Pendaftan Perjanjian Waralaba di Kota Semarang 81
4.2.2. Kendala Dan Upaya Dalam Pendaftaran Perjanjian Waralaba di Kota Semarang 98
4.3. Pembahasan 112
4.3.1. Pelaksanaan Pendaftan Perjanjian Waralaba di Kota Semarang 112
4.3.2. Kendala Dan Upaya Dalam Pendaftaran Perjanjian Waralaba di Kota Semarang 140
BAB V PENUTUP
5.1. Simpulan 167
5.2. Saran 168
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR SINGKATAN

AFI	Asosiasi *Franchise* Indonesia
BO	*Business Opportunity*
DMP-PTSP	Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
FTC	*Federal Trade Commision*
IFA	*International Franchise Asociation*
ILO	*International Labour Organization*
Satol PP	Satuan Polisi Pramong Praja
STPW	Surat Tanda Pendaftaran Waralaba
UFOC	*Uniform Franchise Offering Circulair*

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Penelitian Terdahulu 9

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Berfikir 53

Bagan 3.1. Komponen Dalam Analisis Data Model Miles dan Huberman 66

Bagan 4.1. Struktur organisasi DPM-PTSP Kota Semarang 71

Bagan 4.2. Struktur organisasi Dinas Perdagangan Kota Semarang 74

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Syarat Pendaftaran Perjanjian Waralaba 136

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Form Pembimbing Penulisan Skripsi

Lampiran 2 Instrumen Penelitian

Lampiran 3 Surat Izin Penelitian di Dinas Perdagangan Kota Semarang

Lampiran 4 Surat Izin Penelitian di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang

Lampiran 5 Surat Izin Penelitian di Asosiasi Franchise Indonesia

Lampiran 6 Surat Izin Penelitian di Primagama Kota Semarang

Lampiran 7 Rekapan Data Perizinan di DPM-PTSP Kota Semarang

Lampiran 8 Rancangan Peraturan Walikota Semarang tentang Perizinan, Pembinaan dan pengawasan waralaba

Lampiran 9 Foto-Foto Wawancara dengan Para Informan dan Responden

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Globalisasi merupakan suatu perubahan keadaan yang sifatnya mendunia. Globalisasi menyebabkan terbukanya kesempatan seluas-luasnya arus perdagangan dan jasa tanpa mengenal batas suatu negara. Terbukanya kesempatan tersebut ditandai dengan berbagai jenis usaha perdagangan barang atau jasa asing masuk kedalam kedaulatan suatu negara. Globalisasi membawa dampak positif bagi perkembangan dibidang perdagangan dan ekonomi yang disebabkan oleh arus perdagangan barang atau jasa tersebut. Indonesia merupakan salah satu negara yang juga terkena dampak globalisasi tersebut yaitu bidang perdagangan di Indonesia semakin meningkat. Meningkatnya bidang perdagangan di Indonesia tersebut ditandai dengan banyaknya jenis usaha dari luar negeri membuka usahanya di Indonesia. Pelaku usaha dalam negeri pun tidak ketinggalan, mereka mampu berkembang dan mampu bersaing dengan usaha-usaha luar negeri yang ada di Indonesia dengan berbagai jenis usaha yang dijalankan. Salah satu jenis usaha perdagangan yang berkembang di Indonesia adalah usaha dengan sistem pola kemitraan waralaba atau yang biasa dikenal dengan istilah *franchise*.

Waralaba merupakan sebuah sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, dimana ada pemberi waralaba yang memberikan hak istimewanya kepada penerima waralaba berdasarkan perjanjian untuk melaksanakan suatu sistem usaha milik pemberi waralaba tersebut dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan pada suatu tempat tertentu. Peraturan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 1 ayat (1) menerangkan pengertian waralaba yaitu bahwa:

> "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".

Kegiatan usaha waralaba dilaksanakan oleh para pihak waralaba yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba dalam Pasal 1 angka (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menjelaskan pengertian pemberi waralaba, bahwa pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Pengertian penerima waralaba dalam Pasal 1 angka (3) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yaitu bahwa penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Pertumbuhan waralaba di Indonesia semakin meningkat, tercatat pertumbuhan waralaba pada tahun 2008 mencapai 57,6% yang meningkat dari tahun sebelumnya yang mencapai 35,4%. Perkembangan waralaba pada tahun 2008 tercatat sebanyak 250 waralaba asing dan 450 waralaba lokal yang tersebar di 31.827 gerai dan memiliki nilai omset penjualan sebesar Rp81,03 triliun (Tim Penelitian dan Pengembangan Perkreditan dan UMK BI 2009: 3).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Berdasarkan data *International Franchise Association* (IFA) pada tahun 2014, Indonesia tercatat memiliki sekitar 698 waralaba dengan jumlah gerai sebanyak 24 ribu yang terdiri dari 63 persen waralaba dan *Business Opportunity* (BO) lokal, 37 persen waralaba asing (https://economy.okezone.com). Pada dua tahun berikutnya yaitu tahun 2016, di Indonesia, bisnis waralaba tercatat memberikan kontribusi positif pada perekonomian nasional, menjaga perekonomian tetap berputar di tengah kelesuan ekonomi. Di Indonesia tercatat ada 698 waralaba dengan jumlah gerai 24.400 yang terdiri dari 63% waralaba lokal serta 37% mancanegara. Dengan omzet mencapai Rp 172 triliun. Industri waralaba di Indonesia sendiri masih akan terus berkembang seiring dengan giatnya inovasi yang dilakukan para pelaku industri di sektor tersebut (http://www.kemendag.go.id/). Berdasarkan data tersebut diatas, menandakan perkembangan waralaba lokal atau waralaba dalam negeri juga mengalami peningkatan.

Waralaba adalah suatu bisnis yang didasarkan pada perjanjian tertulis dua pihak, yaitu antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjalankan bisnis dari pemberi waralaba dengan sistem yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba. Dasar dari penyelanggaraan kegiatan waralaba yaitu terletak pada perjanjian tertulis tersebut. Perjanjian waralaba tersebut memuat klausul-klausul yang telah disepakati bersama tentang apa-apa saja yang digunakan dalam melaksanakan usaha waralaba serta memuat hak dan kewajiban bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Sebagai bentuk pemberian kepastian hukum, berdasarkan peraturan perundang-undangan yaitu dalam Pasal 11 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, dan peraturan pelaksanaannya yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba Pasal 10, yang pada pokoknya menyatakan bahwa penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) tersebut merupakan suatu bukti pendaftaran perjanjian yang diberikan kepada penerima waralaba. Peraturan tersebut mengatur mengenai kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba, mekanisme pendaftaran perjanjian waralaba serta sanksi yang diterapkan apabila tidak melakukan pendaftaran perjanjian waralaba.

Pendaftaran perjanjian waralaba merupakan sebuah kewajiban yang harus dilaksanakan. Kewajiban tersebut disertai konsekuensi sanksi apabila tidak dilaksanakan yaitu sanksi administratif berupa peringatan tertulis dan denda. Perjanjian waralaba antara para pihaknya merupakan hal yang wajib dalam pelaksanaan usaha waralaba sebagai dasar hukum yang kuat bagi para pihaknya. Kewajiban pendaftaran tersebut dilakukan guna memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba. Kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba sebagai bentuk pemberian kepastian hukum tersebut merupakan hal yang menarik untuk penulis melakukan penelitian di Kota Semarang yang pertumbuhan waralabanya pesat.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Kota Semarang merupakan Ibukota Provinsi Jawa Tengah yang merupakan tempat strategis untuk mengembangkan usaha dengan sistem waralaba. Saat ini di Kota Semarang terdapat beberapa usaha waralaba seperti misalnya, KFC, MCD, Indomaret, Alfamart, Es Teller 77, Baba Rafi, Rocket Chicken dan lain-lainnya yang terus berkembang pesat. Permasalahan yang timbul dengan berkembang pesatnya waralaba di Kota Semarang tersebut, mengakibatkan ketidakteraturan penerima waralaba yang mendaftarkan perjanjian waralabanya. Permasalahan tersebut merupakan hal yang menarik untuk penulis melakukan penelitian. Penelitian yang akan penulis lakukan mengenai bagaimana pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba, kendala-kendala serta upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

Berdasarkan uraian-uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk membuat sebuah karya tulis ilmiah dalam bentuk skripsi dengan judul "Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang".

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, penulis mengidentifikasi masalah yang terjadi yaitu sebagai berikut:

1. Penerima waralaba di Kota Semarang tidak mendaftarkan perjanjian waralaba.
2. Tidak adanya kepastian hukum bagi penerima waralaba di Kota Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

3. Sulitnya persyaratan administrasi dalam pendaftaran perjanjian waralaba.
4. Kurangnya pengetahuan penerima waralaba di Kota Semarang tentang kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba.

1.3. Pembatasan Masalah

Permasalahan yang meluas dalam pendaftaran perjanjian waralaba membuat penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas oleh penulis dalam karya tulis ini sebagai berikut:

1. Kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan waralaba.
2. Pentingnya pendaftaran perjanjian waralaba dan kepastian hukum atas pendaftaran perjanjian waralaba.
3. Mekanisme pendaftaran perjanjian waralaba dan pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba.
4. Kendala-kendala yang menghambat pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba, serta upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang diangkat penulis dalam karya tulis ini adalah sebagai berikut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Bagaimana pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba dalam negeri ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang ?

2. Bagaimana Kendala dan upaya yang di lakukan pemerintah Kota Semarang dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang ?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui dan menganalisis pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba dalam negeri ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang.
2. Mengetahui dan menganalisis kendala serta upaya pemerintah Kota Semarang dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dengan adanya penelitian yang dituangkan dalam karya tulis ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
   a. Penelitian ini nantinya akan berguna untuk perkembangan ilmu hukum di bidang ekonomi dan perdagangan, khususnya di bidang waralaba.
   b. Penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran-pemikiran yang akan dijadikan arah atau pedoman untuk penelitian sejenis.
2. Manfaat praktis
   a. Bagi masyarakat

      Penelitian ini nantinya dapat menjadikan masyarakat memperoleh wawasan dan pengetahuan mengenai kewajiban pendaftaran perjanjian

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

waralaba serta dapat meningkatkan partisipasi masyarakat yang memiliki usaha waralaba untuk mendaftarkan perjanjian waralabanya.

b. Bagi pemerintah

Penelitian ini dapat membantu pemerintah khusunya pemerintah Kota Semarang dalam menganalisa dan mensosialisasikan usaha waralaba khususnya dalam hal kewajiban pendaftaran dan perizinan usaha waralaba, sebagai data penunjang bagi pemerintah dalam menentukan kebijakan terkait usaha waralaba.

c. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini dapat mendorong adanya pertumbuhan ekonomi, serta kepatuhan pelaku usaha untuk mematuhi peraturan perundang-undangan mengenai usaha waralaba.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan pemeriksaan dan hasil-hasil penelitian terdahulu, penelitian mengenai Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang belum pernah diteliti dalam topik permasalahan yang sama, meskipun ada beberapa judul yang memiliki keterkaitan, berikut ini akan dijabarkan penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.1. Pembahasan Penelitian Terdahulu

No	Literatur	Judul	Pembahasan
1.	Skripsi, oleh Haswer Boris Manurung Tahun 2010. Universitas Katolik Soegijapranata	Pelaksanaan Pembinaan dan Pengawasan Usaha Waralaba Di Kota Semarang (Studi Kasus PT. Sumber Alfaria Trijaya / Alfamart).	Skripsi tersebut membahas tentang pelaksanaan pembinaan dan pengawasan usaha waralaba Alfamart di Kota Semarang, yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Semarang yang merupakan unsur pelaksana pemerintah daerah terhadap Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
2.	Tesis, Oleh Akbar Hiznu Mawanda Tahun 2012. Universitas Airlangga	Urgensi Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) Terhadap Keabsahan Suatu Perjanjian	Tesis tersebut membahas tentang keabsahan suatu perjanjian waralaba setelah didaftarkan dan mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

		Waralaba	
3.	Skripsi, Oleh Cicilia Agustina Taahun 2014. Universitas Atma Jaya Jogjakarta	Implementasi Pasal 10 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2012 Tentang Ketentuan Kewajiban Penerima Waralaba untuk Mendaftarkan Perjanjian Waralaba (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)	Skripsi tersebut membahas mengenai eksistensi Pemerintah dalam menegakan implementasi dari Pasal 10 ayat (3) Peraturan Menteri Nomor 53 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan waralaba yaitu mengenai implementasi pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Yogyakarta.
4.	Skripsi, Oleh Herni Aning Subandini Tahun 2018. Universitas Negeri Semarang	Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang	Penelitian yang penulis laksanakan mengenai pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang sebagai bentuk kepastian hukum bagi para pihak waralaba, kendala-kendala yang mempengaruhi pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba serta bagaimana upaya yang dilakukan pemerintah dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang

Tabel diatas merupakan beberapa penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan penelitian penulis. Berdasarkan pemeriksaan dan hasil-hasil penelitian yang ada, penelitian mengenai Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang memiliki perbedaan dengan penelitian terdahulu tersebut, adapun perbedaannya yaitu sebagai berikut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Penelitian yang dilakukan oleh Haswer Boris Manurung dengan judul Pelaksanaan "Pembinaan dan Pengawasan Usaha Waralaba Di Kota Semarang (Studi Kasus PT. Sumber Alfaria Trijaya / Alfamart)". Penelitian tersebut membahas tentang pembinaan dan pengawasan pemerintah pada usaha waralaba Alfamart di Kota Semarang. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu penulis meneliti dan menganalisa mengenai pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba oleh penerima waralaba di Kota Semarang, kendala-kendala serta upaya yang dilakukan pemerintah Kota Semarang dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba.
2. Penelitian yang dilakukan oleh Akbar Hiznu Mawanda dengan judul "Urgensi Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) Terhadap Keabsahan Suatu Perjanjian Waralaba". Penelitian tersebut membahas tentang keabsahan suatu perjanjian waralaba setelah didaftarkan dan melakukan pendaftaran Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu penulis tidak menganalisa keabsahan perjanjian waalaba setelah didaftarkan oleh penerima waralaba, penulis hanya menganalisa mengenai pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di kota semarang, kendala yang menghambat pendaftaran perjanjian waralaba tersebut serta upaya yang dilakukan dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Cicilia Agustina dengan judul "Implementasi Pasal 10 ayat (3) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Tahun 2012 Tentang Ketentuan Kewajiban Penerima Waralaba untuk Mendaftarkan Perjanjian Waralaba (Studi Kasus di Kota Yogyakarta)". Penelitian tersebut membahas tentang eksistensi pemerintah dalam mengimplementasikan dari Pasal 10 ayat (3) Peraturan Menteri Nomor 53 Tahun 2012 tentang penyelenggaraan waralaba. Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian penulis yaitu penulis tidak hanya meneliti pada pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di tingkat pemerintah atau dinas yang berwenang saja, melainkan penulis juga akan meneliti pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba dari sisi penerima waralaba untuk mencari kendala-kendala apa saja yang menyebabkan tidak terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang. Penulis juga akan meneliti mengenai upaya yang dilakukan pemerintah Kota Semarang dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

Ketiga penelitian terdahulu tersebut diatas, sudah jelas berbeda dengan penelitian yang dilakukan penulis. Penelitian membahas mengenai Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.2. Landasan Teori

2.2.1. Teori Efektivitas hukum

Teori ini menjelaskan mengenai bekerjanya suatu aturan perundang-undangan ketika diterapkan dalam masyarakat. Termasuk di dalamnya adalah penjelasan mengenai hambatan-hambatan (Dewata dan Achamad 217:141). Efektivitas hukum berarti bahwa orang benar-benar berbuat sesuai dengan norma-norma hukum sebagaimana mereka harus berbuat, bahwa norma-norma diterapkan dan dipatuhi (Kelsen 2014: 53).

Teori efektivitas hukum dikemukakan oleh Bronislaw Malinowski dan Soerjono Soekanto. Bronislaw Malinowski menganalisis efektivitas hukum dalam masyarakat, menurutnya masyarakat dapat dibedakan menjadi 2 yaitu masyarakat modern dan masyarakat primitif. Bronislaw Malinowski menyajikan teori efektivitas hukum dengan menganalisis tiga masalah yang meliputi (Halim HS dan Erlies Septiana Nurbani 2014: 305):

1. Dalam masyarakat modern, tata tertib kemasyarakatan dijaga antara lain oleh suatu sistem pengendalian sosial yang bersifat memaksa, yaitu hukum, untuk melaksanakannya hukum didukung oleh suatu sistem alat-alat kekuasaan (kepolisian, pengadilan dan sebagainya) yang diorganisasi oleh suatu negara.
2. Dalam masyarakat primitif alat-alat kekuasaan serupa itu kadang-kadang tidak ada.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

3. Dengan demikian apakah dalam masyarakat primitif tidak ada hukum.

Teori efektivitas hukum menurut Soerjono Soekanto adalah bahwa efektif atau tidaknya suatu hukum ditentukan oleh 5 (lima) faktor, yaitu: (Soekanto 2008: 8).

1. Faktor hukumnya sendiri (undang-undang).
2. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang membentuk maupun menerapkan hukum.
3. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum.
4. Faktor masyarakat, yakni lingkungan dimana hukum tersebut berlaku atau diterapkan.
5. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia di dalam pergaulan hidup.

Kelima faktor di atas saling berkaitan dengan eratnya, oleh karena merupakan esensi dari penegakan hukum, juga merupakan tolak ukur daripada efektivitas penegakan hukum.

Teori efektivitas hukum yang dikemukakan Soerjono Soekanto tersebut relevan dengan teori yang dikemukakan oleh Romli Atmasasmita yaitu bahwa faktor-faktor yang menghambat efektivitas penegakan hukum tidak hanya terletak pada sikap mental aparatur penegak hukum (hakim, jaksa, polisi dan penasihat hukum) akan tetapi juga terletak pada faktor sosialisasi hukum yang sering diabaikan (Atmasasmita 2001: 55).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Menurut Satjipto Rahardjo (2000), berlakunya hukum dibedakan atas tiga hal, yaitu berlakunya secara filosofis, yuridis, dan sosiologis. Bagi studi hukum dalam masyarakat maka yang penting adalah hal berlakunya hukum secara sosiologis, yang intinya adalah efektivitas hukum. Studi efektivitas hukum merupakan suatu kegiatan yang memperlihatkan suatu strategi perumusan masalah yang bersifat umum, yaitu suatu perbandingan antara realistas hukum dan ideal hukum, secara khusus terlihat jenjang antara hukum dalam tindakan (*law in action*) dengan hukum dalam teori (*law in theory*), atau dengan perkataan lain, kegiatan ini akan memperlihatkan kaitan antara *law in book* dan *law in action.*

Keefektifan hukum tersebut dapat terlaksana apabila masyarakat berperilaku sesuai dengan yang diharapkan atau diatur dalam peraturan perundang-undangan dengan demikian tercapailah tujuan hukum dari suatu peraturan perundang-undangan tersebut.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.3. Landasan Konseptual

2.3.1. Tinjauan Umum Waralaba

2.3.1.1. Sejarah Waralaba

Waralaba dikenal di Amerika Serikat dua abad yang lalu, dengan sistem waralaba pertama kalinya dimulai pada tahun 1851. Pada saat itu sistem waralaba tersebut dinamakan dengan sistem waralaba Amerika generasi pertama. Sistem tersebut berupa pemberian lisensi bagi penggunaan nama pada industri minuman, kemudian berkembang sebagai pemasaran industri mobil (Sutedi 2008: 1).

Setelah perang dunia ke II berkembanglah sistem waralaba generasi kedua yang disebut sebagai *entire business franchising* di Amerika Serikat. Pada sistem generasi kedua tersebut pada konsepnya bahwa ikatan perjanjian tidak hanya aspek produksi, melainkan juga meliputi seluruh aspek pengoperasian perusahaan dari pemberi waralaba dari bagaimana kebijakan perusahaannya, sistem manajemen pelaksanaan usahanya maupun organisasi perusahaannya (Sutedi 2008: 3).

Pada Tahun 1960 dibentuklah *Internasional Franchise Association* (IFA). Tujuan dibentuknya IFA tersebut yakni untuk menciptakan iklim industri bisnis waralaba yang dapat dipercaya. IFA menyusun suatu kode etik waralaba sebagai pedoman anggota IFA dalam menjalankan usaha waralabanya (Sutedi 2008: 4).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Pada tahun 1970 hingga rentang tahun 1977 usaha waralaba mengalami ekspansi yang luas di Amerika Serikat. Pada saat itulah terbentuk sistem waralaba generasi ketiga dengan motto "*partners for profit*", "*community interest*", "*franchising-partner*" yang ditandai dengan pemberian kesempatan kepada penerima waralaba untuk lebih terlibat dalam pengendalian sistem waralaba (Sutedi 2008: 5).

Masuknya Shakey Pisa, KFC, Swensen dan Burger King pada akhir 1970-an merupakan awal pengenalan *franchise* di Indonesia, akan tetapi perkembangan waralaba di Indonesia mulai terlihat pada tahun 1990-an dan mengalami perkembangan pesat dalam 5 tahun terakhir. Pada awal tahun 1990-an, waralaba di Indonesia berjumlah 35 buah, dimana waralaba asing sebanyak 29 dan waralaba lokal berjumlah 6 buah (Tim Penelitian dan Pengembangan Perkreditan dan UMK BI 2009: 3). Pada tanggal 22 November 1991 dibentuklah Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) yang dijadikan wadah sebagai naungan pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pembentukan AFI tersebut atas bantuan *International Labour Organization* (ILO) dan pemerintah Indonesia. Harapan dari terbentuknya AFI adalah terciptanya industri waralaba yang kuat dan sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi nasional yang berbasis usaha kecil dan menengah.

Waralaba di Indonesia diatur secara umum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Kecil yang kemudian Undang-Undang tersebut diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah. Kemudian diatur lebih lanjut dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. kemudian diatur lebih lanjut di dalam peraturan pelaksananya yaitu Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008, kemudian diganti oleh Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba dan telah mengalami perubahan yaitu Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelanggaran Waralaba.

2.3.1.2. Pengertian Waralaba

Waralaba berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil yang kemudian Undang-Undang tersebut diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah merupakan salah satu bentuk pola kemitraan. Pengertian kemitraan itu sendiri dalam undang-undang tersebut adalah kerjasama dalam keterkaitan usaha, baik langsung maupun tidak langsung, atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan yang melibatkan pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha besar.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Kemitraan merupakan salah satu bentuk kegiatan bisnis yang dapat didirikan dengan adanya modal, keahlian dan kemampuan untuk mengoperasikannya. Pada prakteknya kemitraan merupakan suatu kumpulan yang tidak terpisahkan secara hukum dimana para mitranya diberi hak yang sama untuk mendapatkan keuntungan dari usahanya tersebut (Ibrahim 2013: 24-25).

Waralaba merupakan pola kemitraan antara pemberi waralaba yang memberikan hak penggunaan usahanya, seperti merek dagang, manajemen usahanya dan saluran distribusi perusahaan kepada penerima waralaba. Pengaturan lebih lanjut mengenai waralaba tersebut diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, mengenai pelaksanaan waralaba diatur lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dalam Pasal 1 angka (1) menjelaskan mengenai pengertian waralaba yaitu bahwa:

> "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".

Rumusan Pasal tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan hak khusus dari pemberi waralaba yang diberikan kepada perseorangan atau badan usaha lain untuk melakukan penjualan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

barang atau jasa atas sistem bisnis tertentu yang memiliki ciri khas usaha dengan dasar pelaksanaannya yaitu sebuah perjanjian.

Waralaba yang sering disebut dengan istilah *franchise* Secara bebas dan sederhana, waralaba didefinisikan sebagai hak istimewa (*privelege*) yang terjalin dan atau diberikan oleh pemberi waralaba (*Franchisor*) kepada penerima waralaba (*Franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian waralaba adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh *franchisor* kepada pihak independen *franchisee* untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan (Sutedi 2008: 6).

International Franchise Association (IFA) menjelaskan bahwa waralaba juga dapat diartikan sebagai "hubungan berkelanjutan dimana pemberi waralaba memberikan hak istimewa berlisensi untuk melakukan bisnis, ditambah dengan bantuan dalam pengorganisasiannya, pelatihan, perdagangan, dan menejemen sebagai imbalan pembayaran royalti dari penerima waralaba kepada pemberi waralaba", sebagaimana dijelaskan Kostecka (Kostecka, 1983) dalam jurnal (Halim 2013: 32) bahwa:

> *Franchising can also be described by International Franchise Association as "a continuing relationship in which the franchisor provides a licensed privilege to do business, plus assistance in organizing, training, merchandising, and management, in return for a consideration from the franchisee.*

Franchise merupakan suatu metode untuk melakukan bisnis, yaitu suatu metode untuk memasarkan produk atau jasa ke

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

masyarakat (Simatupang 2007: 57). Waralaba merupakan sebuah penggunaan merek dagang dan identitas maupun popularitas perusahaan atau usahawan oleh perusahaan atau usahawan lainnya, yang disertai dengan pendampingan dan pengawasan yang berkelanjutan dari pemberi waralaba, yang disertai dengan kewajiban pembayaran biaya (*fee*) oleh penerima waralaba yang pelaksanaannya diatur dalam ketentuan-ketentuan perjanjian waralaba yang telah disepakati. Terdapat empat hal yang menonjol dalam hal pemasaran konsep waralaba yaitu *product*, *price*, *place/distribution* dan *promotion*.

Menurut Peter Mahmud pengertian *franchise* secara yuridis yaitu, bahwa *franchise* merupakan suatu kontrak yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak tersebut. Sedangkan menurut Salim HS, pengertian *franchise* secara yuridis adalah suatu kontrak yang dibuat antara *franchisor* dan *franchisee*, dengan ketentuan pihak *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menggunakan merek barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dan pembayaran sejumlah royalti tertentu kepada *franchisor* (Raharjo 2009: 128).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.3.1.3. Subjek Waralaba

Usaha waralaba di dalamnya terdapat para pihak yang menjalankan usaha waralaba yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba. Berdasarkan Pasal 1 angka (2) dan angka (3) Peraturan

Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menyebutkan pengertian pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Pemberi Waralaba dan penerima waralaba dibedakan lagi ke dalam beberapa jenis pemberi waralaba dan penerima waralaba, dalam Pasal 3 ayat (1) dan ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 57/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menjelaskan Pemberi Waralaba terdiri atas:

a. Pemberi waralaba berasal dari luar negeri;

   Pemberi waralaba berasal dari luar negeri adalah orang perseorangan atau badan usaha berasal dari luar negeri yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba di luar negara pemberi waralaba.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

b. Pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;

   Pemberi waralaba berasal dari dalam negeri adalah orang perseorangan atau badan usaha dalam negeri yang memberikan

hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba di dalam negeri.

c. Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri;

   Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri adalah penerima waralaba luar negeri yang diberi hak oleh pemberi waralaba luar negeri untuk menunjuk penerima waralaba luar negeri lanjutan.

d. Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

   Pemberi waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri adalah penerima waralaba dalam negeri yang diberi hak oleh pemberi waralaba dalam negeri untuk menunjuk penerima waralaba dalam negeri lanjutan.

Sedangkan penerima waralaba terdiri atas:

a. Penerima waralaba berasal dari Waralaba luar negeri;

   Penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba luar negeri untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba luar negeri.

b. Penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri;

   Penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba dalam negeri untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba dalam negeri.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

c. Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba luar negeri;

Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan luar negeri untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba.

d. Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba dalam negeri.

Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan dalam negeri untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba.

Penerima waralaba yang dapat memberikan hak waralaba kepada pihak lain untuk menjalankan usaha yang sama disebut dengan Pemberi Waralaba lanjutan dan Penerima Waralaba lanjutan. Dalam pasal 1 angka (4) dan angka (5) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 57/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menjelaskan bahwa pemberi waralaba lanjutan adalah penerima waralaba yang diberi hak oleh pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan, sedangkan penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba.

Pengertian mengenai pemberi waralaba lanjutan dan penerima waralaba lanjutan menegaskan kembali bahwa pemberian waralaba dapat dilakukan dengan pemberian hak lebih lanjut kepada penerima

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

waralaba utama untuk mewaralabakannya kembali kepada penerima waralaba lanjutan. Dalam prakteknya biasanya disebut dengan *master franchise*, yang kesepakatan pemberian waralabanya dibuat dalam suatu *master franchise agreement* (Widjaja 2001: 115).

2.3.1.4. Karakteristik Waralaba

Usaha waralaba berbeda dengan jenis usaha yang lainnya, terdapat karakteristik khusus waralaba yang membedakan dengan jenis usaha lainnya tersebut. Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang membedakan yaitu bahwa usaha waralaba memiliki kriteria sebagai berikut:

a. Memiliki ciri khas usaha;

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

b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;

   Maksudnya, bahwa usaha tersebut berdasarkan pengalaman pemberi waralaba yang telah memiliki kurang lebih lima tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, terbukti masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

c. Memiliki standard atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;

   Maksudnya, adalah standard secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*Standard Operational Procedure*).

d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;

   Maksudnya, usaha tersebut mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba.

e. Adanya dukungan yang berkesinambungan;

   Yaitu adanya dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi.

f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

   Adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang. Hak Kekayaan Intelektual yang sudah terdaftar ini untuk memberikan kepastian hukum mengenai kepastian hukum kekayaan intelektual suatu usaha yang diwaralabakan seperti Merek, Desain Industri,

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Rahasia Dagang, Paten, dan yang lainnya, serta sebagai perlindungan hukum bagi para pihak yang melakukan waralaba.

Pada pokoknya usaha waralaba memiliki elemen-elemen yang membedakan dengan usaha lain yaitu adanya para pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*), adanya penyerahan hak-hak eksklusif dari Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dari pemberi waralaba kepada penerima, adanya prestasi berupa pembayaran *Initial Fee* dan *Royalties* dan pembayaran lain yang disepakati dari *franchisee* kepada *franchisor* atas penyerahan hak eklusif dari Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) tersebut, adanya penetapan wilayah tertentu, adanya standar mutu yang ditetapkan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba, dalam rangka mempertahankan mutu yang sama, serta adanya pelatihan dan pembinanaan yang diselenggarakan oleh pemberi waralaba guna peningkatan ketrampilan, dan mempertahankan standar mutunya (Hanim 2011: 577).

Menurut *International Franchise Association*, Waralaba pada hakekatnya melibatkan tiga elemen, yaitu merek, sistem bisnis dan biaya (Sutedi 2008: 49), yaitu sebagai berikut:

a. Merek

Dalam perjanjian waralaba, pemberi waralaba (*Franchisor*) selaku pemilik dari sistem waralaba memberikan lisensi kepada penerima waralaba (*Franchisee*) untuk dapat menggunakan merek

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

dagang atau jasa dan logo yang dimiliki oleh pemberi waralaba (*Franchisor*).

b. Sistem bisnis

Sistem bisnis merupakan pedoman yang mencakup standardisasi produk, metode untuk mempersiapkan atau mengolah produk atau metode jasa, standard rupa dari fasilitas bisnis, standard periklanan, sistem reservasi, sistem akuntansi, kontrol persediaan, kebijakan dagang, dan lain-lain.

c. Biaya (*fee*)

Pemberi waralaba (*Franchisor*) menarik pembayaran kepada penerima waralaba (*Franchisee*) atas penggunaan merek dan atas partisipasi dalam sistem waralaba yang dijalankan. Biaya tersebut terdiri dari biaya awal, biaya royalti, biaya jasa, biaya lisensi, biaya pemasaran bersama dan/atau biaya manajemen.

2.3.1.5. Hak dan Kewajiban Para Pihak

Para pihak dalam waralaba yakni *franchisor* dan *franchisee* memiliki hak dan kewajiban yang berbeda yang harus dipenuhi selama jangka waktu perjanjian waralaba masih berlaku. Hak dan kewajiban tersebut tertuang dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba yaitu sebagai berikut:

a. Hak dan Kewajiban Pemberi waralaba (*Franchisor*)

Pemberi waralaba memiliki hak yaitu sebagai berikut:

1. Melakukan pengawasan jalannya waralaba;

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2. Memperoleh laporan berkala atas jalannya suatu usaha waralaba dari penerima waralaba; dan
3. Menerima pembayaran royalti dan *fee* sesuai dengan yang telah diperjanjikan.

Sedangkan kewajiban pemberi waralaba yaitu sebagai berikut:

1. Pemberi waralaba harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba sebelum penandatanganan perjanjian waralaba. Kewajiban ini dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, disebut dengan kewajiban untuk memberikan prospektus kepada calon penerima waralaba.
2. Pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).
3. Wajib memberikan bantuan pembinaan berkesinambungan kepada penerima waralaba yang berupa bimbingan, pelatihan guna menjalankan usaha yang diwaralabakan.

b. Hak dan Kewajiban Penerima waralaba (*Franchisee*)

Penerima waralaba memiliki hak dalam pelaksanaan kegiatan waralaba yaitu sebagai berikut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

1. Melaksanakan seluruh instruksi pemberi waralaba;
2. Melakukan pendaftaran perjanjian waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).;

3. Tidak melakukan kegiatan usaha yang bermaksud untuk menyaingi usaha waralabanya; dan
4. Membayarkan royalti kepada pemberi waralaba.

Penerima waralaba juga memiliki hak untuk menjalankan usahanya yaitu sebagai berikut:

1. Memperoleh segala informasi yang berhubungan dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha;
2. Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan/atau penggunaan Hak Kekayan Intelektual;
3. Memperoleh segala informasi yang berhubungan dengan kondisi pemberi waralaba yang dituangkan dalam prospektus penawaran waralaba;
4. Memperoleh bantuan pembinaan berkesinambungan dari pemberi waralaba yang berupa bimbingan, pelatihan guna menjalankan usaha waralaba.

Penerima hak waralaba pada umumnya diberikan hak untuk mempergunakan sistem dan standard eksploitasi barang dan jasa milik f*ranchisor*, seperti nama dagang, merek, bentuk, kemasan, penyajian dan pengedaran, asa dan mutu. Berdasarkan hak ini, maka *franchisee* mengandalkan sepenuhnya pada citra dan nama baik *Franchisor* (Hastuti 2006: 36), oleh karenanya dalam figur hukum *franchise* tidak hanya terdapat hak cipta, paten, merek, desain

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

industri tetapi juga lebih jauh terdapat pula hak immateril lainnya seperti hak atas keahlian dan keterampilan (Saidin 2013: 516).

Secara tidak langsung dalam pelaksanaan waralaba terjadi sebuah interaksi antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang menimbulkan suatu hubungan kerja sama. Hubungan kerja sama tersebut merupakan aspek yang sangat penting dalam melaksanakan kegiatan waralaba, dimana berhasil atau tidaknya suatu usaha waralaba tergantung dari pada sinergi hubungan kerja sama antara pemberi waralaba dan penerima waralaba tersebut yang akan menghasilkan suatu keharmonisasian dalam dunia usaha.

2.3.1.6. Perjanjian Waralaba

Dasar pelaksanaan Waralaba yaitu suatu perjanjian, hal tersebut dijelaskan dalam pengertian waralaba dan juga dalam Pasal 5 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, yang menyebutkan bahwa:

> "Penyelenggaraan Waralaba harus didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia".

Pasal-pasal tersebut memberikan penjelasan bahwa dasar dari pelaksanaan waralaba yaitu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Asyhadie (2012: 159) dalam bukunya menyatakan bahwa sistem bisnis dengan hak khusus yang disebut waralaba hanya dapat dilakukan apabila telah ada perjanjian antara pemberi waralaba dan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

penerima waralaba. Bentuk perjanjian waralaba sama dengan perjanjian-perjanjian pada umumnya, dengan demikian sebagai suatu perjanjian waralaba tunduk pada ketentuan umum yang berlaku bagi sahnya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam buku III KUHPerdata (Widjaja 2001: 75).

Menurut Pandji Anoraga (2011: 74) dalam bukunya menyatakan bahwa setiap kali pelaku usaha akan melakukan usaha waralaba akan masuk ke dalam suatu kontraktual antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, meskipun pada usaha waralaba yang satu dengan yang lainnya berbeda isi perjanjiannya. Perbedaan tersebut dapat berupa hal jumlah modal yang dibutuhkan, pelatihan yang diberikan, kemampuan bantuan manajerial, dan besarnya wilayah usaha waralaba. Persamaan dalam setiap perjanjian waralaba yaitu penerima waralaba membayarkan *initial fee* kepada pemberi waralaba dan memberikan royalti perbulannya kepada pemberi waralaba.

Sebelum dilakukannya suatu perjanjian pemberi waralaba memberikan penawaran-penawaran menarik kepada penerima waralaba. Suatu paket *franchise* pada dasarnya satu paket yang terdiri dari beberapa jenis perjanjian (Ibrahim dan Lindawaty 2007: 134). Hal ini dapat diketahui bahwa suatu paket waralaba yang ditawarkan oleh pemberi waralaba tersebut pada dasarnya merupakan isi yang akan disepakati pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam bentuk perjanjian.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Perjanjian waralaba itu sendiri adalah perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Perjanjian tersebut dilakukan dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba tersebut. Waralaba merupakan suatu perjanjian yang bersifat timbal balik karena baik dari pihak Pemberi waralaba ataupun penerima waralaba sama-sama memiliki kewajiban untuk melaksanakan suatu prestasi yang dijanjikannya.

Unsur-unsur yang terdapat dalam perjanjian waralaba yang mendukung perjanjian waralaba itu sendiri, yaitu sebagai berikut:

a. Adanya para pihak yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba;
b. Adanya kerjasama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara para pihak;
c. Adanya unit usaha tertentu untuk dimanfaatkan dan dikelola oleh penerima waralaba
d. Adanya kesepakatan mengenai pembayaran *fee*, royalti dan/atau pembayaran lainnya.

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee* nya. Perjanjian waralaba di dalamnya tercantum ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dikeluarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan yang

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangan, serta ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* (Sutedi 2008: 79).

Muatan atau isi perjanjian waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, perjanjian waralaba paling sedikit harus mengatur mengenai:

1. Nama dan alamat para pihak, yaitu nama dan alamat jelas pemilik/penanggung jawab perusahaan yang mengadakan perjanjian yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba.
2. Jenis Hak Kekayaan Interlektual, yaitu jenis Hak Kekayaan Intelektual pemberi waralaba, seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet atau gerai, sistem manajemen atau pemasaran atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.
3. Kegiatan usaha, yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran atau ritel, pendidikan, restoran, apotek atau bengkel.
4. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh pemberi waralaba maupun penerima waralaba, seperti:
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba, seperti bantuan fasilitas berupa penyediaan dan

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

pemeliharaan komputer dan program Informasi Teknologi pengelolaan kegiatan usaha.

6. Wilayah usaha, yaitu batasan wilayah yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk mengembangkan bisnis waralaba seperti; wilayah Sumatra, Jawa dan Bali atau di seluruh Indonesia.
7. Jangka waktu perjanjian, yaitu batasan waktu mulai dan berakhir perjanjian terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak.
8. Tata cara pembayaran imbalan, yaitu tata cara atau ketentuan termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan seperti *fee* atau *royalty* apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab penerima waralaba.
9. Penyelesaian sengketa, yaitu penetapan tempat atau lokasi penyelesaian sengketa, seperti melalui Pengadilan Negeri tempat atau domisili perusahaan atau melalui Arbitrase dengan menggunakan hukum Indonesia.
10. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian seperti pemutusan perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak, perjanjian berakhir dengan sendirinya apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam perjanjian berakhir. Perjanjian dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

11. Jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga jangka waktu perjanjian berakhir.
12. Jumlah gerai yang akan dikelola oleh Penerima waralaba.

Hal-hal yang harus dicantumkan dalam perjanjian waralaba tersebut merupakan syarat sahnya perjanjian waralaba secara khusus sedangkan syarat sah secara umumnya mengacu pada syarat sah nya perjanjian dalam KUHPerdata.

Sebagai suatu bentuk perjanjian, dalam hal ini memiliki arti bahwa perjanjian waralaba tunduk pada perjanjian pada umumnya yaitu yang ada dalam Pasal 1313 KUHPerdata dan Pasal lain yang membahas tentang perjanjian. Sistem terbuka dalam perjanjian mensyaratkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara "sah" akan mengikat bagi siapapun yang membuatnya. Kata semua perjanjian yang sah ini berarti mengacu pada syarat sahnya perjanjian 1320 *Burgerlijk Wetboek*. Hal ini berimplikasi pula pada beberapa jenis perjanjian, salah satu adalah pada perjanjian *franchise* (Achmad 2012: 1). Perjanjian waralaba yang sah tersebut akan menjadi undang-undang yang mengikat bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba yang membuat perjanjian waralaba tersebut.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Perjanjian atau kontrak *franchise* digolongkan sebagai kontrak yang tidak bernama dalam KUHPerdata, sebab kontrak *franchise* dibuat sesudah KUHPerdata itu dibuat. Hal ini ditegaskan oleh Salim (2004) bahwa diluar KUHPerdata dikenal juga perjanjian lainnya,

seperti kontrak *production sharing*, kontrak *joint venture*, kontrak karya, *leasing*, beli sewa, *franchise* dan lain-lain. Perjanjian jenis ini disebut degan perjanjian innominat, yaitu perjanjian yang timbul, tumbuh, hidup, dan berkembang dalam praktik kehidupan masyarakat. Jadi, meskipun perjanjian *franchise* itu ada setelah KUHPerdata dibuat dan tidak termasuk perjanjian bernama yang disebut dalam KUHPerdata, namun penyusunannya tetap harus memenuhi syarat sahnya perjanjian menurut KUHPerdata (Ekotama 2010: 8).

Perjanjian waralaba dibuat untuk memberikan kepastian hukum yang merupakan aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain ataupun dari salah satu dari pihak yang melakukan perjanjian itu sendiri. Perjanjian tersebut dapat dijadikan dasar hukum yang kuat untuk menegakan perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian tersebut. Hadi Setia Tunggal (2006) menjelaskan perjanjian waralaba mempunyai tiga fungsi utama yaitu: (Imanullah 2011: 8)

1. Menetapakan secara tertulis apa yang disetujui antara kedua pihak (pemberi waralaba dan penerima waralaba) untuk menghindari sengketa dikemudian hari;
2. Melindungi hak-hak pemberi waralaba;
3. Menetapakan peraturan yang kedua pihak setuju untuk dijalankan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.3.1.7. Pendaftaran Perjanjian Waralaba

Setelah perjanjian waralaba ditanda tangani oleh para pihak, maka penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian *franchise* nya untuk memperoleh Surat Tanda Daftar Waralaba (STPW) kepada pejabat yang berwenang menerbitkan STPW tersebut (Salim 2004: 177). Perjanjian sebagai dasar pelaksanaan waralaba dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba serta peraturan pelaksanaannya Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba, mewajibkan setiap penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan untuk mendaftarkan perjanjian waralabanya. Pendaftaran perjanjian tersebut akan menghasilkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Dalam Pasal 1 angka (9) bahwa:

> "Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disingkat STPW adalah bukti pendaftaran Prospektus Penawaran Waralaba bagi Pemberi waralaba dan/atau Pemberi waralaba Lanjutan serta bukti pendaftaran Perjanjian Waralaba bagi Penerima waralaba dan/atau Penerima waralaba Lanjutan, yang diberikan setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam Peraturan ini".

Berdasarkan Pasal 1 angka 10 Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba bahwa Pejabat penerbit STPW yaitu Pejabat Unit Pelayanan Perdagangan Kementerian Perdagangan atau Kepala Dinas Kabupaten/Kota yang bertanggungjawab di bidang perdagangan atau Pejabat pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat. Kewenangan penerbitan STPW tersebut merupakan suatu

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

pendelegasian oleh Menteri Perdagangan, hal tersebut disebutkan dalam Pasal 22 Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba bahwa kewenangan yang sesungguhnya untuk menerbitkan STPW yaitu Menteri. Kemudian Menteri mendelegasikan kepada dinas-dinas dibawahnya untuk menerbitkan STPW diseluruh wilayah Indonesia mengingat wilayah Indonesia yang luas, hal tersebut dilaksanakan guna para pelaku usaha waralaba didaerah juga dapat melakukan pendaftaran dengan mudah. Pendelegasian tersebut dijelaskan dalam Pasal 24 Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba, bahwa bagi penerima waralaba dengan ketentuan sebagai berikut:

a. Penerima waralaba berasal dari Waralaba dalam negeri
b. Penerima waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba luar negeri
c. Penerima waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba dalam negeri.

Menteri menyerahkan wewenang penerbitan STPW untuk permohonan oleh ketentuan penerima waralaba tersebut diatas didelegasikan kepada Gubernur DKI Jakarta dan Bupati/Walikota di seluruh wilayah Indonesia. Gubernur DKI Jakarta kemudian diberikan hak untuk melimpahkan kewenangan Penerbitan STPW kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan atau Pejabat pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat. Kemudian, Bupati/Walikota melimpahkan kewenangan Penerbitan STPW tersebut kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

bidang perdagangan atau Pejabat pada Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat.

Pendaftaran perjanjian waralaba dilakukan untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Pendaftaran tersebut harus melalui permohonan pendaftaran STPW, berikut ini akan dijelaskan mengenai mekanisme pendaftaran perjanjian waralaba tersebut berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba, yaitu sebagai berikut:

1. Permohonan dapat dilakukan oleh penerima waralaba ataupun pihak lain yang telah diberikan kuasa oleh penerima waralaba melalui surat kuasa bermaterai cukup yang ditandatangani penerima waralaba.
2. Mengisi formulir permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang ditandatangani oleh penerima waralaba.
3. Melampirkan dokumen-dokumen perlengkapan persyaratan, diantaranya yaitu sebagai berikut:
   a. Fotokopi Izin Usaha
   b. Fotokopi prospektus penawaran waralaba dari pemberi waralaba
   c. Fotokopi perjanjian waralaba
   d. Fotokopi STPW dari pemberi waralaba
   e. Fotokopi akta pendirian perusahaan dan/atau akta akta perubahan yang mendapat pengesahan dari instansi berwenang

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

f. Tanda bukti pendaftaran HKI

g. Fotokopi KTP pemilik/penanggungjawab perusahaan (penerima waralaba)

h. Komposisi penggunaan tenaga kerja

i. Komposisi barang/bahan baku yang di waralabakan.

4. Menunjukan asli dokumen persyaratan diatas.
5. Apabila diperlukan, pejabat penerbit STPW dapat meminta pemohon untuk melakukan presentasi mengenai kegiatan usaha yang dilakukan dihadapan tim penilai. Hasil penilaian Tim Penilai tersebut merupakan rekomendasi persetujuan penerbitan STPW.
6. Pejabat penerbit STPW menerbitkan STPW paling lama 2 (dua) hari kerja terhitung sejak diterimanya Surat Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan dokumen perlengkapan secara lengkap dan benar.
7. Apabila persyaratan dinilai belum lengkap dan benar, pejabat penerbit STPW membuat surat penolakan penerbitan STPW kepada pemohon STPW, paling lama 2 (dua) hari kerja terhitung sejak tanggal diterimanya surat permohonan.
8. Pemohon STPW yang ditolak permohonannya dapat mengajukan kembali permohonan STPW dengan melengkapi persyaratan yang telah ditentukan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Jangka waktu berlakunya STPW yaitu selama 5 (lima) tahun hal tersebut diatur dalam Pasal 17 Peraturan Menteri Perdagangan

R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Penyelenggaraan Waralaba, yaitu bahwa:

1. STPW sebagaimana dimaksud dalam berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
2. STPW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang habis masa berlakunya dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.
3. STPW dinyatakan tidak berlaku apabila:
   a. jangka waktu STPW berakhir;
   b. Perjanjian Waralaba berakhir; atau
   c. Pemberi waralaba dan/atau Penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.

Kewajiban merupakan sebuah perbuatan yang harus dipenuhi, apabila perbuatan tersebut tidak dilaksanakan akan menimbulkan suatu akibat hukum yaitu berupa sanksi. Sanksi tersebut berupa sanksi administratif yang tertuang dalam pasal 32 Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba yaitu berupa sebagai berikut:

a. 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, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran VIII Peraturan Menteri ini; dan
b. denda paling banyak Rp. 100.000.000 (seratus juta rupiah).

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Pendaftaran perjanjian waralaba dilaksanakan dalam rangka memberikan kepastian hukum bagi pemberi maupun penerima waralaba, sekaligus untuk memudahkan pemerintah untuk melakukan pengawasan dan pembinaan. Pendaftaran perjanjian waralaba bertujuan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara waralaba dan juga sebagai perlindungan hukum pagi pemberi waralaba dan penerima waralaba (Salim 2004: 177).

Pendaftaran perjanjian waralaba dimaksudkan untuk menjamin kepastian hak dan kewajiban para pihak, baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba, termasuk tempat penyelesaian sengketa, apabila terjadi sengketa dikelak kemudian hari (Imanhullah 2011: 16).

2.3.2. Tinjauan Umum Merek

Waralaba ada kaitanya erat dengan merek dagang atau merek jasa suatu barang/jasa, oleh karenanya pada bagian ini akan di uraikan mengenai merek secara umum. Merek diatur dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis, pengertian merek dalam undang-undang tersebut yaitu bahwa merek adalah tanda yang dapat ditampilkan secara grafis berupa gambar, logo, nama, kata, huruf, angka, susunan warna, dalam bentuk 2 (dua) dimensi dan/atau 3 (tiga) dimensi, suara, hologram, atau kombinasi dari 2 (dua) atau lebih unsur tersebut untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh orang atau badan hukum dalam

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

kegiatan perdagangan barang dan/atau jasa. Merek merupakan alat pembeda untuk membedakan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan dengan barang dan/atau jasa yang diproduksi oleh perusahaan lain (Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata 2010: 60).

Berdasarkan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis merek dibagi kedalam tiga jenis yaitu merek dagang, merek jasa dan merek kolektif. Setiap pemegang merek mendapatkan hak atas mereknya. Hak atas Merek itu sendiri adalah hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada pemilik Merek yang terdaftar untuk jangka waktu tertentu dengan menggunakan sendiri merek tersebut atau memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakannya. Hak atas merek diperoleh setelah merek tersebut didaftarkan.

Pendaftaran merek dikenal dengan dua sistem pendaftaran yakni, stelsel deklaratif (*passive stelsel*) dan stelsel konstitutif (*active stelsel*). Stelsel deklaratif adalah pendaftaran itu bukan menerbitkan hak, melainkan hanya memberikan dugaan, sangkaan hukum (*rechtsvermeoden*), atau *persumption iuris* bahwa pihak yang mereknya terdaftar adalah pihak yang berhak atas merek tersebut dan sebagai pemakai pertama atas merek yang didaftarkan (Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata 2010: 68). Sedangkan dalam stelsel deklaratif, fungsi pendaftaran merek hanya untuk memudahkan pembuktian bahwa pendaftar merek diduga sebagai pemilik sah

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

karena pemakai pertama (*first to use*). Dengan demikian pendaftaran tidak merupakan suatu keharusan, tidak merupakan syarat mutlak bagai pemegang merek untuk mendaftarkan mereknya (Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata 2010: 69).

Pendaftaran merek harus melalui permohonan yaitu permohonan pendaftaran merek yang diajukan secara tertulis dalam bahasa Indonesia kepada Direktorat Jenderal. Pihak yang melakukan permohonan pendaftaran merek dapat dilakukan oleh orang-perorangan, sekumpulan orang atau badan hukum (*recht persoon*). Pihak yang mendaftarkan mereknya yang pertama kali dialah yang memperoleh hak atas merek tersebut, sistem yang demikian disebut dengan sistem *first to file* (Utomo 2010: 207).

Tidak semua merek dapat didaftarkan, setiap merek yang didaftarkan haruslah memenuhi kriteria-kriteria merek yang dapat didaftarkan. Berikut ini akan diuraikan mengenai merek-merek yang tidak dapat didaftarkan dan merek yang dapat ditolak untuk didaftarkan, yaitu sebagai berikut:

Berdasarkan Pasal 20 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 menyebutkan merek tidak dapat didaftarkan jika:

a. bertentangan dengan ideologi negara, peraturan perundang-undangan, moralitas, agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
b. sama dengan, berkaitan dengan, atau hanya menyebut barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya;

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

c. memuat unsur yang dapat menyesatkan masyarakat tentang asal, kualitas, jenis, ukuran, macam, tujuan penggunaan barang dan/atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya atau merupakan nama varietas tanaman yang dilindungi untuk barang dan/atau jasa yang sejenis;
d. memuat keterangan yang tidak sesuai dengan kualitas, manfaat, atau khasiat dari barang dan/atau jasa yang diproduksi;
e. tidak memiliki daya pembeda; dan/atau
f. merupakan nama umum dan/atau lambang milik umum.

Tidak semua permohonan pendaftaran merek dapat diterima, merek dapat ditolak untuk didaftarkan. Berdasarkan Pasal 21 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 menyebutkan merek yg harus ditolak pendaftarannya apabila:

1. Permohonan ditolak jika Merek tersebut mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan:
   a. Merek terdaftar milik pihak lain atau dimohonkan lebih dahulu oleh pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
   b. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa sejenis;
   c. Merek terkenal milik pihak lain untuk barang dan/atau jasa tidak sejenis yang memenuhi persyaratan tertentu; atau
   d. Indikasi Geografis terdaftar.
2. Permohonan ditolak jika Merek tersebut:

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

a. merupakan atau menyerupai nama atau singkatan nama orang terkenal, foto, atau nama badan hukum yang dimiliki orang lain, kecuali atas persetujuan tertulis dari yang berhak;
b. merupakan tiruan atau menyerupai nama atau singkatan nama, bendera, lambang atau simbol atau emblem suatu negara, atau lembaga nasional maupun internasional, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang; atau
c. merupakan tiruan atau menyerupai tanda atau cap atau stempel resmi yang digunakan oleh negara atau lembaga Pemerintah, kecuali atas persetujuan tertulis dari pihak yang berwenang.

3. Permohonan ditolak jika diajukan oleh Pemohon yang beriktikad tidak baik.

Pendaftaran merek digunakan sebagai perlindungan hukum bagi pemegang hak atas merek. Perlindungan hukum pada hakikatnya ialah jaminan bahwa jika suatu hak atau suatu kepentingan dirugikan atau dilanggar, akan ada kepastian tentang tersedianya pemulihan atas kerugian yang terjadi serta upaya-upaya hukum dan dalam rangka pemulihan tersebut apakah itu secara yudisial atau non yudisial. Secara konseptual, istilah perlindungan hukum mendeskripsikan suatu keadaan berupa kebebasan pada diri seseorang untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu yang didalam menikmati kebebasan tersebut terkandung jaminan berupa ketidaadaan gangguan (Slamet 2011: 150).

Jangka waktu perlindungan merek adalah 10 tahun jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan dan dapat diperpanjang

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

untuk jangka waktu yang sama. Merek sebagai benda bergerak tidak berwujud dapat dialihkan. Peralihan hak atas merek disebutkan dalam Pasal 41 ayat (1) Undang-Undang Merek yaitu bahwa hak atas Merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena:

a. Pewarisan;

   Pengalihan hak merek karena pewarisan yaitu pengalihan hak merek dari pemilik merek yang telah meninggal dunia kepada ahli warisnya.

b. Wasiat;

   Pengalihan hak atas merek dari pemilik merek ketika meninggal melalui surat wasiat dari pemilik hak atas merek tersebut.

c. Wakaf;

   Pengalihan hak merek melalui wakaf yaitu pengalihak hak atas merek oleh pemilik merek yang diberikan secara sukarela kepada pihak lain untuk dimanfaatkan sebagai kepentingan umum.

d. Hibah;

   Pengalihan hak merek karena hibah yaitu pemberian hak atas merek oleh pemilik merek secara sukarela hak atas mereknya kepada pihak lain tanpa mengharapkan balasan.

e. Perjanjian; atau

   Hak merek merupakan suatu hak kebendaan yang memiliki nilai ekonomi tinggi. Hak merek dapat dialihkan melalui perjanjian-perjanjian kepada pihak lain untuk menggunakan hak atas merek untuk memperoleh keuntungan yang lebih. Pengalihan hak merek

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

melalui perjanjian tertulis dapat dilakukan melalui perjanjian jual beli, lisensi, *franchise* atau dijadikan jaminan utang (Jened 2015: 209).

f. Sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Pengalihan hak merek sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada.

Merek juga dapat dialihkan melalui lisensi yang juga termasuk peralihan dengan bentuk perjanjian. Lisensi diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis. Pengertian lisensi pada undang-undang tersebut adalah izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain berdasarkan perjanjian secara tertulis sesuai peraturan perundang-undangan untuk menggunakan merek terdaftar. Lisensi dalam Undang-Undang Merek diatur dalam Pasal 42 sampai dengan Pasal 45. Lisensi Kekayaan Intelektual secara umum juga diatur dalam perturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 8 Tahun 2016 tentang Syarat Dan Tata Cara Permohonan Pencatatan Perjanjian Lisensi Kekayaan Intelektual.

Lisensi adalah suatu izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang dan/atau jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu. Lisensi merupakan hak dari pemegang hak atas merek terdaftar untuk memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa yang telah terdaftar menggunakan merek tersebut (Miru 2005: 63). Merek yang dapat dilisensikan yaitu merek yang telah terdaftar.

Perjanjian lisensi yang terkait dengan HKI, secara teoritis terdiri dari (Jened 2015: 197) :

1. Lisensi sukarela (*voluntary licensing*) didasarkan pada asas kebebasan berkontrak (*freedom of contract*).
2. Lisensi tidak sukarela (*non voluntary licensing*) lazimnya diberikan melalui putusan pengadilan dalam kasus persinggungan antara hukum anti-monopoli dn hukum HKI, terutama jika pemegang HKI tidak betindak anti-kompetisi.
3. Lisensi wajib (*compulsory licensing*) merupakan lisensi wajib yang sudah ditetapkan secara khusus dalam undang-undang, lazimnya dengan tujuan untuk kepentingan umum dengan pembayaran kompensasi layak.

Kaitannya dengan lisensi sukarela ada dua varian utama, yaitu:

a. Lisensi eksklusif (*exclusive licensing*)

   Adalah pemberi lisensi hanya setuju untuk tidak memberikan lisensi kepada pihak lain hak-hak yang sama dalam kerangka jangkauan dan bidang yang diatur dalam lisensi ekslusif. Perjanjian lisensi tersebut boleh termasuk atau tidak termasuk persaingan dari penerima lisensi lainnya atau bahkan dengan sipemberi lisensi itu sendiri, pemberian hak sub lisensi, sejumlah persyaratan kinerja

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

harus dipenuhi oleh penerima lisensi dengan atau pembatasan (waktu) (Jened 2015: 198).

Lisensi eksklusif yaitu lisensi yang diberikan secara eksklusif dari *licensor* kepada *licensee* secara langsung untuk jangka waktu dn wilayah tertentu. Perihal lisensi eksklusif maka dipastikan penerima lisensi akan memberikan kontribusi yang memadai untuk memproduksi dan mendistribusikan produk yang bersangkutan dan berusaha sebaik-baiknya untuk mempromosikannya. Sebaliknya penerima lisensi dapat meminta supaya dalam radius tertentu wilayah eksklusifnya tidak diberikan lisensi kepada pihak lainnya.

b. Lisensi non eksklusif (*non exclusive licensing*)

Adalah suatu lisensi dimana hak yang sama dibidang kekayaan intelektual diberikan kepada penerima lisensi dalam skope dan bidang yang sama secara berturut-turut dan secara simultan. (Jened 2015: 198). Lisensi non eksklusif adalah suatu bentuk lisensi yang memberikan kesempatan dari pemilik merek memberikan lisensi kepada pemakai lisensi lainnya dan juga menambah jumlah pemakai lisensi dalam wilayah yang sama.

Pemberian lisensi kepada pihak lain merupakan suatu hal yang dapat menguntungkan bagi pemilik merek karena tanpa investasi dia dapat memperluas usahanya (Miru 2005: 64). Lisensi memberikan keuntungan bagi pemegang hak atas merek dengan pembayaran royalti dari penerima lisensi. Perjanjian Lisensi berlaku di seluruh

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia, kecuali bila diperjanjikan lain.

Lisensi dilaksanakan oleh para pihak yang terdiri dari pemilik merek (*licensor*) dan penerima lisensi merek (*lecensee*). Adanya pemberian lisensi dari pemilik merek kepada penerima lisensi, maka pemakaian merek oleh penerima lisensi bersifat legal dan dapat dipertanggungjawabkan secara yuridis (Sujatmiko 2008: 252). Setelah lisensi diberikan kepada orang lain, maka pemilik hak merek tetap dapat menggunakan sendiri atau memberi lisensi berikutnya kepada pihak ketiga lainnya, kecuali bila diperjanjikan lain.

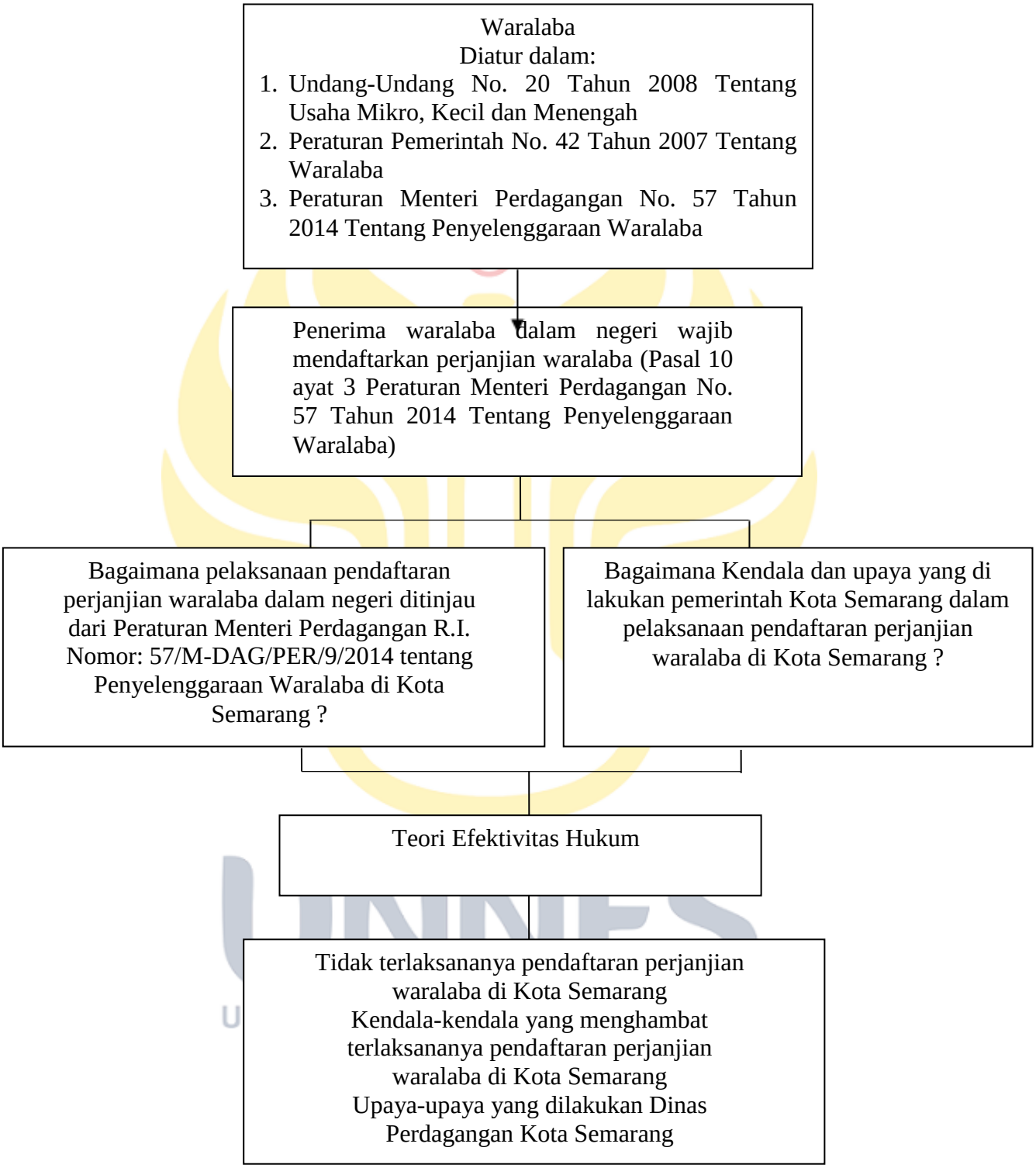
Jangka waktu perjanjian lisensi tidak boleh lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan atau ditentukan lain didalam perjanjian lisensi. Walaupun jangka waktu berlakunya pemberian lisensi sudah ditentukan didalam perjanjian lisensi namun pada keadaan tertentu para pihak dapat mengakhiri perjanjian lisensi dalam hal tidak terpenuhinya salah satu syarat dalam perjanjian dari pihak lain.

Setelah berakhirnya perjanjian lisensi, *licensee* sudah tidak berhak lagi untuk menggunakan hak atas merek dari *licensor* (Fakrulloh 1997: 3). Berakhirnya perjanjian lisensi tersebut, maka menteri akan menghapus pencacatan perjanjian lisensi dari Daftar Umum Merek, kemudian diumumkan dalam Berita Resmi Merek serta diberitahukan secara tertulis kepada pihak-pihak yang berkepentingan.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

2.4. Kerangka Berfikir

Bagan 2.1. Kerangka Berfikir



BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang, dapat ditarik simpulan sebagai berikut:

1. Pendaftaran perjanjian waralaba untuk menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) merupakan suatu hal yang memiliki urgensi dan harus dilaksanakan. Pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang tidak terlaksana. Berdasarkan rekapan data perizinan, Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Semarang tidak pernah menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran waralaba.
2. Tidak terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang disebabkan oleh beberapa kendala kendala internal dan kendala eksternal. Terhadap kendal-kendala tersebut, Dinas Perdagangan Kota Semarang telah melaksanakan atau sedang merencanakan beberapa upaya demi terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang. Upaya-upaya tersebut diantaranya yaitu membuat rancangan peraturan walikota mengenai Perizinan, Pembinaan dan pengawasan waralaba, melakukan sosialisasi kepada pelaku waralaba, memperbarui data mengenai para pelaku waralaba yang ada di Kota Semarang, mengadakan pemeran

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

waralaba serta membentuk asosiasi atau komunitas waralaba di Kota Semarang.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pelaksanaan Pendaftaran Perjanjian Waralaba Dalam Negeri Ditinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Penyelenggaraan Waralaba di Kota Semarang penulis dapat memberikan bebearapa saran yaitu:

1. Bagi Dinas Perdagangan Kota Semarang dan Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Semarang

   Pemerintah Kota Semarang dalam hal ini Dinas Perdagangan Kota Semarang perlu melaksanakan sosialisasi kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba di dalam Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 kepada para pemberi dan penerima waralaba di Kota Semarang. Dinas Perdagangan Kota Semarang juga perlu berkoordinasi dengan Dinas Penanaman Modal Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Semarang serta dinas-dinas terkait dalam pelaksanaan pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang. Dinas Perdagangan Kota Semarang perlu segera merealisasikan upaya-upaya yang telah direncanakan demi terlaksananya pendaftaran perjanjian waralaba di Kota Semarang.

2. Bagi Pemberi dan Penerima Waralaba di Kota Semarang

   Pemberi waralaba perlu memberikan perintah kepada penerima waralaba untuk mendaftarkan perjanjian waralaba, serta pemberi waralaba

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

mencantumkan kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba di bagian hak dan kewajiban penerima waralaba dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Penerima waralaba perlu lebih kritis dan aktif menanyakan mengenai perizinan jalannya usaha kepada pemberi waralaba.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

Ali, Zainuddin. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Sinar Grafika.

Anoraga, Pandji. 2011. *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Ashshofa, Burhan. 2013. *Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asyhadie, Zaeni. 2012. *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Atmasasmita, Romli. 2001. *Reformasi Hukum, Hak Asasi Manusia & Penegakan Hukum*. Bandung : Mandar Maju.

Dewata, Mukti Fajar Nur dan Yulianto Achmad. 2017. *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ekotama, Suryono. 2010. *Rahasia Kontrak Franchise*. Yogyakarta: Citra Media.

HS, H. Halim dan Erlies Septiana Nurbani. 2014. *Penerapan Teori Hukum pada Penelitian Tesis dan Disertasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Ibrahim, Johannes. 2013. *Hukum Organisasi Perusahaan Pola Kemitraan dan Badan Usaha*. Bandung: Refika Aditama.

Ibrahim, Johannes dan Lindawaty Sewu. 2007. *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*. Bandung: Refika Aditama.

Jened, Rahmi. 2015. *Hukum Merek (TRADEMARK LAW) Dalam Era Globalisasi Dan Integrasi Ekonomi*. Jakarta: Prenadamedia Group.

Kelsen, Hans. 2014. *Teori Umum Tentang Hukum Dan Negara*. Terjemahan Raisul Muttaqien. Bandung: Nusa Media.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Miru, Ahmadi. 2005. *Hukum Merek: Cara Mudah Mempelajari Undang-Undang Merek*. Jakarta: Raja Grafindo.

Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Raharjo, Handri. 2009. *Hukum Perjanjian di Indonesia*. Yogyakarta: Pustaka Yustisia.

Rahardjo, Satjipto. 2000. *Ilmu Hukum*. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Salim, 2002. *Pengantar Hukum Perdata Tertulis*. Jakarta: Sinar Grafika.

Saidin, O.K. 2013. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Haji, O.K. Saidin. 2015. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Rights)*. Ed Rev, Cet 9. Jakarta: Rajawali Perss.

Simatupang, Richard Burton. 2007. *Aspek Hukum Dalam Bisnis*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soekanto, Soejono dan Abdurrahman. 2005. *Metode Penelitian Suatu Pemikiran dan Penerapan*. Jakarta: Rineka Cipta.

Soekanto, Soerjono 1981. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UI Press.

----- 2008. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penegakan Hukum*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.

Soetami, Siti. 2007. *Pengantar Tata Hukum Indonesia*. Bandung: Refika Aditama.

Sudaryat, Sudjana, Rika Ratna Permata. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual*. Bandung: Oase Media.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G)*. Bandung: Alfabeta.

Suratman, Philips Dillah. 2015. *Metode Penelitian Hukum*. Bandung: Alfabeta.

Sutedi, Adrian. 2008. *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Utomo, Tomi Suryo. 2010. *Hak Kekayaan Intelektual (HKI) di Era Global: Sebuah Kajian Kontemporer*. Yogyakarta: Candi Ilmu.

Widjaja, Gunawan. 2001. *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

----- 2001. *Seri Hukum Bisnis: Lisensi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

B. Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang No. 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek dan Indikasi Geografis

Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-undangan

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Perubahan Peraturan Menteri Perdagangan R.I. Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Penyelenggaraan Waralaba

Peraturan Walikota Semarang Nomor 78 Tahun 2016 Tentang Kedudukan, Susunan, Organisasi, Tugas dan Fungsi, serta Tata Kerja Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPM-PTSP) Kota Semarang

Peraturan Walikota Semarang Nomor 84 Tahun 2016 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi serta Tata Kerja Dinas Perdagangan Kota Semarang

Peraturan Walikota Semarang Nomor 137 Tahun 2016 Tentang Pelimpahan Kewenangan Penandatanganan Perizinan Kepada Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

C. Jurnal

Achmad, Andyna Susiawaty. 2012. Prinsip Perjanjian Campuran Dalam Perjanjian Lisensi Dan Perjanjian Waralaba. *Jurnal Gema Aktualita* 1 (1). Surabaya: Universitas Pelita Harapan.

Halim, Erwin. 2013. Actors Affecting Internationalization Of Indonesia Franchise Companies. *Binus Business Review* 4 (1). Jakarta: Binus University.

Hanim, Lathifah. 2011. Perlindungan Hukum Haki Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia. *Jurnal Hukum Universitas Sultan Agung* XXVI (2). Semarang: Universitas Sultan Agung.

Hastuti, Indira. 2006. Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (*Franchise*). *Hukum Dan Dinamika Masyarakat* Edisi Oktober 2006.

Imanullah, Moch Najib. 2011. Urgensi Pengaturan Waralaba Dalam Undang-Undang. *Jurnal Yustisia* Edisi 83 Mei-Agustus 2011. Universitas Sebelas Maret.

Tim Penelitian dan Pengembangan Perkreditan dan UMK BI. 2009. *Pola Pembinaan Usaha Kecil: Usaha Franchise*. Jakarta: Bank Indonesia.

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG

D. Internet

https://economy.okezone.com/read/2016/05/17/320/1390833/bisnis-waralaba-tumbuh-pesat-di-indonesia. (Diakses Pada Hari Senin, 27 November 2017, Pukul 19:30 WIB)

http://www.kemendag.go.id/id/news/2016/09/06/ri-punya-698-waralaba-omzetnya-rp-172-t. (Diakses Pada Hari Jumat, 25 Mei 2018, Pukul 19:10 WIB)

www.franchiseindonesia.or.id/about-us. (Diakses Pada Hari Jumat, 13 April 2018, Pukul 14:00 WIB)

www.primagama.co.id. (Diakses Pada Hari Sabtu, 14 April 2018, Pukul 19:00 WIB)

www.nyoklatklasik.co.id. (Diakses Pada Hari Sabtu, 14 April 2018, Pukul 19:15 WIB)

www.majalahfranchise.com. (Diakses Pada Hari Sabtu, 14 April 2018, Pukul 19:30 WIB)

http://dpmptsp.izin.semarangkota.go.id

UNNES
UNIVERSITAS NEGERI SEMARANG