

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Globalisasi ekonomi pada dekade terakhir ini berkembang dengan sangat cepat. Kehadiran Indonesia dalam ekonomi mulai dilirik oleh banyak pengusaha luar negeri yang membuat Indonesia dituntut untuk berkembang di berbagai sektor usaha. Tentu perkembangan ekonomi yang begitu cepat juga menuntut kesiapan dan kemampuan pranata hukum dalam mengikuti perkembangan ekonomi sebagai akibat dari globalisasi ekonomi dunia tersebut.

Dunia usaha yang selalu bergerak dinamis, pelaku usaha selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan usahanya. Hal ini semakin terasa di era global saat ini di mana ekspansi dunia bisnis telah menembus batas ruang, waktu dan teritorial suatu negara.

Hal nyata dari pertumbuhan ekonomi akibat globalisasi ekonomi dunia adalah meningkatnya kebutuhan perusahaan terhadap modal dan kebutuhan tersebut menuntut struktur permodalan yang lebih kompleks. Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah penyertaan modal secara informal yaitu pengembangan usaha melalui sistem *franchise* yang di Indonesia diistilahkan dengan waralaba.

Posisi ekonomi saat ini juga sangat terdampak karena pandemi virus *covid-19* yang makin hari makin meningkat jumlahnya di Indonesia sejak bulan februari 2020. Banyak kegiatan ekonomi terhenti di seluruh dunia, dan dampak ini sendiri sangat terasa di Indonesia baik perusahaan besar maupun perusahaan rintisan, begitu juga dengan perusahaan dengan model bisnis waralaba.

Franchise sebagai bentuk usaha banyak mendapat perhatian para pelaku bisnis, dikarenakan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha, ini berarti, *Franchise* dapat memberikan kesempatan kerja, pemerataan dan juga menciptakan lapangan kerja masyarakat.

Franchise adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk (biasanya disebut *franchisor*) yang memberikan lisensi ke pihak lain (biasanya disebut *franchisee*) untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama *franchisor*. *Franchisee* biasanya membayar semacam fee (*royalty*) kepada *franchisor* terhadap aktivitas yang mereka lakukan.¹

Menurut Susilowati, waralaba (*franchise*) adalah kontrak perjanjian pemakaian nama, merk dagang, dan logo perusahaan tertentu dari pemberi waralaba (*franchisor*) yang di dalamnya dicantumkan ikhtisar peraturan pengoperasiannya oleh

¹ Saliman, Abdul R. 2014. Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group hal. 58

perusahaan yang menggunakan (*franchise*), jasa yang disediakan oleh pemberi waralaba (*franchisor*), dan persyaratan keuangan.²

Sistem Waralaba sebagai format bisnis mulai di kenal di Indonesia pada awal tahun 1980, dibidang Restoran Siap Saji (*Fast Food Restaurant*), seperti KFC, *Pioneer Take out*. Sedangkan *Franchise* (waralaba) generasi pertama yang cenderung disebut lisensi memang telah lebih dahulu dikenal, antara lain seperti; Coca-cola, obat-obatan.

Waralaba merupakan metode yang efektif dan terbukti sukses untuk mendapatkan dana ekspansi eksternal dengan resiko terendah.. Dibandingkan dengan membuka usaha dari nol dan mengakuisisi bisnis orang lain, menjadi mitra waralaba (*franchisor*) merupakan cara yang paling cepat untuk menjadi pengusaha

Sistem ini bagi sebagian usahawan yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu perusahaan. Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini.

Kemampuan teknologi dan pengetahuan atau penemuan yang spesifik, dan biasanya sedikit lebih maju atau inovatif, pengusaha dapat menawarkan kelebihan

² Lantip Susilowati. 2013. *Bisnis Kewirausahaan*, Yogyakarta: Teras, hal. 49

kemampuan yang dimiliki perusahaanya kepada pihak lain untuk menjalankan usahanya. Pada kenyataannya pemberian perizinan penggunaan teknologi dan atau pengetahuan itu saja dalam banyak hal masih dirasakan kurang cukup oleh kalangan usahawan, khususnya bagi mereka yang berorientasi internasional.

Usahawan merasakan perlunya suatu bentuk “penyeragaman total”, agar masyarakat konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan atau dijual olehnya secara luas, sehingga maksud pengembangan usaha yang ingin dicapai olehnya dapat terwujud. Hingga kemudian terjadilah bentuk-bentuk lisensi seperti yang kita kenal dewasa ini, yang bersifat komprehensif.³

Perkembangan dunia usaha ternyata tidak berhenti sampai disini, usahawan kemudian tidak hanya berbicara soal keseragaman dalam bentuk Hak Atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan, tetapi juga kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala dan setiap perintah yang dikeluarkan, termasuk sistem pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut. Perkembangan tentang perjanjian berorientasi Hukum dan Ekonomi lebih lanjut, maka dikembangkanlah *franchise* sebagai alternatif pengembangan usaha, khususnya yang dilakukan secara internasional.

Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba sesungguhnya mengandalkan para kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan

³ Gunawan Widjaya, 2001. Waralaba, Rajawali Pers, Jakarta, , hal. 3

menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba.

Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan, sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang.

Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan royalti atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba.

Merek adalah aset yang menciptakan nilai bagi pelanggan dengan meningkatkan kepuasan dan menghargai kualitas.⁴ Merek merupakan peranan penting dalam suatu usaha dan dalam pemasaran. Terdapat beberapa perbedaan antara produk dengan merek. Produk merupakan hasil yang diproduksi oleh suatu orang maupun badan usaha, yang akan mudah ditiru oleh pesaing.

Tetapi merek merupakan suatu nama yang dibeli oleh konsumen karena memiliki nilai, identitas dan ciri khas tertentu yang telah dilindungi secara hukum.

⁴ Kartajaya, Hermawan. 2010 Brand Operation. Jakarta : Esensi Erlangga Group. Hal 67

Merek akan mempengaruhi persepsi konsumen terhadap produk yang akan dibeli maka persaingan antar perusahaan adalah persaingan persepsi bukan produk⁵

Merek memiliki 6 tingkatan pengertian menurut Surachman, diantaranya :

1. Atribut.

Setiap merk memiliki atribut.

2. Manfaat.

Merk sebagai atribut mempunyai 2 manfaat yaitu manfaat emosional dan manfaat fungsional.

3. Nilai

Merk juga harus menyatakan nilai bagi produsennya.

4. Budaya

Merk mewakili budaya tertentu.

5. Kepribadian

Merk bisa mencerminkan suatu kepribadian tertentu.

6. Pemakai

Merk menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau memakai merk tersebut.

⁵ Fandy, Tjiptono. 2011. Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Edisi 2. Yogyakarta: Andi. Hal 34

Keuntungan yang bisa didapatkan dari usaha model waralaba, adalah tidak perlu membangun merek lagi, pemberi waralaba akan memberikan pelatihan, pembinaan, dan bimbingan kepada penerima waralaba.

Menjamurnya bisnis waralaba saat ini, pemerintah memandang perlu untuk mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha Pemberi Waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba. Disamping itu, Pemerintah dapat memantau dan menyusun data Waralaba baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan

Pengaturan *Franchise* sudah diatur oleh Pemerintah dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 259/MPP/Kep/7/1997, tanggal 30 juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, Dan Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Penjelasan mengenai waralaba juga telah diatur di dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, di mana telah didefinisikan dalam Pasal 1 angka 1 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.”

Dunia usaha waralaba akan melibatkan beberapa pihak, baik dari pihak pemilik atau pemberi waralaba yang dinamakan dengan franchisor dan pihak yang diberi atau menerima waralaba yang disebut dengan *franchisee*.⁶ 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. Kerjasama yang baik yang melibatkan para pihak dengan di dasari rasa tanggung jawab untuk menjaga kemitraan usaha akan menguntungkan kedua belah pihak.

Waralaba sebagai suatu bentuk pengembangan usaha telah mendapat perhatian dari para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks. Secara singkat dikatakan oleh Keegen dalam Gunawan Wijaya bahwa ada lima macam cara pengembangan usaha, yaitu:

⁶ Cita Yustisia Serfiyani, 2015, *Franchise Top Secret*, (Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa), Yogyakarta: Andi, hal. 15

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor impor;
2. Dengan pemberian lisensi;
3. Melakukan *franchising* (pemberian waralaba);
4. Membentuk perusahaan patungan
5. Melakukan penanaman modal langsung dengan kepemilikan yang menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.⁷

Perkembangan usaha yang melibatkan lebih dari satu pihak seperti usaha waralaba harus melakukan suatu perjanjian sebagai dasar dalam perlindungan hukum. Perjanjian kerjasama ini dibuat dalam waralaba tersebut sebagai salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain,

Pengertian perjanjian menurut para ahli adalah sebagai berikut:⁸

1. Menurut pendapat Sri Soedewi Masjehoen Sofwan menyebutkan bahwa perjanjian itu adalah “suatu perbuatan hukum dimana seorang atau lebih mengingatkan dirinya terhadap seorang lain atau lebih”.
2. Menurut R Wirjono Prodjodikoro menyebutkan sebagai berikut “suatu perjanjian diartikan sebagai suatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal atau untuk tidak melakukan sesuatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu”.

Perjanjian mempunyai peranan dalam keberlangsungan suatu usaha, keberadaannya dapat menjadi dasar untuk mengikat dua pihak untuk bekerjasama, serta untuk menghindari dari kedua belah pihak untuk melakukan suatu pelanggaran.

⁷ Gunawan Widjaya, 2001. Waralaba, Rajawali Pers, Jakarta hal 17

⁸ Griswanti Lena, 2005, Perlindungan Hukum Terhadap Penerima Lisensi Dalam Perjanjian, Tesis, Universitas Gadjah Mada, hlm. 87.

Perjanjian dapat menjadi dasar dalam suatu kesepakatan kerja sama yang telah dibuat, keberadaannya mampu menjadi pijakan perlindungan hukum.

Perjanjian akan mampu mengikat para pihak untuk taat dan menghargai kesepakatan yang telah dibuat, apabila salah satu pihak ada yang melanggar atau dirugikan, maka pihak yang dirugikan dapat melakukan penuntutan sesuai ketentuan yang berlaku. Kesepahaman dan kejujuran dalam melakukan perjanjian merupakan dasar yang harus diambil sebagai etika dalam dunia usaha waralaba.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (*Franchise*) dijadikan payung hukum sebagai pelindung dalam melakukan kegiatan usaha waralaba.

Perjanjian waralaba masuk dalam Asas perjanjian yang tersirat dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara yaitu asas kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Artinya bahwa kedua belah pihak wajib mentaati dan melaksanakan perjanjian yang telah disepakati sebagaimana mentaati undang-undang. Oleh karena itu, akibat dari asas *pacta sunt servanda* adalah perjanjian itu tidak dapat ditarik kembali tanpa persetujuan dari pihak lain. Hal ini disebutkan dalam Pasal 1338 ayat (2) KUHPerdara yaitu suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat

kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Dalam rangka melaksanakan pekerjaan maka pemberi waralaba tentu perlu memperhatikan gerai penerima waralaba dan perlu mengevaluasi kinerjanya serta melakukan serangkaian perbaikan, agar tetap tumbuh dan dapat bersaing. Perbaikan ini akan dilaksanakan secara terus menerus, sehingga kinerja perusahaan makin baik dan dapat terus unggul dalam persaingan, atau minimal tetap dapat bertahan. Salah satu strategi untuk memperbaiki dan memaksimalkan kinerja perusahaan adalah dengan cara restrukturisasi.

Restrukturisasi sebenarnya banyak dilakukan oleh perusahaan - perusahaan untuk mengikuti perkembangan zaman dan mempertimbangkan beberapa pihak yang bersangkutan dengan perusahaan. Restrukturisasi organisasi atau desain organisasi menurut pendapat Handoko T Hani didefinisikan sebagai

mekanisme-mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola dimana struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsifungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi⁹

Pembahasan mengenai desain organisasi tidak dapat dilepaskan dari peranan struktur organisasi, sebagaimana telah dikemukakan oleh Gitosudarmo (2001:23)

bahwa keunggulan kompetitif organisasi antara lain ditentukan oleh struktur yang ramping “lean dan mean” atau dalam bahasa yang lain disebut “miskin struktur kaya fungsi” sejalan dengan perspektif Osborn dan Gaebler dalam

⁹ Handoko, T. Hani, 2006, Manajemen Edisi Kedua , BPFE:Yogyakarta

bukunya yang berjudul mewirausahakan birokrasi mentransformasi semangat wirausaha ke dalam sektor publik yang menyatakan bahwa dengan adanya pergeseran peran pemerintah dari “rowing” mendayung ke “steering” mengarahkan maka organisasi birokrasi pemerintah juga harus mampu mengadaptasi hal tersebut.¹⁰

Keberadaan dari restrukturisasi akan diharapkan supaya suatu perusahaan bisa makin menghasilkan struktur yang ramping, fleksibel, efisien, responsif dan menjawab permasalahan yang sebelumnya ada dalam perusahaan. Salah satu contoh dari proses restrukturisasi yaitu keberadaan dampak pandemik virus Covid-19 dan pengaturan PSBB oleh Pemerintah saat ini.

Beberapa daerah di Indonesia telah menerapkan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang bertujuan untuk menurunkan tingkat virus covid-19 di Indonesia. Efek pengaturan PSBB oleh Pemerintah ini tentu berdampak buruk bagi para pengusaha karena berkurangnya aktivitas masyarakat yang berimbas pada penurunan pendapatannya.

Banyaknya bisnis yang terdampak pandemi virus Covid-19 membuat para pengusaha harus berinovasi dan restrukturisasi untuk mendukung jalannya usaha, dan tentu sistem waralaba juga mengalaminya, sehingga kopi Kepengen juga melakukan banyak inovasi dan restrukturisasi pada masa pandemik ini. Salah satu inovasi yang dijalankan oleh kopi Kepengen adalah pengaturan Franchise dihubungkan dengan model pembayaran, bahan baku menu minuman dan makanan, bentuk jam kerja outlet, pelayanan konsumen dan sebagainya.

¹⁰ Gitosudarmo, Indriyo. 2001. Manajemen strategi. Yogyakarta: BPFE Yogyakarta

Kondisi pandemi ini sendiri sebenarnya belum bisa disebutkan sebagai *force majeure*, Menurut Setiawan, *force majeure* adalah suatu keadaan yang terjadi setelah dibuatnya persetujuan yang menghalangi debitur untuk memenuhi prestasinya, yang mana debitur tidak dapat dipersalahkan dan tidak harus menanggung resiko serta tidak dapat menduga pada waktu persetujuan dibuat. Karena semua itu sebelum debitur lalai untuk memenuhi prestasinya pada saat timbulnya keadaan tersebut¹¹ maka dari itu, pemberi waralaba menggunakan cara lain yaitu restruksisasi perusahaan.

Inovasi waralaba juga akan melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Bisnis waralaba penggunaan hak kekayaan intelektual oleh penerima franchise akan dikenakan Pembayaran *royalty fee*, Royalti sendiri diartikan sebagai kompensasi pemberian izin menggunakan hak ekonomi, maka pencipta atau pemegang hak mendapatkan imbalan berupa royalty.¹² Royalti ini sebagai salah satu cara mendapatkan keuntungan ekonomi bagi pencipta atau pemegang hak. Sehingga jika pihak lain menggunakan hak ekonomi tanpa izin, tentu saja pencipta tidak

¹¹ P.N. H. Simanjuntak, Hukum Perdata Indonesia Cetakan ke- 3, (Jakarta: Kencana, 2017), hal. 295

¹² Jurnal Cita Hukum. Vol. 5 No. 1 June 2017. P-ISSN: 2356-1440. E-ISSN: 2502-230X

mendapatkan royalti yang berarti kehilangan hak ekonominya, pihak lain yang tidak berhak mendapatkan keuntungan finansial dengan mengkomersialkan hasil karya pencipta secara ilegal. Sehingga perlu perlindungan kepada pencipta atau pemegang hak khususnya atas pelanggaran hak ekonomi.

Praktek manajemen Kopi Kepengen bahwa keberadaan royalti ini sebagai fee untuk meminjamkan lisensi dalam rangka menjaga dan meningkatkan *Brand*. Pemberi waralaba sebagai pemilik Kopi Kepengen menggunakan *Royaltyfee* sebagai salahsatu syarat perjanjian untuk meningkatkan usahanya. Model perjanjian sistem pembayaran *Royaltyfee* pada merek Kopi Kepengen dilakukan setiap bulannya pada tanggal 15, biaya royalti pun sudah dihitung oleh Pemberi waralaba agar tidak memberatkan para Penerima waralaba.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dalam penelitian ini meneliti mengenai “ **Restrukturisasi Royalti dalam Perjanjian Waralaba Kopi Kepengen pada masa Pandemi “**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas sebelumnya maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana prinsip prinsip perjanjian waralaba pada Kopi Kepengen ?
2. Bagaimana akibat hukum terhadap perjanjian yang disepakati dalam kondisi pandemi virus Covid-19 saat ini ?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengkaji dan menganalisa prinsip prinsip dalam perjanjian waralaba di kopi kepengen.
2. Untuk mengkaji dan menganalisa akibat hukum terhadap perjanjian yang disepakati dalam kondisi virus saat ini.

Melalui penelitian yang dilakukan, maka diharapkan dapat memberikan kontribusi pada 2 aspek, sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis, bisa bermanfaat bagi pengembangan ilmu hukum khususnya hukum perjanjian.
2. Manfaat Praktis, memberi sumbang saran/informasi dan salah satu dasar dalam penentuan kebijakan perumusan peraturan waralaba di Indonesia dan bagi pelaku usaha waralaba.

D. Kerangka Konseptual

Pengembangan usaha yang mendasarkan pada suatu pedoman hukum sebagai dasar dalam meningkatkan pangsa pasar harus dilakukan. Kerjasama yang baik dalam pengembangan usaha dengan pihak lain sangat diperlukan sebagai upaya pengembangan.

Pengembangan usaha secara singkat dikatakan oleh Keegen dalam Gunawan Wijaya bahwa ada lima macam cara pengembangan usaha, yaitu:

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor impor;
2. Dengan pemberian lisensi;
3. Melakukan *franchising* (pemberian waralaba);
4. Membentuk perusahaan patungan
5. Melakukan penanaman modal langsung dengan kepemilikan yang menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.¹³

Franchise sebagai bentuk usaha banyak mendapat perhatian para pelaku bisnis, dikarenakan dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha, ini berarti, *Franchise* dapat memberikan kesempatan kerja, pemerataan dan juga menciptakan lapangan kerja masyarakat.¹⁴

Ketelitian dan kejelian dalam setiap detail kontrak kesepakatan dengan pihak lain sangat diperlukan sebagai upaya proteksi atas usaha yang dijalankan. Tanggungjawab dan kepercayaan antar pihak sangat diperlukan untuk mengembangkan usaha yang dijalankan bersama. Kesepakatan yang dituangkan dalam perjanjian harus mampu menjadi dasar dalam usaha, agar tidak ada pihak yang dirugikan dalam usaha tersebut.

Perjanjian yang didasarkan atas kesepakatan para pihak dalam melakukan suatu usaha akan menjadi jaminan sebagai tanggung jawab dalam usaha waralaba,

¹³ Gunawan Widjaya, 2001. Waralaba, Rajawali Pers, Jakarta hal 17

¹⁴ Saliman, Abdul R. 2014. Hukum Bisnis Untuk Perusahaan Teori dan Contoh Kasus. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group hal. 58

baik pemberi waralaba ataupun penerima waralaba. Perjanjian dalam suatu usaha waralaba pada dasarnya mendasarkan pada kebutuhan dan tujuan yang ingin dicapai dalam suatu usaha, dengan keuntungan kedua belah pihak sebagai tujuannya.

Esensi utama dalam pengembangan usaha waralaba adalah untuk mencapai strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya, dengan tujuan mencari keuntungan untuk kedua belah pihak.

Pada dasarnya usaha waralaba merupakan suatu perikatan/perjanjian antara dua pihak. Sebagai perjanjian dapat dipastikan semua ketentuan dalam hukum perdata (KUHPerduta) tentang perjanjian (Pasal 1313), tentang sahnya perjanjian (Pasal 1320) dan ketentuan Pasal 1338.

Menurut Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba Pasal 1, 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.

Pasal 1320 KUH Perdata menyebutkan empat syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu:

1. sepakat mereka yang mengikatkan dirinya
2. kecakapan untuk membuat suatu perikatan,
3. suatu hal tertentu
4. suatu sebab yang halal.

Menurut Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 pengertian Franchise (Waralaba) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap suatu sistem bisnis dengan ciri khas usaha di dalam rangka memasarkan barang dan jasa yang sudah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan atau dipergunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian franchise (waralaba).

Perjanjian waralaba mempunyai beberapa asas fundamental, antara lain

1. Asas kebebasan berkontrak
2. Asas konsensualisme
3. Asas kepercayaan
4. Asas kekuatan mengikat
5. Asas persamaan hukum
6. Asas keseimbangan
7. Asas kepastian hukum
8. Asas kepatutan
9. Asas kebiasaan.

Dengan adanya perjanjian maka tiap tiap pihak memiliki hak dan kewajiban yang perlu dipertanggungjawabkan, Hak merupakan unsur normatif yang berfungsi

pedoman berperilaku, melindungi kebebasan, kekebalan, serta menjamin adanya peluang bagi manusia dalam menjaga harkat dan martabatnya.¹⁵

Kewajiban pada intinya adalah segala sesuatu yang harus dilakukan. Kewajiban itu menurut pendapat dari seorang sarjana bernama Srijanti yaitu berkaitan erat dengan suatu keharusan apapun itu jika merupakan kewajiban kita harus melaksanakannya tanpa ada alasan apapun itu.¹⁶ Sehingga akibat hukum bisa terjadi, Akibat hukum adalah suatu akibat yang ditimbulkan oleh hukum, terhadap suatu perbuatan yang dilakukan oleh subjek hukum.¹⁷

Waralaba memiliki format bisnis pemberian sebuah lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba, lisensi tersebut memberi hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan meminta bantuan yang terus menerus atas dasar yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁸

Waralaba dalam kegiatan format bisnis ini terdiri dari :

1. Konsep Bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba.

¹⁵ Srijanti. 2007. Etika Berwarga Negara: Pendidikan Kewarganegaraan di Perguruan Tinggi (edisi 2). Salemba Empat. Hal. 121

¹⁶ Ibid.

¹⁷ Achmad Ali, Menguak Tabir Hukum, Ghalia Indonesia 2008, hal 192

¹⁸ Gunawan Widjaja, 2001, Seri hukum Bisnis Waralaba, hal. 13.

2. Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep pemberi waralaba.
3. Proses bantuan dan bimbingan yang terus menerus dari pihak pemberi waralaba.
4. Pengertian waralaba dari segi hukum.

Kerja sama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik pemberi maupun penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain. Dalam merealisasikan hal tersebut penyusunan dan pembuatan perjanjian waralaba secara seimbang antara para pihak sebagai dasar pelaksanaan kerja sama menjadi hal sangat penting untuk dilaksanakan.

Di masa pandemic virus covid-19 ini, ekonomi di Indonesia sangat terdampak buruk dan banyak usaha yang terhenti, sehingga memaksa banyak perusahaan untuk melakukan restrukturisasi, Restrukturisasi organisasi atau desain organisasi menurut pendapat Handoko T Hani didefinisikan sebagai

mekanisme-mekanisme formal dengan mana organisasi dikelola dimana struktur organisasi menunjukkan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan-hubungan diantara fungsifungsi, bagian-bagian atau posisi-posisi maupun orang-orang yang menunjukkan, tugas wewenang dan tanggung jawab yang berbeda-beda dalam suatu organisasi¹⁹

¹⁹ Handoko, T. Hani, 2006, Manajemen Edisi Kedua , BPFE:Yogyakarta

Restrukturisasi ini dilakukan agar para pengusaha bisa beradaptasi dengan peraturan dari pemerintah dimasa pandemi ini, seperti pembatasan sosial berskala besar (PSBB) yang diterbitkan oleh kemenkes dalam rangka penanganan pandemi ini.

Istilah pandemi menurut KBBI dimaknai sebagai wabah yang berjangkit serempak di mana-mana meliputi daerah geografi yang luas. PSBB adalah singkatan dari Pembatasan Sosial Berskala Besar, peraturan yang diterbitkan Kementerian Kesehatan (Kemenkes) dalam rangka Percepatan Penanganan *COVID-19* agar bisa segera dilaksanakan di berbagai daerah.²⁰

E. Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti oleh penulis, maka metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian hukum normatif. metode penelitian hukum yang dilakukan dengan meneliti bahan pustaka atau data sekunder. Penelitian Hukum Normatif merupakan suatu bentuk penelitian dengan pendekatan pengkajian teoritik dari sumber data sekunder yaitu literatur dan peraturan perundang-undangan yang terkait.

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yakni data yang dipusatkan berdasarkan bahan kepustakaan, antara lain sebagai berikut:

²⁰ Dipna Videlia, 2020, "Arti PSBB yang Dibuat untuk Cegah Penyebaran Corona di Indonesia", <https://tirto.id/eMXT>

1. Bahan Hukum Primer

Bahan hukum primer adalah bahan-bahan hukum yang mengikat, meliputi norma kaidah dasar, peraturan perundangundangan, yurisprudensi, traktat dan bahan-bahan hukum yang masih berlaku dan menjadi hukum positif di Indonesia sampai saat ini, terkait perlindungan hukum terhadap para pihak dalam perjanjian waralaba di Indonesia. Dalam penelitian ini, bahan hukum primer yang digunakan adalah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer.²¹ Bahan hukum sekunder, meliputi literatur-literatur dan bahan-bahan yang berkaitan dengan perlindungan hukum terhadap para pihak dalam perjanjian waralaba di Indonesia dan peraturan-peraturan di bawah undang-undang. Dalam penelitian ini, bahan hukum sekunder yang digunakan adalah:

- 1) UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merk
- 2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba

3. Bahan Hukum Tersier

²¹ Amiruddin & Zainal Asikin, Pengantar Metode Penelitian Hukum, Mataram: Divisi Buku Perguruan Tinggi PT. Raja Grafindo, 2003, hal. 19

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang mendukung hukum primer dan bahan hukum sekunder, di antaranya berupa jurnal, buku, bahan dari media internet, kamus, ensiklopedia, dan lain sebagainya

F. Sistematika Pertanggungjawaban

Secara garis besar, penulisan hasil penelitian ini akan disusun secara sistematis dalam 4 bab berikut ini :

Bab I merupakan Bab Pendahuluan, didalamnya akan dijelaskan beberapa sub Bab mengenai latar belakang pemikiran, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian, baik manfaat teoretis maupun praktis, dan sistematika penulisannya.

Bab II adalah Bab Pembahasan I, didalamnya akan dibahas mengenai prinsip prinsip hukum perjanjian waralaba yang ada dalam bisnis kopi kepengen, dijelaskan juga mengenai beberapa teori-teori tentang pengaturan tentang hukum penyelenggaraan waralaba di Indonesia dan analisa perjanjian dari perjanjian waralaba Kopi Kepengen. Metodologi penelitian ini disusun secara sistematis berdasarkan pada metode pendekatan, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data

Bab III merupakan Bab Pembahasan II, pada bab ini akan menjelaskan mengenai akibat hukum yang terjadi di masa pandemi virus *covid-19* dan akan dijelaskan juga mengenai beberapa teori tentang akibat hukum hingga kondisi

pandemi. Metodologi penelitian ini disusun secara sistematis berdasarkan pada metode pendekatan, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

Bab IV merupakan Bab Penutup, sebagai akhir dari penulisan ilmiah ini yang didalamnya akan disampaikan hasil kesimpulan dan saran-saran untuk perbaikan dan pembaharuan terhadap kebijakan hukum, khususnya yang terkait dengan perjanjian waralaba.