



**ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA  
(FRANCHISE) PADA AYAM PENYET  
BANDUNG DI KOTA MEDAN  
(Studi Penelitian di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal  
Ujung)**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Tugas – Tugas Dan Memenuhi Syarat-Syarat Mencapai  
Gelar Sarjana Hukum**

**Oleh :**

**DEDEN SANTOSO**

**NPM : 1616000247  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Konsentrasi : Hukum Perdata**

**FAKULTAS SOSIAL SAINS  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
MEDAN  
2021**

**HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING**

**ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA  
(FRANCHISE) PADA AYAM PENYET  
BANDUNG DI KOTA MEDAN**

(Studi Penelitian di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal Ujung)

Nama : DEDEN SANTOSO  
NPM : 1616000247  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Konsentrasi : Hukum Perdata

Disetujui Oleh :

**DOSEN PEMBIMBING I**



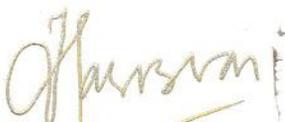
Dr. Vita Cita Emia Tarigan, S.H., L.L.M.

**DOSEN PEMBIMBING II**



Beby Sendy, SH., MH.

**DIKETAHUI/DISETUJUI OLEH :  
KETUA PROGRAM STUDI ILMU HUKUM**



Dr. Syaiful Asmi Hasibuan.S.H.,M.H.

**DIKETAHUI OLEH :  
DEKAN FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN**



Dr. Onny Medalin, S.H., M.Kn

## HALAMAN PENGESAHAN TIM PENGUJI

### ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) PADA AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN (Studi Penelitian Di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal Ujung)

Nama : Deden Santoso  
NPM : 1616000247  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Konsentrasi : Hukum Perdata

#### TELAH DIPERTAHANKAN DI DEPAN SIDANG PENGUJI :

Pada Hari/ Tanggal : Rabu, 03 Maret 2021  
Tempat : Via Online  
Jam : 08.30 s/d 12.00 WIB  
Dengan Tingkat Judisium : A (sangat memuaskan)

#### PANITIA UJIAN/ TIM PENGUJI

Ketua : Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn  
Anggota I : Dr. Vita Cita Emia Tarigan, S.H., L.LM  
Anggota II : Beby Sendy, S.H., MH  
Anggota III : Tamaulina Br. Sembiring, S.H., M.Hum., Ph.d  
Anggota IV : Dra. Hj Irma Fatmawati, S.H., M.Hum

(*[Handwritten signature]*)  
(*[Handwritten signature]*)  
(*[Handwritten signature]*)  
(*[Handwritten signature]*)  
(*[Handwritten signature]*)

DIKETAHUI OLEH :  
DEKAN FAKULTAS SOSIAL SAINS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI MEDAN

Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn





# UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI

## FAKULTAS SOSIAL SAINS

Jl. Jendral Gatot Subroto Km 4,5 Medan Fax. 061-8458077 PO.BOX : 1099 MEDAN

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI MANAJEMEN	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI AKUNTANSI	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM	(TERAKREDITASI)
PROGRAM STUDI PERPAJAKAN	(TERAKREDITASI)

### PERMOHONAN JUDUL TESIS / SKRIPSI / TUGAS AKHIR\*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Deden Santoso  
 Tempat/Tgl. Lahir : Air Serdang / 26 Juni 1996  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 1616000247  
 Program Studi : Ilmu Hukum  
 Konsentrasi : Perdata  
 Jumlah Kredit yang telah dicapai : 140 SKS, IPK 3.46  
 Nomor Hp : 081279663005  
 Dengan ini mengajukan judul sesuai bidang ilmu sebagai berikut :

No.	Judul
1.	Aspek Hukum dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan (Studi Penelitian Di Jalan Bilal Ujung Medan)

catatan : Diisi Oleh Dosen Jika Ada Perubahan Judul

Stempel Yang Tidak Perlu



Medan, 05 Februari 2020  
 Pemohon,

( Deden Santoso )

Tanggal : .....  
 Disahkan oleh  
 Dekan  
  
 ( Dr. Surya Nita, S.H., M.Hum. )

Tanggal : .....  
 Disetujui oleh :  
 Dosen Pembimbing I :  
  
 ( Dr. Vita Cita Emilia Tarigan, S.H., L.LM )

Tanggal : 12 Maret 2020  
 Disetujui oleh:  
 Ka. Prodi Ilmu Hukum  
  
 ( Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn )

Tanggal : ~~10~~ 16 DESEMBER 2019  
 Disetujui oleh:  
 Dosen Pembimbing II:  
  
 ( Beby Sedy, S.H., MH )



**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS**

Status Terakreditasi Nomor : 2509/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2018 Tanggal 05 September 2018  
Jl. Jend.Gatot Subroto Km. 4,5 Kotak Pos 20122 Medan – Indonesia

**PENGESAHAN JUDUL SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

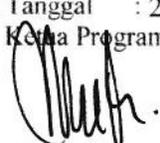
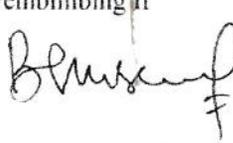
Nama : DEDEN SANTOSO  
N.P.M : .1616000247  
Program Studi : Ilmu Hukum  
Bagian : Perdata  
Jumlah Kredit :  
Yang Diperoleh : 140 Kredit, IPK 3.46

Mengajukan permohonan untuk membuat Skripsi dengan judul :

Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan  
(Studi Penelitian Jalan Bilal Ujung) Dengan kerangka isi dan Outline terlampir.

Medan, Juli 2020  
Pemohon,

DEDEN SANTOSO

<p>CATATAN : Diterima Tgl. ....</p> <p>Persetujuan Dekan:</p>   <p>Dr. Surya Nita, SH., M.Hum</p>	<p>Diketahui bahwa : <b>TIDAK ADA JUDUL DAN ISI SKRIPSI YANG SAMA</b></p> <p>Nomor : 548/HK./Perdata/FSSH/2020 Tanggal : 23 Juli 2020 Ketua Program Studi,</p>  <p>Dr. Onny Medaline, SH., M.Kn</p>
<p>Pembimbing I</p>  <p>Dr. Vita Cita Emia Tarigan, S.H.,LLM</p>	<p>Pembimbing II</p>  <p>14 Juli 2020</p> <p>Beby Sendy, S.H.,M.H</p>

## SURAT PERNYATAAN

g Bertanda Tangan Dibawah Ini :

: Deden Santoso

: 1616000247

Tgl.

: Air Serdang / 26 Juni 1996

: Jl. Jamin Ginting KM. 8 Komplek Perumahan Buena Vista Blok A No. 6

: 081279663005

ang

: Jani Asikin/Sukesi

: SOSIAL SAINS

Studi : Ilmu Hukum

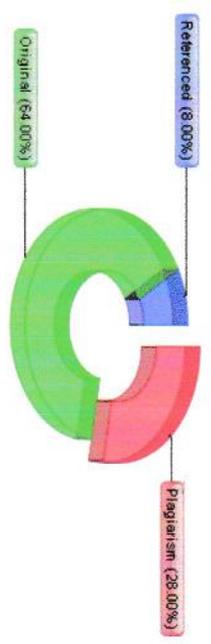
: Aspek Hukum dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan (Studi Penelitian Di Jalan Bilal Ujung Medan)

dengan surat ini menyatakan dengan sebenar - benarnya bahwa data yang tertera diatas adalah sudah benar sesuai azah pada pendidikan terakhir yang saya jalani. Maka dengan ini saya tidak akan melakukan penuntutan kepada UNPAB. da kesalahan data pada ijazah saya.

lah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar - benarnya, tanpa ada paksaan dari pihak manapun dan dibuat dalam sadar. Jika terjadi kesalahan, Maka saya bersedia bertanggung jawab atas kelalaian saya.



Plagiarism Detector v. 1740 - Originality Report 1/21/2021 11:43:34 AM  
 Comparison Preset: Rewrite. Detected language: Indonesian



↻ → % 32 words: <https://1123dok.com/document/7quv6ngq-akhtab-perenima-variables-perjanjian-waralaba>  
 ↻ → % 24 words: [http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/4601/1/1502015201\\_BAB%201\\_SAMPUL\\_B](http://repository.um-palembang.ac.id/id/eprint/4601/1/1502015201_BAB%201_SAMPUL_B)  
 ↻ → % 16 words: <https://1123dok.com/document/4zpbw4dq-lingkaran-waralaba-franchise-peperangan-amro>

## SURAT KETERANGAN PLAGIAT CHECKER

Dengan ini saya Ka.LPMU UNPAB menerangkan bahwa surat ini adalah bukti pengesahan dari LPMU sebagai pengesah proses plagiat checker Tugas Akhir Skripsi Tesis selama masa pandemi *Covid-19* sesuai dengan edaran rektor Nomor : 7594/13/R/2020 Tentang Pemberitahuan Perpanjangan PBM Online.

Demikian disampaikan. \*

NB: Segala penyalahgunaan/pelanggaran atas surat ini akan di proses sesuai ketentuan yang berlaku UNPAB.



Yusuf Muhammad Ritonga, B.A., MSc

Dokumen : PM-UJMA-06-02

Revisi

: 00

Tgl Eff

: 23 Jan 2019

**SURAT BEBAS PUSTAKA**  
**NOMOR: 3545/PERP/BP/2021**

Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi menerangkan bahwa berdasarkan data pengguna perpustakaan  
sebagai berikut:

: Deden Santoso  
: 1616000247  
Kategori : Akhir  
: SOSIAL SAINS  
: Ilmu Hukum

Sejak dihitung sejak tanggal 26 Januari 2021, dinyatakan tidak memiliki tanggungan dan atau pinjaman buku  
lagi terdaftar sebagai anggota Perpustakaan Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

Medan, 26 Januari 2021  
Diketahui oleh,  
Kepala Perpustakaan,

  
Sugiarjo, S.Sos., S.Pd.I



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571 website :  
www.pancabudi.ac.id email: unpub@pancabudi.ac.id Medan - Indonesia

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Dosen Pembimbing I : Dr. Vita Cita Emia Tarigan, S.H.,LLM  
Nama Mahasiswa : Deden Santoso  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hukum  
Nomor Pokok Mahasiswa : 1616000247  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S1)  
Judul Tugas Akhir/Skripsi : ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN  
WARALABA (FRANCISE) PADA AYAM PENYET  
BANGUNG DI KOTA MEDAN ( Studi Penelitian di  
Ayam Penyet Bandung cabang Jalan Bilal Ujung)

No.	TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF
1	13 Desember 2019	Penyerahan SK bimbingan skripsi	
2	07 Januari 2020	Penyerahan outline	
3	15 Januari 2020	Penyerahan Proposal Skripsi untuk diperiksa	
4	17 Februari 2020	Penyerahan perbaikan proposal skripsi untuk diperiksa	
5	03 Maret 2020	ACC Proposal Skripsi untuk Seminar Proposal	
6	08 Januari 2021	Penyerahan skripsi untuk diperiksa	
7	09 Januari 2021	Penyerahan perbaikan skripsi untuk diperiksa	
8	12 Januari 2021	ACC Skripsi untuk Sidang Meja Hijau	

Medan, 13 Januari 2021  
Diketahui/Disetujui oleh :  
Dekan,

**Dr. Bambang Widjanarko, S.E., M.M**



UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI  
FAKULTAS SOSIAL SAINS  
PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

Jl. Jend. Gatot Subroto Km. 4,5 Telp (061) 8455571 website :  
www.pancabudi.ac.id email: unpab@pancabudi.ac.id Medan - Indonesia

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

Universitas : Universitas Pembangunan Panca Budi  
Fakultas : SOSIAL SAINS  
Dosen Pembimbing II : Beby Sendy,S.H., M.H  
Nama Mahasiswa : Deden Santoso  
Jurusan/Program Studi : Ilmu Hukum  
Nomor Pokok Mahasiswa : 1616000247  
Jenjang Pendidikan : Strata 1 (S 1)  
Judul Tugas Akhir/Skripsi : ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN  
WARALABA (FRANCISE) PADA AYAM PENYET  
BANGUNG DI KOTA MEDAN ( Studi Penelitian di  
Ayam Penyet Bandung cabang Jalan Bilal Ujung)

No	TANGGAL	PEMBAHASAN MATERI	PARAF
1	04 Desember 2019	Penyerahan SK bimbingan skripsi	Bf
2	05 Januari 2020	Penyerahan outline	Bf
3	08 Februari 2020	Penyerahan proposal skripsi untuk diperiksa	Bf
4	17 Februari 2020	ACC proposal skripsi untuk seminar proposal	Bf
5	21 Desember 2020	Penyerahan skripsi untuk diperiksa	Bf
6	06 Januari 2021	Penyerahan perbaikan skripsi untuk diperiksa	Bf
7	07 Januari 2021	ACC skripsi untuk sidang meja hijau	Bf

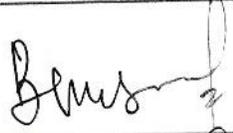
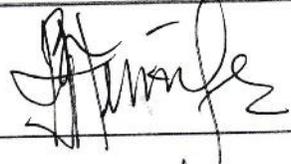
Medan, 13 Januari 2021  
Diketahui/Disetujui oleh :  
Dekan,


**Dr. Dr. Bambang Widjanarko, S.E., M.M**

**FORM PERBAIKAN DAN PERSETUJUAN LUX SKRIPSI  
PRODI ILMU HUKUM**

Nama : Deden Santoso  
 NPM : 1616000247  
 Konsentrasi : Hukum Perdata  
 Judul Skripsi : Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan (Studi Penelitian Di Ayam Penyet bandung Cabang Jalan Bilal Ujung)  
 Jumlah Halaman Skripsi : 97  
 Jumlah Persentase Plagiat Checker : 28 %  
 Hari/Tanggal Sidang Meja Hijau : Rabu/03 Februari 2021  
 Dosen Pembimbing I : Dr. Vita Cita Emia Tarigan,S.H., L.LM.  
 Dosen Pembimbing II : Beby Sedy, S.H.,MH  
 Penguji I : Tamaulina Br. Sembiring.S.H., M.Hum.,Ph.d  
 Penguji II : Dra. Hj Irma Fatmawati, SH.M.Hum

TIM PENGUJI/PENILAI	KETERANGAN	TANDA TANGAN
Catatan Dosen Pembimbing I	Acc jilid lux	
Catatan Dosen Pembimbing II	Acc jilid lux	
Catatan Dosen Penguji I	Acc jilid lux	
Catatan Dosen Penguji II	Acc jilid	

Diketahui oleh  
Ketua Prodi

  
  
 Dr. Syaiful Asmi Hasibuan,S.H.,M.H.

nan Meja Hijau

Medan, 28 Januari 2021  
 Kepada Yth : Bapak/Ibu Dekan  
 Fakultas SOSIAL SAINS  
 UNPAB Medan  
 Di -  
 Tempat

at, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

: Deden Santoso  
 Lahir : Air Serdang / 26 Juni 1996  
 : Jani Asikin  
 : 1616000247  
 : SOSIAL SAINS  
 : Ilmu Hukum  
 : 081279663005  
 : Jl. Jamin Ginting KM. 8 Komplek Perumahan Buena Vista  
 Blok A No. 6

ohon kepada Bapak/Ibu untuk dapat diterima mengikuti Ujian Meja Hijau dengan judul **Aspek Hukum dalam Perjanjian Waralaba pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan (Studi Penelitian Di Jalan Bilal Ujung Medan)**, Selanjutnya saya menyatakan :

mpirkan KKM yang telah disahkan oleh Ka. Prodi dan Dekan  
 akan menuntut ujian perbaikan nilai mata kuliah untuk perbaikan indeks prestasi (IP), dan mohon diterbitkan ijazahnya setelah lulus ujian  
 hijau.

tercap keterangan bebas pustaka  
 npir surat keterangan bebas laboratorium  
 npir pas photo untuk ijazah ukuran 4x6 = 5 lembar dan 3x4 = 5 lembar Hitam Putih  
 npir foto copy SFTB SLTA ditegasisir 1 (satu) lembar dan bagi mahasiswa yang lanjutan D3 ke S1 lampirkan ijazah dan transkripnya  
 yak 1 lembar  
 npir pelunasan kwintasi pembayaran uang kuliah berjalan dan wisuda sebanyak 1 lembar  
 i sudah diijid lux 2 exemplar (1 untuk perpustakaan, 1 untuk mahasiswa) dan jilid kertas jeruk 5 exemplar untuk penguji (bentuk dan  
 penjilidan diserahkan berdasarkan ketentuan fakultas yang berlaku) dan lembar persetujuan sudah di tandatangani dosen pembimbing,  
 dan dekan  
 opy Skripsi disimpan di CD sebanyak 2 disc (Sesuai dengan Judul Skripsinya)  
 npir surat keterangan BKKOL (pada saat pengambilan ijazah)  
 h menyelesaikan persyaratan point-point diatas berkas di masukan kedalam MAP  
 dia melunaskan biaya-biaya uang dibebankan untuk memproses pelaksanaan ujian dimaksud, dengan perincian sbb :

1. [102] Ujian Meja Hijau	: Rp.	500,000
2. [170] Administrasi Wisuda	: Rp.	1,500,000
3. [202] Bebas Pustaka	: Rp.	
4. [221] Bebas LAB	: Rp.	
<b>Total Biaya</b>	<b>: Rp.</b>	<b>2,000,000</b>

Ukuran Toga : **L**

Hormat saya

setujui oleh :



Widjanarko, SE., MM.  
 as SOSIAL SAINS

Deden Santoso  
 1616000247

permohonan ini sah dan berlaku bila ;  
 a. Telah dicap Bukti Pelunasan dari UPT Perpustakaan UNPAB Medan.  
 b. Melampirkan Bukti Pembayaran Uang Kuliah aktif semester berjalan  
 at Rangkap 3 (tiga), untuk - Fakultas - untuk BPAA (asti) - Mhs.ybs.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Deden Santoso  
NPM : 1616000247  
Fakultas/Program Studi : Sosial Sains / Ilmu Hukum  
Judul Skripsi : Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba  
(*Franchise*) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota  
Medan (Studi Penelitian Di Ayam Penyet Bandung  
Cabang Jalan Bilal Ujung)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat)
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Universitas Pembangunan Panca Budi untuk menyimpan, mengalih – media/formatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan karya skripsinya melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai dengan aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.



**Deden Santoso**

**NPM: 1616000247**

# ABSTRAK

## ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) PADA AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN (Studi Penelitian di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal Ujung)

Deden Santoso \*

Dr.Vita Cita Emia Tarigan, S.H., L.LM.\*\*

Beby Sedy, SH., MH.\*\*

Waralaba merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperluas jaringan usaha dan dalam menjawab tantangan jaman modern, karena sistem tersebut tidak membutuhkan investasi langsung. Dengan perkataan lain, waralaba merupakan salah satu bentuk kemitraan yang didasarkan pada hubungan yang saling menguntungkan (symbiosis mutualistic) di antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (*franchisee*). Namun perjanjian Waralaba oleh Ayam Penyet Bandung di Kota Medan menimbulkan suatu perbuatan inkarjanji (*wanprestasi*) yang dapat merugikan kepada pemberi waralaba atas royalti, modal, atas Produksi, dan lain sebagainya.

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat ditarik beberapa rumusan masalah seperti apa saja faktor yang menyebabkan pertumbuhan waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan, Bagaimana Pengaturan Hukum dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*), serta Bagaimana Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

Perbuatan wanprestasi dalam perjanjian waralaba yang terjadi di Ayam Penyet Bandung di Kota Medan yang dimana mendorong akan pertumbuhan waralaba yang dimana minat dikarenakan lokasi, kualitas produk, peminat/konsumen yang strategis dan terjangkau. Dan faktor pendorong lainnya dikarenakan semakin luasnya Usaha waralaba akan Membuka lapangan pekerjaan yang luas kepada masyarakat. Serta landasan hukum yang digunakan dalam waralaba tersebut berlandaskan perjanjian yang diatur dalam KUHPerdara, serta peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai Waralaba, dan Pengaturan sistem berjalannya waralaba.

Penulisan ini menggunakan penelitian hukum empiris, penelitian empiris penulis meneliti mengenai bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh pihak penerima waralaba yang membahas mengenai aspek hukum dalam melaksanakan perjanjian waralaba (*franchise*) pada Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

Dalam penulisan ini dapat disimpulkan, bahwa wanprestasi yang dilakukan parapihak di Ayam Penyet Bandung yang dengan penyelesaiannya secara kekeluargaan. Mengingat bahwa perjanjian waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan merupakan usaha yang berlandaskan sistem kekeluargaan.

**Kata Kunci: Aspek Hukum, Perjanjian, Waralaba (*Franchise*), dan Wanprestasi.**

---

\* Mahasiswa Fakultas Sosial Sains Program Studi Ilmu Hukum Universitas Pembangunan Panca Budi Medan

\*\* Dosen Pembimbing I dan II, Fakultas Sosial Sains Prodi Ilmu Hukum, Universitas Pembangunan Panca Budi Medan .

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar dan baik.

Adapun judul dari skripsi ini adalah: **“ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) PADA AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN (Studi Penelitian di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal Ujung)”**. Penulisan skripsi ini didasari atas ketertarikan penulis terhadap bagaimana aspek Hukum terhadap pelaku Usaha yang Melaksanakan usahanya dengan menggunakan sistem perjanjian Waralaba yang bergerak di bidang usaha kuliner Ayam Penyet Bandung di Kota Medan yang dimana penerima Waralaba Melakukan Satau Wanprestasi atas perjanjiannya.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, maka dalam kesempatan ini penulis dengan rasa hormat mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak **Dr. H.Muhammad Isa Indrawan, S.E., M.M.** Selaku Rektor Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

2. Bapak **Dr. Bambang Widjanarko, S.E, M.M.** selaku Dekan Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
3. Ibu **Dr. Onny Medaline, S.H., M.Kn.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Hukum Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
4. Ibu **Dr. Vita Cita Emia Tarigan, S.H., L.L.M.** selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak memberikan arahan, didikan dan masukan kepada Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Ibu **Beby Sendy, SH., MH.** selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak memberikan arahan dan masukan kepada Penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh civitas Akademik Fakultas Sosial Sains Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.
7. Ayahanda **Jani Asikin** dan Ibunda **Sukesi** selaku orang tua Penulis. terima kasih atas semua kasih sayang yang tidak pernah hilang, doa, dukungan, motivasi, didikan dan semangat yang sangat berarti.
8. Hukum Reguler 2015 selaku teman kelas terbaik yang penulis miliki, terimakasih atas seluruh kekompakan yang terjalin selama ini. Semoga kelak semua menjadi orang yang sukses dan dapat membanggakan keluarga, bangsa, dan negara
9. Seluruh keluarga besar yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu namanya. Terima kasih atas semua kasih sayang, doa, dukungan, motivasi, dan semangat yang sangat berarti.

10. Seluruh pihak yang turut membantu dalam terlaksananya penyelesaian skripsi ini sampai akhir.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, untuk itu Penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari semua pihak agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Akhir kata Penulis berdoa agar Tuhan Yang Maha Esa selalu melimpahkan kasih sayang dan rahmat-Nya kepada kita. Amin.

Medan, 16 Desember 2020  
Penulis

**DEDEN SANTOSO**  
**NPM. 1616000247**

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Keaslian Penelitian .....	10
F. Tujuan Pustaka .....	15
G. Metode Penelitian .....	23
H. Sistematika Penulisan .....	26
<b>BAB III : PENGATURAN HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE)</b> .....	<b>28</b>
A. Pengaturan Hukum Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	28
B. Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	34
C. Sanksi Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	41

<b>BAB II : FAKTOR–FAKTOR YANG MENDORONG PERTUMBUHAN WARALABA (<i>FRANCHISE</i>) AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN .....</b>	<b>43</b>
A. Faktor Eksternal .....	43
B. Faktor Internal .....	50
C. Akibat Yang Ditimbulkan Oleh Faktor–Faktor Yang Mendorong Pertumbuhan Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	53
 <b>BAB IV : AKIBAT YANG DITIMBULKAN PIHAK WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN WARALABA (<i>FRANCHISE</i>) AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN .....</b>	<b>55</b>
A. Bentuk-Bentuk Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba .....	55
B. Akibat Yang Ditimbulkan Pihak Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan .....	60
C. Upaya Penyelesaian Terjadinya Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan .....	63
 <b>BAB V : PENUTUP .....</b>	<b>68</b>
A. Kesimpulan .....	68
B. Saran .....	71
 <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
 <b>LAMPIRAN</b>	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Sebagai salah satu perangkat hukum ekonomi yang perlu untuk disiasati keberadaannya adalah hukum persaingan. Hal tersebut menjadi sangat perlu, agar dunia usaha Indonesia dapat menjalankan fungsinya secara optimal dalam perdagangan bebas. Adapun ilustrasinya, seorang penjual tidak akan menjual pada harga rendah daripada biaya yang telah dikeluarkan untuk memproduksi barang yang dijualnya. Atau setidaknya, akan memperoleh hasil tertinggi pada saat barang tersebut, harga barang tidak begitu baik harganya.

Asumsinya tujuan dari si penjual adalah dapat memaksimalkan laba/ profit, dengan mempertimbangkan harga yang ditentukan oleh permintaan akan barang tersebut dan biaya produksi dalam menghasikan barang tersebut. Dalam hubungannya dengan harga dari hasil pendapatan dan keuntungan yang didapat. Hal tersebut di atas, membawa konsekuensi perlunya dipertahankan situasi persaingan yang memaksa setiap perusahaan dalam setiap pasar yang dengan kemampuannya, pada gilirannya dapat memperoleh keuntungan yang maksimal dan mendorong pihak produsen untuk dalam memproduksi barang dan jasa dengan biaya yang relative kecil.

Adanya persaingan menghindari terjadinya konsentrasi kekuatan pasar pada satu atau beberapa perusahaan saja. Tentunya dengan system persaingan yang ada,

memberikan kesempatan pada konsumen dalam memilih barang ataupun jasa, sehingga akan semakin jelas bahwa harga barang ditentukan oleh adanya pasar permintaan dan penawaran. Dengan perkataan lain, persaingan yang terjadi merupakan suatu situasi yang diperlukan bagi tercapainya efisiensi. Dengan persaingan yang sehat memungkinkan terciptanya ekonomi pasar yang berjalan dengan semestinya.

Di sinilah letak pentingnya perangkat hukum persaingan yang mengarah pada semua pelaku kegiatan ekonomi. Dengan kata lain, hukum persaingan yang diberlakukan akan merupakan suatu hal yang vital dalam menjamin berlangsungnya keseimbangan kekuatan maupun mekanisme pasar yang sehat. Pada era global dewasa ini, banyak perkembangan bisnis Franchising tampak semakin marak. Pada kurun waktu yang relative singkat jumlah perusahaan yang terlibat dalam pemanfaatan system franchising semakin banyak. Pada pasal 1313 KUH Perdata, menyiratkan dengan tegas bahwa perjanjian sebagai suatu perbuatan hukum dengan mana satu orang atau mengikatkan dirinya dengan satu orang atau lebih. Dalam praktek dimasyarakat istilah perjanjian juga dikenal dengan istilah lain yaitu istilah persetujuan.

Waralaba (*franchise*) merupakan suatu konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat, sistem *franchise* dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, Sumber Daya Manusia dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan Pihak lain. *Franchise* juga

dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan *franchise*.

Di samping itu, fenomena yang menarik dari tahun ke tahun yaitu makin tumbuh berkembangnya bisnis *Franchise*, terutama pada bidang makanan maupun minuman. Kalau di amati saat ini banyak sekali usaha baru yang sangat beranekaragam menawarkan berbagai jenis produk dan jasa, misalnya usaha makanan dan minuman yang modern. Beberapa diantara mereka membuka gerainya di pusat-pusat pertokoan atau di jalan utama di lokasi yang strategis di tengah kota. Contoh yang sangat mudah adalah usaha makanan Ayam Penyet Bandung yang begitu populer di Kota Medan.

Ayam Penyet Bandung merupakan kuliner yang berasal dari kota Bandung dengan ciri khas makanan tersebut yang berasal dari rasa cara pengolahannya yang berbeda dengan Ayam Penyet lainnya. Ayam Penyet Bandung tersebut berdiri di kota Medan sejak tahun 2017 sampai saat ini. Dalam menjalankan suatu usaha menjadi berkembang maka Ayam Penyet Bandung melakukan suatu perjanjian dengan anggotanya dengan menggunakan sistem Waralaba atau *franchise*. Perusahaan penerima franchise di Indonesia. Setelah itu, usaha *franchise* mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima *franchise* asing terpaksa menutup usahanya karena nilai Rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000, *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit

politik. Barulah pada tahun 2003, usaha *franchise* di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat<sup>1</sup>

Sistem *Franchise* Pertama kali dimulai di Amerika oleh *Singer Sewing Machine Company*, produsen mesin jahit Singer pada 1851. Pola itu kemudian diikuti oleh perusahaan otomotif General Motor Industry yang melakukan penjualan kendaraan bermotor dengan menunjuk distributor *franchise* pada Tahun 1898. Selanjutnya, diikuti pula oleh perusahaan-perusahaan soft drink di Amerika sebagai saluran distribusi di Amerika Serikat dan Negara-Negara lain.<sup>2</sup>

Penerapan sistem *Frinchis* dimana perusahaan pertama yang membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran. Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di Tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi *franchise* sebagai format bisnis (business format) atau sering pula disebut sebagai *franchise* generasi kedua.<sup>3</sup>

Perkembangan sistem *franchise* yang demikian pesat terutama di Negara asalnya, AS, menyebabkan franchise digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di Amerika Serikat. Sedangkan di Inggris, berkembangnya *franchise* dirintis oleh J. Lyons

---

<sup>1</sup> Franchise Bible, *Graha info franchise*, Jakarta, 2009, hal. 3.

<sup>2</sup> Wikipedia, *sejarah waralaba Frinchise perusahaan*, [https:// id. wikipedia. org/wiki/ Waralaba, Sejarah, waralaba.-Perusahaan](https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba_Sejarah_waralaba.-Perusahaan), diakses pada tgl. 25, Maret 2021, 22:00 WIB.

<sup>3</sup> *Ibid.*

melalui usahanya Wimpy and Golden Egg, pada Tahun 60-an.<sup>4</sup> Bisnis *franchise* tidak mengenal diskriminasi. Pemilik *franchise* (franchisor) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama.

Para Pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada Pasal 1 ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa pemberi waralaba (franchisor) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba (*franchise*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>5</sup>

Waralaba merupakan salah satu cara yang efektif untuk memperluas jaringan usaha dan dalam menjawab tantangan jaman modern, karena sistem tersebut tidak membutuhkan investasi langsung, tetapi melibatkan kerjasama dengan pihak lain. Dengan perkataan lain, waralaba merupakan salah satu bentuk kemitraan yang didasarkan pada hubungan yang saling menguntungkan (simbiosis mutualistis) di antara pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (*franchisee*).<sup>6</sup>

Berhasil atau tidaknya bisnis dengan sistem waralaba tergantung sepenuhnya kepada kemampuan mitra usaha penerima waralaba dalam mengembangkan dan

---

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jakarta : Kata Hati, hal. 107.

<sup>6</sup> Hartono, 2012, *Tahapan Membuka Bisnis Waralaba*, Djambatan, Jakarta, hal. 34.

menjalankan usaha waralaba melalui tata cara, proses dan aturan yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pemberi waralaba, baik penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten mau pun rahasia dagang.<sup>7</sup>

Seperti contoh waralaba pada usaha kuliner Ayam Penyet Bandung di Kota Medan dimana memiliki cabang yang menggunakan sistem waralaba yang berjumlah 6 cabang, yaitu:

**Tabel. Jumlah Waralaba Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan.**

No.	Tahun	Alamat	Keterangan
1.	2015	1. Tembung 2. Lubuk Pakam	Masih aktif sampai sekarang
2.	2016	1. Jl. Perhubungan Deli Serdang  2. Batang Kuis Deli Serdang 3. Jl. Bromo Kota Medan	1. Ayam Penyet Bandung cabang Jl. Perhubungan telah ditutup pada tahun 2017 karena melanggar SOP tidak mengambil Bahan Baku kepada pemberi Waralaba.  2. Cabang Batang Kuis dan Jl. Bromo Masih aktif sampai sekarang.
4.	2017	Jl. Leda Sujono	Ayam penyet bandung di tutup pada tahun 2019 karna melanggar SOP tidak mengambil Bahan baku kepada pemberi Waralaba
	2018	Jl. Bilal Ujung Kota Medan	Masih aktif sampai sekarang
6.	2019	-	-
7.	2020	-	-

**Data.** diperoleh dari hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari selaku Owner Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

<sup>7</sup> Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis*, 2010, Lisensi atau Waralaba : Suatu Panduan Praktis, Jakarta :RajaGrafindo Persada, hal. 16.

Berdasarkan data yang telah diperoleh diatas dimana pemberi waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan telah melakukan pemberian waralaba terhadap pelaku usaha yang dimana pemberi harus memperoleh royalti atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh penerima waralaba. Hal ini berarti, bahwa penerima waralaba menjalankan sendiri usahanya dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba, namun dalam berjalannya waktu bagi penerima waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan melakukan suatu hal yang dimana melakukan wanprestasi atas tidak dibayarnya hak-hak pemberi waralaba seperti Pembayaran Royalti, Bahan Pokok dibuat sendiri, Pelayanan yang kurang bagus dan lain sebagainya. Berdasarkan perbuatan wanprestasi atas melanggar ketentuan perjanjian antara pemberi waralaba dan penerima waralaba mengakibatkan kerugian yang timbul atas pemberian waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba.<sup>8</sup>

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk meneliti masalah tersebut dalam bentuk skripsi yang berjudul **“ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) PADA AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN”**.

---

<sup>8</sup> Wawancara dengan Ibu Wiwik Utari selaku Owner Ayam Penyet Bandung di Kota Medan pada tgl 22 November 2020 pk1. 14:00 WIB.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaturan Hukum dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*)?
2. Apa faktor-faktor yang menyebabkan pertumbuhan waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan?
3. Bagaimana Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yang ingin di capai oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Untuk Mengetahui Pengaturan Hukum dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*).
2. Untuk Mengetahui faktor-faktor yang menyebabkan pertumbuhan waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.
3. Untuk Mengetahui Tinjauan Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat studi ini, sebagai berikut :

##### 1. Manfaat Akademis

Untuk menambah wawasan Penulis dan sekaligus sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan program pendidikan Sarjana Hukum (S.H) di Universitas Pembangunan Panca Budi Medan.

##### 2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan bagi perkembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang hukum perdata dan sebagai masukan dalam mencari pemecahan masalah terhadap pelanggaran hukum yang terjadi terkhusus dalam bidang ilmu hukum perdata.

##### 3. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Agar penulis mengetahui tentang Tinjauan Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

###### b. Bagi Masyarakat

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan sosialisasi kepada masyarakat tentang Tinjauan Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

c. Bagi Penegak Hukum

Penulis berharap agar penelitian ini dapat memberikan masukan kepada Pihak Penegak Hukum dalam Tinjauan Akibat yang ditimbulkan Pihak Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

**E. Keaslian Penelitian**

Penelitian Skripsi yang berjudul **“ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) PADA AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN”**. Setelah ditelusuri oleh Peneliti bahwasanya judul ini telah dilakukan Penelitian sebelumnya, penulis-penulis tersebut antara lain :

1. Judul : ASPEK HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) PADA THAI TEA DI KOTA MEDAN
- Nama Penulis : Terry Abella Roni
- Alumni : Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara
- Tahun : 2018

**Adapun rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu :**

- a. Bagaimana Pengaturan Hukum Perjanjian Waralaba Thai Tea di Kota Medan dengan Para Mitranya?
- b. Bagaimana Hak dan Kewajiban Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba antara Thai Tea dengan Para Mitranya di Kota Medan?

- c. Bagaimana Penyelesaian Sengketa apabila Para Pihak melakukan Wanprestasi dalam melaksanakan Perjanjian tersebut ?<sup>9</sup>

**Kesimpulannya:**

Pengaturan waralaba atas Thai Tea di kota medan dimana bentuk perjanjiannya berdasarkan ketentuan di KUHPerdara Pasal 1320 yang menjelaskan bahwa sahnya suatu perjanjian serta ketentuan waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, ketentuan mengenai hak cipta dan merek lainnya. Menenai hak dan kewajibannya dalam melakukan waralaba Thai Tea di kota medan berdasarkan ketentuan atas perjanjian yang disepakati yang berbentuk SOP yang menjelaskan hak/kewajiban pemberi waralaba dan hak/kewajiban penerima waralaba, serta penyelesaiannya dilakukan dengan mediasi.

**Perbedaan dalam penulisannya:**

Peneliti sebelumnya membahas mengenai perjanjian waralaba Thai Tea di kota medan sedangkan penulisan yang penulis bahas mengenai Aspek hukum atas pelaksanaan waralaba yang dilakukan oleh Ayam Penyet Bandung sehingga perbedaan yang sangat terlihat pada sistem perjanjiannya yang dimana Thai Tea di Kota Medan dengan berdasarkan prosedur dalam hukum namun pada Ayam Penyet Bandung melakukan perjanjian berdasarkan kekeluargaan.

---

<sup>9</sup> Terry Abella Roni, 2018, *Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Thai Tea Di Kota Medan*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.

2. Judul : ANALISIS YURIDIS PERJANJIAN WARALABA  
CHICKEN HOLIC DI MEDAN

Nama Penulis : Jinta Pramudio Sitepu

Alumni : Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara Medan

Tahun : 2018

**Adapun rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu :**

- a. Bagaimanakah pengaturan Bisnis Waralaba di Indonesia?
- b. Bagaimanakah kontruksi hukum perjanjian waralaba?
- c. Bagaimanakah analisis perjanjian Waralaba Chicken Holic di Medan?<sup>10</sup>

Kesimpulan pada penelitian yang dilakukan oleh saudara **Jinta Pramudio Sitepu** bahwa pengaturan Bisnis Waralaba di Indonesia mengacu pada KUH Perdata, Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri diantaranya Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Sedangkan mengenai kontruksi hukum dalam perjanjian waralaba menjelaskan atas perjanjian diantaranya nama usaha yang diwaralabakan, menggunakan merek dan sistem waralaba tertentu, Jangka waktu perjanjian, kewajiban pemberi waralaba, kewajiban penerima waralaba, biaya-biaya yang muncul dalam pelaksanaan waralaba, perpanjangan waralaba, sanksi bila beroperasi tanpa perpanjangan perjanjian, penghentian perjanjian dan prosedurnya, persyaratan waralaba, laporan

---

<sup>10</sup> Jinta Pramudio Sitepu, 2018, *Analisis Yuridis Perjanjian Waralaba Chicken Holic Di Medan*, Universitas Sumatera Utara.

operasional dan biaya administrasi, kerahasiaan sistem waralaba dan penyelesaian perselisihan/sengketa.

**Perbedaan dalam penulisan ini dimana:**

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Jinta yang membahas mengenai bentuk perjanjian yang dilakukan pada usaha Chiken Holic yang berada di Kota Medan berdasarkan ketentuan dalam undang-undang dimana bentuk usaha waralaba yang dilakukan oleh perusahaan Chiken Holic adalah usaha yang berasal dari luar negeri namun pembahasan dalam penulisan ini meneliti mengenai aspek hukum atas perjanjian waralaba yang dilakukan oleh Ayam Penyet Bandung yang berdasarkan asas Kekeluargaan.

3. Judul : PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK  
DALAM PERJANJIAN WARALABA (Studi Pada Perjanjian  
Waralaba Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo)

Nama Penulis : Guruh Raditya Warman

Alumni : Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah  
Surakarta

Tahun : 2009

**Adapun rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu :**

- a. Bagaimana perlindungan hukum bagi pemberi waralaba dalam hal terjadi keterlambatan pembayaran *royalty* pada perjanjian waralaba di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo?

- b. Bagaimana hak dan kewajiban para pihak dalam Perjanjian Franchise Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo ?<sup>11</sup>

**Kesimpulan pada skripsi ini:**

Perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchising* bidang makanan antara *Franchisor* dengan *Franchisee*, apabila terjadi pemutusan perjanjian sepihak, *franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *franchise agreement*. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *franchisor* sebagai pemberi waralaba, maka sebelum *franchisor* menentukan, *franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan franchisee lama, termasuk persoalan ganti rugi.

**Perbedaan dalam penelitian ini:**

dalam penelitian sebelumnya menjelaskan atas perlindungan hukum terhadap pihak-pihak yang melakukan perjanjian waralaba atas terjadinya perbuatan melawan hukum maupun wanprestasi sedangkan penulisan skripsi ini meneliti mengenai aspek-aspek hukum atas pelaksanaan perjanjian waralaba pada Ayam Penyet Bandung yang berada di Kota Medan.

Dari ketiga skripsi diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa yang membedakan skripsi peneliti dengan ketiga skripsi diatas ialah terdapat perbedaan di lokasi penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian dengan skripsi peneliti.

---

<sup>11</sup>Guruh Raditya Rahman, 2009, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo)*, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

## **F. Tinjauan Pustaka**

### **1. Pengertian Aspek Hukum**

Hukum adalah sistem yang terpenting dalam pelaksanaan atas rangkaian kekuasaan kelembagaan. dari bentuk penyalahgunaan kekuasaan dalam bidang politik, ekonomi dan masyarakat dalam berbagai cara dan bertindak, sebagai perantara utama dalam hubungan sosial antar masyarakat terhadap kriminalisasi dalam hukum pidana, hukum pidana yang berupayakan cara negara dapat menuntut pelaku dalam konstitusi hukum menyediakan kerangka kerja bagi penciptaan hukum, perlindungan hak asasi manusia dan memperluas kekuasaan politik serta cara perwakilan mereka yang akan dipilih.

Administratif hukum digunakan untuk meninjau kembali keputusan dari pemerintah, sementara hukum internasional mengatur persoalan antara berdaulat negara dalam kegiatan mulai dari perdagangan lingkungan peraturan atau tindakan militer. filsuf Aristotle menyatakan bahwa "Sebuah supremasi hukum akan jauh lebih baik dari pada dibandingkan dengan peraturan tirani yang merajalela".<sup>12</sup>

Hingga saat ini, belum ada kesepakatan dari para ahli mengenai pengertian hukum. Telah banyak para ahli dan sarjana hukum yang mencoba untuk memberikan pengertian atau definisi hukum, namun belum ada satupun ahli atau sarjana hukum yang mampu memberikan pengertian hukum yang dapat diterima oleh semua pihak. Ketiadaan definisi hukum jelas menjadi kendala bagi mereka

---

<sup>12</sup> Richard Burton Simatupang, 2015, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, hal 43.

yang baru saja ingin mempelajari ilmu hukum. Tentu saja dibutuhkan pemahaman awal atau pengertian hukum secara umum sebelum memulai untuk mempelajari apa itu hukum dengan berbagai macam aspeknya.

Bagi masyarakat awam pengertian hukum itu tidak begitu penting. Lebih penting penegakannya dan perlindungan hukum yang diberikan kepada masyarakat. Namun, bagi mereka yang ingin mendalami lebih lanjut soal hukum, tentu saja perlu untuk mengetahui pengertian hukum. Hukum mengatur tingkah laku atau tindakan manusia dalam masyarakat. Peraturan berisikan perintah dan larangan untuk melakukan sesuatu atau tidak melakukan sesuatu. Hal ini dimaksudkan untuk mengatur perilaku manusia agar tidak bersinggungan dan merugikan kepentingan umum.

Peraturan hukum ditetapkan oleh lembaga atau badan yang berwenang untuk itu. Peraturan hukum tidak dibuat oleh setiap orang melainkan oleh lembaga atau badan yang memang memiliki kewenangan untuk menetapkan suatu aturan yang bersifat mengikat bagi masyarakat luas. Penegakan aturan hukum bersifat memaksa. Peraturan hukum dibuat bukan untuk dilanggar namun untuk dipatuhi. Untuk menegakkannya diatur pula mengenai aparat yang berwenang untuk mengawasi dan menegakkannya sekalipun dengan tindakan yang represif. Meski demikian, terdapat pula norma hukum yang bersifat fakultatif/melengkapi. Hukum

memiliki sanksi dan setiap pelanggaran atau perbuatan melawan hukum akan dikenakan sanksi yang tegas. Sanksi juga diatur dalam peraturan hukum.<sup>13</sup>

## **2. Pengertian Perjanjian**

Secara umum pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUHPer adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih lainnya. Selanjutnya berdasarkan ketentuan Pasal 1338 KUHPer semua perjanjian yang dibuat secara sah yaitu berdasarkan syarat sahnya perjanjian, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Perjanjian tersebut tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Perjanjian terbentuk karena adanya pernyataan kehendak dari para pihak dan tercapainya kata sepakat di antara para pihak tersebut. Pernyataan kehendak dapat dilakukan dengan kata-kata lisan ataupun tertulis, sikap atau tindakan, singkatnya tanda-tanda atau simbol-simbol. Tanda atau simbol tersebut biasanya berupa kata-kata yang merupakan alat untuk menyatakan kehendak yang ditujukan untuk terjadinya suatu akibat hukum.<sup>14</sup>

Berdasarkan hal tersebut jelas bahwa perjanjian merupakan suatu perbuatan yang memiliki akibat hukum antara dua orang atau lebih dimana satu pihak memberikan hak, dan pihak lainnya berkewajiban untuk memberikan suatu

---

<sup>13</sup> Rudyanti Dorotea Tobingn, 2016, *Aspek-Aspek Hukum Bisnis*, Laksbang Justitia, hal. 56.

<sup>14</sup> Agus Yudha Herman, 2014, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Grasindo, Jakarta, hal. 142.

prestasi. Dari perjanjian inilah maka timbul hubungan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban antara para pihak yang pada praktiknya sudah tentu dijamin oleh hukum atau Undang-Undang yang berlaku dan mengatur hal tersebut.

### 3. Pengertian *Franchise*

*Franchise* sendiri merupakan bahasa Prancis, dan dalam bahasa Inggris disebut dengan “*franchising*”, sedangkan dalam bahasa Indonesia *franchise* disebut dengan waralaba. Sedangkan pengertian franchise secara luas, yakni suatu hubungan bisnis atau usaha antara pemilik merek dengan produk ataupun sistem operasional dengan pihak kedua yang berbentuk pemberian izin dari pengguna merek, produk serta sistem operasional. Pemberian izin tersebut pun dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan kesepakatan sebelumnya.<sup>15</sup>

Pengertian *franchise* lainnya yakni suatu bentuk kerjasama atau usaha dengan menggunakan prinsip kemitraan, dimana sebuah perusahaan yang telah mapan baik dari segi keuntungan, marketing maupun manajemennya, serta terdapat merek yang telah terkenal dengan masyarakat luas dengan individu maupun perusahaan dan menggunakan merek dari sistem maupun produk tersebut.<sup>16</sup>

Selain pengertian *franchise* dan *franchisor*, Franchise merupakan suatu badan usaha atau perorangan yang akan mendapatkan hak untuk melakukan produksi konsep dari pihak *franchisor*, dan *franchise* juga ikut terlibat dalam perjanjian yang telah disepakati sebelumnya. Selain itu, *franchise* juga harus berkomitmen untuk

---

<sup>15</sup> Gunawan Widjaja, 2016, *Lisensi Atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, Rajawali Pers, Jakarta, hal 75.

<sup>16</sup> *Ibid.*

menghormati setiap kesepakatan, peraturan serta konsep yang telah dilakukan sebelumnya. Jadi franchise merupakan perusahaan independen *franchisor* atau produsen.<sup>17</sup>

Dengan demikian, maka kerjasama kedua belah pihak tersebut disahkan menggunakan sebuah ikatan perjanjian atau kesepakatan. Umumnya pihak yang memberikan bimbingan atau arahan tentang manajemen, teknik usaha seta segi marketing adalah pihak *franchise* atau penerima waralaba. Disamping itu, pihak penerima waralaba juga wajib membayar sejumlah dana yang telah disepakati sebelumnya. Selain itu, franchisor atau pemilik merek juga akan memberikan hak kepada pelaku usaha untuk menjalankan bisnisnya dengan atribut perusahaan baik produsen, merek, sistem, ataupun cara-cara yang telah disepakati dalam kurun waktu tertentu.<sup>18</sup>

#### **4. Syarat-Syarat Franschise**

Penyelenggaraan waralaba di Indonesia diatur lebih lanjut dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Pihak yang berwenang dalam penyelenggaraan waralaba adalah Menteri Perdagangan, bukan Menteri Hukum dan HAM. Hal ini dikarenakan, pembinaan, evaluasi, dan pengawasan penyelenggaraan waralaba dilakukan oleh Pemerintah

---

<sup>17</sup> Thomas W Zimmerer, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, Grasindo, Jakarta, 2008, hal. 80.

<sup>18</sup> Cita Yustisia Serfiyani, 2016, *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Waralaba Sepanjang Masa*, Terrace Book, Jakarta, hal. 138.

dan Pemerintah Daerah. Pembinaan dan evaluasi oleh Pemerintah dilakukan oleh Menteri Perdagangan.

Selain itu, Menteri Perdagangan atau Bupati/Walikota dalam penyelenggaraan waralaba mempunyai kewenangan menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (“STPW”) STPW diterbitkan oleh Lembaga OSS untuk dan atas nama Menteri atau Bupati/Walikota”. Maka dari itu, Menteri Perdagangan adalah menteri yang berwenang dalam penyelenggaraan waralaba.<sup>19</sup>

Para pihak dalam waralaba adalah, antara lain:

a. Pemberi Waralaba

Orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

b. Penerima Waralaba

Orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

c. Pemberi Waralaba Lanjutan

Penerima Waralaba yang diberi hak oleh pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan.

d. Penerima Waralaba Lanjutan

---

<sup>19</sup>Martin Mandelson, 2017, *Buku Terjemahan Franchising Petunjuk Praktis Bagi Franshisor dan Franchise (Pre-Owned)*, Djambatan, Jakarta, hal. 95.

Orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba lanjutan untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba. Selain itu, para pihak dalam penyelenggaraan waralaba juga dibedakan berdasarkan wilayahnya, yaitu penyelenggara waralaba dalam negeri dan luar negeri. Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- 1) memiliki ciri khas usaha;
- 2) terbukti sudah memberikan keuntungan;
- 3) memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- 4) mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- 5) adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- 6) Kekayaan intelektual yang telah terdaftar.<sup>20</sup>

Kemudian, pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba atau calon penerima waralaba lanjutan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.

Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang paling sedikit menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, serta kekayaan intelektual pemberi waralaba.

---

<sup>20</sup>Sonny Sumarsono, 2016, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Jakarta, hal. 39.

Bagi prospektus berbahasa asing harus diterjemahkan secara resmi ke dalam bahasa Indonesia. Pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba. Penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan wajib mendaftarkan perjanjian waralaba tersebut. Perjanjian waralaba adalah dasar penyelenggaraan waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku hukum Indonesia yang harus ditulis menggunakan bahasa Indonesia.<sup>21</sup>

Perjanjian waralaba dibuat berdasarkan hukum Indonesia yang harus disampaikan kepada calon penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan paling lambat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba. Berdasarkan Pasal 10 Permendag, para pihak dalam penyelenggaraan waralaba wajib memiliki STPW. Merujuk pada Pasal 1 angka 10 Permendag, STPW adalah bukti pendaftaran prospektus penawaran waralaba bagi pemberi waralaba dan pemberi waralaba lanjutan serta bukti pendaftaran perjanjian waralaba bagi penerima waralaba dan penerima waralaba lanjutan yang diberikan setelah memenuhi persyaratan pendaftaran.

Direktorat Bina Usaha dan Pelaku Distribusi memproses permohonan STPW yang diajukan melalui lembaga *Online Single Submission* (OSS), yang terdiri atas:

- a) STPW Pemberi Waralaba berasal dari luar negeri

---

<sup>21</sup>Salim HS Dan Erlies Sepriana Nurbani, 2010, *Perkembangan hukum Kontrak Innominaat DI indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, hal. 113.

- b) STPW Pemberi Waralaba berasal dari dalam negeri
- c) STPW Penerima Waralaba dari Waralaba luar negeri
- d) STPW Pemberi Waralaba Lanjutan dan Waralaba luar negeri dan
- e) STPW Pemberi Waralaba Lanjutan dan Waralaba dalam negeri.<sup>22</sup>

Dinas yang membidangi perdagangan atau Unit Terpadu Satu Pintu di wilayah Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota di seluruh wilayah Indonesia memproses permohonan STPW melalui lembaga OSS, yang terdiri atas:

- a) STPW Penerima Waralaba dari Waralaba dalam negeri
- b) STPW Penerima Waralaba Lanjutan dari Waralaba Luar Negeri dan
- c) STPW Penerima Waralaba Lanjutan dari Waralaba Dalam Negeri

## **G. Metode Penelitian**

Pengertian penelitian secara umum oleh para ahli, merupakan suatu penyidikan yang terorganisasi, atau penyelidikan yang hati-hati dan kritis dalam mencari fakta untuk menentukan sesuatu. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam proposal penelitian ini adalah sebagai berikut:

### **1. Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu.<sup>23</sup> Dimana dalam sifat penelitian deskriptif mberdasarkan Aspek hukum dalam perjanjian waralab

---

<sup>22</sup>Arif Effendi, 2013, *Francise Sebagai Strategii Dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menegah Di Indonesia*, Pressindo, Jakarta, hal. 84.

<sup>23</sup>Suratman, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, CV. Persada Indo., Bandung, 2015, hal. 47.

(franchise) pada Ayam Penyet Bandung di Kota Medan yang dilakukan (studi Penelitian di Ayam Penyet Bandung Cabang Jalan Bilal Ujung).

## **2. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian Yuridis Empiris dan Yuridis Normatif bahwa dalam menganalisis permasalahan dilakukan dengan cara memadukan data primer yang diperoleh di lapangan serta dipadukan dengan sumber bahan yang diperoleh dari bahan-bahan hukum (yang merupakan data sekunder)<sup>24</sup> mengenai Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan”.

## **3. Metode Pengumpulan Data**

Guna mendapatkan data dalam penelitian ini dibutuhkan teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data primer dan data sekunder yang keduanya akan dianalisis, teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah :

### **a. Studi Kepustakaan**

Studi pustaka dilakukan untuk pengumpulan data sekunder dengan cara menginventarisasi bahan-bahan pustaka berupa literature, tesis, disertasi, laporan-laporan dan catatan-catatan serta hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang relevan mengenai Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan.

---

<sup>24</sup>Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2009, hal. 13.

### **b. Wawancara Penelitian**

Ini menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data penelitian. Wawancara dilakukan dengan komunikasi atau Tanya jawab secara langsung dengan responden berdasarkan pokok yang ditanyakan (*interview guide*) berpedoman pada kerangka pertanyaan yang telah disusun dan disajikan responden.

## **4. Jenis Data**

### **a. Data Primer:**

- 1).Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- 2).Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- 3).Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

### **b. Data Sekunder:**

Yaitu bahan yang memberikan penjelasan mengenai bahan hukum primer berupa keterangan, kajian, analisis tentang hukum positif, yakni : terdiri dari buku pertanahan, jurnal, buku metode penelitian, dan buku-buku yang berkaitan.

c. Data Tersier:

Yaitu bahan yang mendukung dan memberikan penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder seperti kamus-kamus, ensiklopedia tentang hukum.<sup>25</sup> Sedangkan data primer diperoleh melalui penelitian lapangan.

## 5. Analisis Data

Analisis data Kualitatif adalah analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu melakukan fakta, kenyataan atau informasi data berdasarkan hasil penelitian yang berbentuk penjelasan yang pada prinsipnya dilakukan terhadap kaidah hukum dalam perundang-undangan, yurisprudensi dan doktrin yang dilakukan secara kualitatif.<sup>26</sup>

## H. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal skripsi ini secara keseluruhan terbagi 5 (lima) bab dan terdiri dari beberapa sub bab yang menguraikan permasalahan dan pembahasan secara tersendiri dalam konteks yang saling berkaitan satu sama lain. Sistematika penulisan skripsi ini secara terperinci adalah sebagai berikut:

---

<sup>25</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, PT. Rajagrafindo Persad, Jakarta, 2013, hal. 13

<sup>26</sup> Munir Fuadi, *Metode Riset Hukum : Pendekatan Teori dan Konsep*, PT. Raja Grafido Persada, Jakarta, 2018, hal. 220.

Bab I berisi Pendahuluan terdiri dari Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Keaslian Penelitian, Tinjauan Pustaka, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab II berisi Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan, Terdiri dari Dari Faktor Internal, Faktor Eksternal, dan Akibat yang ditimbulkan oleh Faktor-Faktor yang Mendorong Pertumbuhan Waralaba (Franchise).

Bab III berisi Pengaturan Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise), Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise), dan Sanksi dalam Tindak Waralaba (Franchise).

Bab IV berisi Tinjauan Pertanggung Jawaban Berdasarkan Peraturan Perdata Di Indonesia, Peraturan Kode Etik Tentang Waralaba, dan Faktor Penghambat Dalam Pencegahan Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba.

Bab V berisi Penutup yang terdiri dari Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **PENGATURAN HUKUM DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*)**

#### **A. Pengaturan Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

Dilihat dari segi hukum positif, maka usaha yang berdasarkan dari perjanjian waralaba (*Franchise*) telah diberikan wadah yang diatur dalam ketentuan Undang-Undang Indonesia. Sehingga keberadaan perjanjian dan kerjasama suatu usaha yang berdasarkan waralaba telah di legalisasikan, yaitu berdasarkan:

##### **1. Perjanjian waralaba (*Franchise*)**

Melalui sistem bisnis waralaba, kegiatan bisnis para pebisnis dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan, manajemen pelayanan, merek dagang/jasa pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan lisensi waralaba. Disamping itu, pengembangan sumber daya manusia berkualitas menjaga penting melalui pelatihan keterampilan menjalankan bisnis waralaba yang diselenggarakan oleh pihak pemberi lisensi waralaba. Para pebisnis kecil tidak perlu bersusah payah menciptakan sendiri sistem bisnis, sudah cukup dengan menyediakan sejumlah modal kemitraan bisnis, membayar royalti, dengan memanfaatkan sistem waralaba.<sup>27</sup>

Mengenai waralaba bukanlah istilah baru atau industri baru bagi Indonesia. Legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 tentang Waralaba, kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik

---

<sup>27</sup> M. Fuad, *Pengantar Bisnis*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2010, hal. 5.

Indonesia Nomor 42. Tahun 2007 tentang Waralaba. Berdasarkan Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba, konsep waralaba dalam hukum Indonesia menurut ketentuan pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor. 42 Tahun 2007 Waralaba, bahwa:

“Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan bisnis terhadap sistem bisnis dengan ciri khas bisnis dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.<sup>28</sup>

Adanya peraturan tersebut memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba. Waralaba pada dasarnya didasarkan dari suatu perjanjian yang di sebut sebagai perjanjian waralaba. Dimana pihak pertama disebut pemberi waralaba dan pihak kedua disebut sebagai penerima waralaba, Hubungan hukum antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba juga diatur dalam kontrak yang berwujud kedalam hak dan kewajiban para pihak. Hal ini berarti, adanya keterkaitan antara para pihak untuk mematuhi isi dari perjanjian yang apabila dilanggar dapat menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kesepakatan dalam perjanjian waralaba.<sup>29</sup>

Hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, Penerima Waralaba memberi bantuan kepada Pemberi Waralaba dan di sisi lain Penerima Waralaba memberi keuntungan/royalti kepada Pemberi Waralaba sehingga keduanya saling bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat

---

<sup>28</sup> Adrian Sutendi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hal. 22.

<sup>29</sup> Djuajir, *Hukum Perbisnisan Transnasional*, Arus Timur, Makassar, 2012, hal. 131.

melalui tata cara yang telah ditentukan oleh Pemberi Waralaba. ”Dengan bantuan modal dari Penerima Waralaba yang juga ikut menanggung resiko, dan mempunyai dedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan ringan.”<sup>30</sup>

## 2. Perjanjian-Perjanjian yang berkaitan dengan Waralaba

Perjanjian waralaba tidak hanya berisikan pemberian lisensi, namun lebih dari itu. Di dalam perjanjian waralaba juga terdapat perjanjian-perjanjian lain, yaitu:<sup>31</sup>

### a) Perjanjian Tentang Utang-Piutang

Seorang calon *franchise* memerlukan pinjaman guna pembayaran berbagai biaya waralaba. Adakalanya pinjaman ini diperoleh daripihak lain, tetapi ada kemungkinan *franchisor* memberikan pinjaman kepada franchisee untuk dipergunakan sebagai modal kerja.

### b) Penyewaan Tempat Bisnis

Tempat bisnis memegang peranan penting bagi pemasaran. Kadangkala *franchisor* mengadakan penelitian tentang tempat bisnis ini sehingga mendapatkan tempat bisnis yang letaknya strategis, lalu membeli atau menyewanya, dan kemudian menyewakannya kepada *franchise*.

---

<sup>30</sup> H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, hal. 34.

<sup>31</sup> *Ibid*, hal. 95

c) Perjanjian Pembangunan Tempat Bisnis

Para bisnis waralaba atau *franchisee* diwajibkan untuk membuat gerai yang khas sesuai dengan persyaratan yang diberikan oleh *franchisor*.

d) Penyewaan Pralatan

Ada kemungkinan *franchisor* mensyaratkan *franchisee* untuk membeli atau menyewa pralatan dari *franchisor*.

### 3. Dasar Hukum Perjanjian Waralaba

a) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata)

Yang merupakan dasar hukum substantive dalam hukum positif Indonesia dalam suatu kegiatan waralaba yang berdasarkan dari suatu perjanjian dimana terdapat pada buku ke III KUHPerdata yaitu pada pasal 1313 yang berbunyi “suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.”<sup>32</sup>

Kegiatan waralaba sebagaimana diatu dalam KUHPerdata dijelaskan bahwa dalam suatu perjanjian berdasarkan asas kebebasan berkontrak yang dimana diatur dalam pasal 1338 ayat (1) “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Artinya apabila memenuhi syarat sahnya perjanjian seperti yang disebutkan dalam pasal

---

<sup>32</sup> Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2010, hal. 27.

1320 KUHPerdara, maka menurut pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara kontrak tersebut sah dan menjadi undang-undang yang wajib dipatuhi oleh para pihak.<sup>33</sup>

b) Undang-Undang Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Dalam Perjanjian Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospektus mengenai data dan atau informasi usahanya dengan benar terhadap penerima waralaba yang memuat diantaranya:

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1), menjelaskan “Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.<sup>34</sup>

Dan pasal 5

Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit :

- 1) Nama dan alamat para pihak;
- 2) Jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- 3) Kegiatan usaha;
- 4) Hak dan kewajiban para pihak;
- 5) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- 6) wilayah usaha;
- 7) jangka waktu perjanjian;
- 8) tata cara pembayaran imbalan;
- 9) kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- 10) penyelesaian sengketa; dan
- 11) tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

---

<sup>33</sup> Adil Samadani, *Dasar-dasar Hukum Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta, 2013, hal. 101-102.

<sup>34</sup> MuhammadAbdulkadir, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hal. 563.

c) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2006 tentang Merek dan Indikasi Geografis

Ketentuan Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan merupakan salah satu peraturan yang menjadi dasar hukum dari terbentuknya suatu perjanjian franchise merek dagang dan juga merupakan faktor utama serta memegang peranan yang sangat penting di dalam adanya suatu franchise. Franchise merupakan pengkhususan dari merek.

d) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba

Di dalam menyelenggarakan kerjasama waralaba harus berdasarkan perjanjian tertulis yang harus dibuat terlebih dahulu antara pemberi waralaba dan penerima waralaba sesuai yang diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan waralaba sebelum pemberi waralaba dan penerima waralaba melakukan kegiatan bisnis waralaba guna untuk menjamin aspek kepastian hukum dan perlindungan Hukum.<sup>35</sup>

Pasal 1 (ayat 1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019, menjelaskan bahwa:

“waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan hukum terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan

---

<sup>35</sup> Cita Yustisia Serfiyani dan R. Serfianto D. Purnomo, *Franchise Top Secret – Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, ANDI, Yogyakarta, 2015, hal. 23.

dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.

Terutama bagi salah satu pihak yang dirugikan karena tidak melaksanakan klausul perjanjian yang telah disepakati. Dalam suatu perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak yang saling mengikat akan timbul suatu hak, kewajiban dan tanggung jawab bagi masing-masing pihak tersebut. Hak tersebut antara lain, seperti hak teritorial yang dimiliki oleh franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan lama waktu perjanjian waralaba dan berbagai hal lain yang mengatur hubungan yang akan dilaksanakan antar franchisor maupun *franchisee*.

### **B. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

Dalam mekanisme waralaba, pada dasarnya terdapat dua pihak yang terlibat, yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Pemberi waralaba biasanya merupakan suatu perusahaan besar yang bergerak dalam bidang perdagangan barang atau jasa yang sudah terkenal, baik di dunia maupun di Indonesia (lokal). Sedangkan penerima waralaba bisa perusahaan besar, menengah maupun kecil, sepanjang memenuhi persyaratan yang ditentukan oleh pemberi waralaba dan sepakat untuk membuat perjanjian tertulis.

Dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana untuk menjalankan Perjanjian usaha yang di ikat dengan perjanjian tersebut maka pemberi dan penerima waralaba tersebut memiliki hak dan kewajiban, yaitu:

### **1. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba (*franchisor*)**

Secara umum Pemberi waralaba (*franchisor*) berkewajiban yang dimana dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a) Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan *franchisee* penemuan atau ciri khas usaha misalnya penataan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchisee* dalam pelaksanaan *franchise*
- b) Memberikan bantuan kepada *franchisee* pembinaan, hubungan dan pelatihan dalam rangka pelaksanaan *franchise*.<sup>36</sup>

Pemberi waralaba (*franchisor*) juga memiliki hak yang dimana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>37</sup>

- a) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan *franchise* atau memperoleh laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha *franchise*.
- b) Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja *franchise* guna memastikan bahwa *franchise* yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya.
- c) Mewajibkan *franchise* untuk menjaga kerahasiaan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara

---

<sup>36</sup> Gunawan Widjaja, *Loc. Cit*, hal. 76.

<sup>37</sup> *Ibid.*

distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*.

- d) Sampai batas tertentu mewajibkan penerima *franchise* dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal atau barang-barang tertentu lainnya dari *franchisor*.
- e) Mewajibkan *franchisee* agar tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung yang dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan penemuan atau ciri khas misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik hukum yang menjadi objek *franchise*.
- f) Menerima pembayaran royalti dalam bentuk jenis dan jumlah dianggap layak olehnya.
- g) Melakukan pendaftaran atas *franchise* yang diberikan kepada *franchisor*.
- h) Atas pengkajian *franchise*, meminta kepada *franchise* untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun yang diperoleh *franchise* selama masa pelaksanaan *franchise*.
- i) Atas berakhirnya *franchise* melarang *franchise* untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh *franchise* selama masa pelaksanaan *franchise*.
- j) Atas pengakhiran melarang penerima *franchise* untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun secara langsung maupun secara tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan menggunakan penemuan

atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik hukum yang menjadi objek *franchise*.

- k) Pemberian *franchise*, kecuali yang bersifat eksklusif tidak menghapus hak *franchisor* untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik hukum yang menjadi objek *franchise*.

## **2. Hak dan Kewajiban Penerima Waralaba (*franchisee*)**

Secara umum Penerima waralaba (*franchisee*) berkewajiban yang dimana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>38</sup>

- a) Melaksanakan seluruh intruksi yang diberikan oleh *franchisor* guna melaksanakan cirikhas dari usaha yang dijalankan
- b) Memberikan keleluasaan bagi *franchisor* yang melakukan pengawasan maupun inspeksi secara berkala atau secara tiba-tiba
- c) Membeli barang-barang modal tertentu dalam rangka pelaksanaan *franchise* terhadap pemberi waralaba
- d) Menjaga kerahasiaan dalam sistem manajemen, cara penjualan, atau cara distribusi yang menjadi karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*

---

<sup>38</sup> *Ibid*, hal. 78-79.

- e) Melaporkan segala pelanggaran misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang merupakan objek *franchise* yang ditemukan dalam praktik
- f) Tidak memanfaatkan misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khususnya yang menjadi objek *franchise* selain dengan tujuan untuk melaksanakan lisensi yang diberikan
- g) Melakukan pendaftaran *franchise*
- h) Tidak melakukan kegiatan yang sejenis atau serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang objek *franchise*
- i) Melakukan pembayaran royalti dalam bentuk jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama
- j) Atas pengakhiran *franchise* mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya
- k) Atas pengakhiran *franchise*, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh franchise selama masa pelaksanaan *franchise*
- l) Atas pengakhiran *franchise*, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat

menimbulkan persaingan dengan menggunakan misalnya manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*

Serta Penerima waralaba (*franchisee*) memiliki hak yang dimana dapat dirumuskan sebagai berikut:<sup>39</sup>

- a) Kekayaan Intelektual misal manajemen penjualan atau penataan atau penjualan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*.
- b) Memperoleh bantuan dari *franchise* atas segala macam cara pemanfaatan dan penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual misalnya sistem manajemen cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*.

### **C. Sanksi Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

#### **1. Sanksi Administratif**

Untuk menentukan sanksi saat terjadinya wanprestasi, pihak yang mengalami kerugian akibat wanprestasi maka pihak tersebut terlebih dahulu wajib memberikan peringatan atau teguran terhadap pihak yang ingkar janji berupa surat agar pihak yang wanprestasi sebagaimana yang telah diatur dalam Pasal 30 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

---

<sup>39</sup> *Ibid.*

ayat 1

Penyelenggara Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13, Pasal 14 ayat (1), Pasal 24 ayat (1), Pasal 27 ayat (1) dan ayat (2) dikenai sanksi administratif berupa peringatan tertulis oleh Direktur Bina Usaha dan Pelaku Distribusi.

Ayat 2

Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan paling banyak 3 (tiga) kali dengan masa tenggang waktu antara masing-masing peringatan paling lama 14 (empat belas) hari.

Sanksi administratif merupakan sanksi yang paling ringan bagi pihak penerima waralaba yang lalai dalam prestasinya. Berdasarkan pengamatan dari berbagai peraturan perundang-undangan dan literatur ada beberapa macam sanksi administratif, yaitu:

- a. Peringatan/teguran lisan
- b. Peringatan/teguran tertulis
- c. Tindakan paksa pemerintahan (*bestuursdwang/politie dwang*)
- d. Penarikan kembali keputusan yang menguntungkan
- e. Denda administratif
- f. Pengenaan uang paksa (*dwangsom*).

Apabila surat peringatan yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba dalam jangka waktu 14 hari (empat belas) hari setelah diberikan peringatan tertulis sebagaimana yang telah diatur pada Pasal 30 penyelenggara waralaba tetap tidak melangsungkan ewajibannya maka dari sanksi administratif berikutnya berupa

surat pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dan surat perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima waralaba.

## 2. Sanksi Perdata akibat Wanprestasi

Apabila seorang debitur sudah diperingatkan atau sudah dengan tegas ditagih janjinya ia tetap tidak melaksanakan prestasinya, maka ia berada dalam keadaan lalai atau alpa dan terhadapnya dapat diberikan sanksi. Sebagaimana tercantum dalam Pasal 1243 dan 1244 KUH Perdata. Ketentuan kedua pasal tersebut di atas menentukan bahwa dalam hal penerima waralaba (*franchisee*) lalai untuk memenuhi kewajiban prestasinya, pemberi Waralaba berhak untuk menuntut penggantian kerugian, biaya dan bunga.

### Pasal 1243:

“Penggantian biaya, kerugian dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan mulai diwajibkan, bila debitur, walaupun telah dinyatakan lalai, tetap lalai untuk memenuhi perikatan itu, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dilakukannya hanya dapat diberikan atau dilakukannya dalam waktu yang melampaui waktu yang telah ditentukan.”

### Pasal 1244

“Debitur harus dihukum untuk mengganti biaya, kerugian dan bunga. bila ia tak dapat membuktikan bahwa tidak dilaksanakannya perikatan itu atau tidak tepatnya waktu dalam melaksanakan perikatan itu disebabkan oleh sesuatu hal yang tak terduga, yang tak dapat dipertanggungkan kepadanya. walaupun tidak ada itikad buruk kepadanya.”

Untuk mengatakan bahwa seseorang melakukan wanprestasi dalam suatu perjanjian, kadang-kadang tidak mudah karena sering sekali juga tidak dijanjikan dengan tepat kapan suatu pihak diwajibkan melakukan prestasi yang diperjanjikan.

Dalam hal bentuk prestasi debitur dalam perjanjian yang berupa tidak berbuat sesuatu, akan mudah ditentukan sejak kapan debitur melakukan wanprestasi yaitu sejak pada saat debitur berbuat sesuatu yang tidak diperbolehkan dalam perjanjian. Sedangkan bentuk prestasi debitur yang berupa berbuat sesuatu yang memberikan sesuatu apabila batas waktunya ditentukan dalam perjanjian maka menurut pasal 1238 KUH Perdata debitur dianggap melakukan wanprestasi dengan lewatnya batas waktu tersebut. Dan apabila tidak ditentukan mengenai batas waktunya maka untuk menyatakan seseorang debitur melakukan wanprestasi, diperlukan surat peringatan tertulis dari kreditur yang diberikan kepada debitur. Surat peringatan tersebut disebut dengan somasi.

## BAB III

# FAKTOR-FAKTOR YANG MENDORONG PERTUMBUHAN WARALABA (*FRANCHISE*) AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN

### A. Faktor Eksternal

#### 1. Pengaruh Lokasi tempat yang strategis

Teori lokasi adalah ilmu yang menyelidiki tata ruang (*spatial order*) kegiatan ekonomi, atau ilmu yang menyelidiki alokasi geografis dari sumber-sumber yang langka, serta hubungannya dengan atau pengaruhnya terhadap lokasi berbagai macam usaha/kegiatan lain baik ekonomi maupun sosial. Lokasi berbagai kegiatan seperti rumah tangga, pertokoan, pabrik dan pertanian tidak asal saja/acak berada dilokasi tersebut, melainkan menunjukkan pola dan suasana (mekanisme) yang dapat diselidiki dan dapat dimengerti.<sup>40</sup>

Pemilihan lokasi usaha merupakan salah satu keputusan bisnis yang harus dibuat secara hati-hati. Penelitian-penelitian terdahulu menemukan bahwa lokasi usaha berhubungan dengan kesuksesan usaha tersebut. Lokasi dalam hubungannya dengan pemasaran adalah tempat yang khusus dan unik dimana lahan tersebut dapat digunakan untuk berbelanja.

Menurut kolter pengertian lokasi adalah kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia sebagai sasaran. Tempat merupakan saluran distribusi yaitu serangkaian organisasi yang saling tergantung dan saling terlihat dalam

---

<sup>40</sup> Philip Korter dan Gery Amstrong, *Principol of Market*, PT.Gramedia Pustaka, Jakarta, 2010, hal. 148.

proses untuk menjadikan produk / jasa siap untuk digunakan atau dikonsumsi. Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi.<sup>41</sup>

Menjalankan kegiatan Waralaba Ayam Penyet Bandung yang dimana merupakan produk makanan yang beda dari bentuk usaha Ayam Penyet lainnya. Sehingga tempat lokasi usaha ini penting baik sebagai tempat menjalankannya aktivitas yang melayani konsumen, aktivitas penyimpanan, atau untuk mengendalikan kegiatan perusahaan secara keseluruhan.

Lokasi merupakan tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajang barang-barang dagangannya. Konsumen dapat melihat langsung barang yang di produksi maupun yang di jual baik jenis, jumlah, maupun harganya. Dengan demikian, konsumen dengan lebih mudah memilih dan bertransaksi atau melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan secara langsung.<sup>42</sup>

Pemilihan tempat atau lokasi usaha memerlukan pertimbangan yang cermat, adapun faktor-faktor dalam pemilihan lokasi sebagai berikut:

1. Akses, misal lokasi yang mudah dilalui atau mudah di jangkau sarana transportasi
2. Visibilitas (penerangan), misalnya yang dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan

---

<sup>41</sup> *Ibid*

<sup>42</sup> Kasmir, *kewirausahaan*, PT Rajawali Pers, Jakarta, 2011, hal. 140.

3. Ekspansi, yaitu tersedianya tempat yang cukup luas untuk memperluas usaha dikemudian hari<sup>43</sup>

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa lokasi dalam menjalankan usaha Ayam Penyet Bandung merupakan faktor terpenting mengingat bahwa usaha yang sejenis Ayam Penyet sudah banyak yang menjalankannya sehingga faktor terpenting dan menjadi penentu keuntungan yang didapat nantinya. Semakin strategis lokasi yang di pilih maka keuntungannya pun semakin tinggi.<sup>44</sup>

Dalam penentuan/pemilihan lokasi tempan menjalankan usaha maka dapat dilakukan beberapa tahapan pemilihan lokasi usaha, yaitu:

1. Tahap pertama: melihat kemungkinan daerah mana yang akan dijadikan lokasi usaha dengan mempertimbangkan ketentuan pemerintah
2. Tahap kedua: memperhatikan pengalaman usaha orang lain atau pengalaman sendiri, didasari pada jenis barang yang dihasilkan dan proses produksinya
3. Tahap ketiga: mempertimbangkan dan menilai dampak sosial atau dukungan dari masyarakat disekitar lokasi.<sup>45</sup>

Dari uraian di atas dapat di jelaskan bahwa yang perlu di pertimbangkan dari tahap pertama yaitu jenis proses produksi dan jenis barang hasil atau

---

<sup>43</sup> R. Heru Kriatanto, *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Graha Ilmu , Yogyakarta, 2009, hal. 159.

<sup>44</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung Medan, pada tgl 22 November 2020 pkl. 14:00 WIB.

<sup>45</sup> Jumingan, *Study Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Gilingan, 2009, hal. 124-125.

produk yang akan menentukan spesifikasi umum, sedangkan tahap kedua jenis barang hasil produksi dan proses dan proses pengerjaannya selalu akan menentukan kekhususan lokasi tersebut.

## **2. Kualitas Produk Ayam Penyet Bandung yang terpercaya**

### **a. Kualitas Produk**

Setiap produk yang dihasilkan diharapkan menghasilkan kualitas yang baik atau yang disebut dengan kualitas produk. Produk yang diterima oleh para konsumen Ayam Penyet Bandung adalah produk yang kualitasnya dapat memuaskan konsumen, kualitas produk sangat berpengaruh untuk meyakinkan para konsumen melakukan keputusan pembelian. Bila kualitas suatu produk bagus dan dapat memuaskan para konsumen Ayam Penyet Bandung, maka dapat ditafsirkan akan menaikkan kepuasan konsumen atas produk tersebut. Dalam konsep produk menegaskan bahwa akan menyukai produk-produk yang menawarkan ciri-ciri paling berkualitas, bersinergi atau inovatif.

Menurut Kotler dan Amstrong, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.<sup>46</sup>

Dalam menjalankan usaha Ayam Penyet Bandung maka yang diutamakan adalah kualitas produknya, yang dimana peroduk merupakan hal yang penting

---

<sup>46</sup> Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta, 2008, hal. 63.

bagi konsumen baik berupa barang maupun jasa. Serta kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.<sup>47</sup>

#### **b. Karakteristik Produk yang Berkualitas**

Menjalankan usaha Ayam Penyet Bandung di Kota Medan yang dimana produk, merek, serta nama usaha tersebut merupakan produk dari luar daerah maka kualitas produksinya harus beda dan berkualitas, dapat dilihat dari dimensi kualitas dari produk Ayam Penyet Bandung, yaitu:<sup>48</sup>

1. Kesesuaian spesifikasi

Konsumen akan mengharapkan produk atau jasa yang mereka beli memenuhi atau melebihi tingkat kualitas tertentu.

2. Nilai

Menunjukkan seberapa baik produk atau jasa mencapai tujuan yang dimaksudkan pada harga yang konsumen bersedia membayar.

3. Cocok untuk digunakan

Artinya Seberapa baik produk atau jasa mewujudkan tujuan yang dimaksudkan, konsumen mempertimbangkan fitur mekanisme produk atau kenyamanan pelayanan, memudahkan dalam memenuhi kebutuhan.

---

<sup>47</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung, pada tgl 22 November 2020 pk. 14:00 WIB.

<sup>48</sup> Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Op. Cit*, hal. 65.

#### 4. Dukungan

Dukungan yang diberikan perusahaan terhadap produk atau jasa sangat penting bagi konsumen, seperti halnya kualitas produk atau jasa itu sendiri.<sup>49</sup>

Dalam hal ini cara melayani konsumen, cara pendistribusian produk kepada konsumen juga turut mempengaruhi kualitas produk yang akan diterima konsumen. Apabila cara distribusi produk yang kurang baik atau terdapat pembungkusan yang rusak, sehingga barang yang diterima kondisi fisik atau sifat dari produknya telah berubah maka akan berpengaruh terhadap kualitas atau mutu produk tersebut.

### 3. Peminat/konsumen yang Semakin Meningkat

Minat konsumen Ayam Penyet Bandung di Kota Medan merupakan salah satu aspek Psikologi yang mempunyai pengaruh besar terhadap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang mereka lakukan. Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli adalah suatu bagian dari komponen perilaku usaha dalam sikap mengkonsumsi serta memproduksi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli semakin meningkat.

Minat beli merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli produk tertentu serta berapa banyak unit produk yang

---

<sup>49</sup> Wibowo, *Manajemen Kinerja*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hal. 138.

dibutuhkan pada periode tertentu, dapat dikatakan bahwa minat beli merupakan pernyataan mental dari diri konsumen yang merefleksikan rencana pembelian sejumlah produk dengan merek tertentu. Minat beli dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:<sup>50</sup>

- a) Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk
- b) Minat refrensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain
- c) Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki prefrensi utama pada produk tersebut. Prefrensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk prefrensinya
- d) Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen tidak lepas dari minat membeli, karena minat membeli merupakan salah satu tahap yang pada subyek sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Titik tolak memahami pembeli adalah model rangsangantanggapan (stimulus-response model) apa yang didengar oleh telinga apa yang dilihat oleh mata apa yang dicium oleh hidung itulah yang disebut stimulus.<sup>51</sup>

Rangsangan pemasaran dan lingkungan masuk ke dalam kesadaran pembeli. Karakteristik dan proses pengambilan keputusan pembeli menghasilkan keputusan pembelian tertentu. Iklan berbagai macam produk yang ditayangkan adalah stimulus yang dirancang khusus oleh produsen agar

---

<sup>50</sup> Yudrik Jahja, *Psikologi Perkembangan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, hal. 63.

<sup>51</sup> Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta, 2013, hal. 112.

menarik perhatian konsumen. Produsen mengharapkan konsumen menyukai iklan produknya, kemudian menyukai produknya dan membelinya.<sup>52</sup>

## **B. Faktor Internal**

### **1. Motivasi Atas Meningkatnya Perkembangan Bisnis Kuliner**

Dunia bisnis terus berkembang seiring dengan berjalannya waktu mengikuti keberagaman permintaan pasar yang ada. Ditambah adanya kesepakatan negara-negara ASEAN yang akan memulai *Free Trade Area* membuka peluang-peluang bisnis yang akan membawa keuntungan bagi para pelaku usaha. Tentunya hal ini tidak hanya memberikan peluang usaha namun juga sekaligus menciptakan tantangan bisnis antara lain adalah tingkat persaingan perdagangan yang semakin ketat.

Industri kuliner khususnya di Indonesia merupakan sektor andalan untuk meningkatkan pertumbuhan perekonomian bagi masyarakat yang melaksanakan usaha kuliner. di Indonesia sendiri industri pangan sangat menjanjikan hal ini diakibatkan oleh semakin meningkatnya konsumen kelas menengah di dalam negeri. Semakin besar dan terbukanya pasar didalam negeri menciptakan peluang bagi para pelaku bisnis kuliner dan mendatangkan ancaman karena sekaligus menjadi daya tarik masuknya produk sejenis dari negara lain.

---

<sup>52</sup> Ujang Sumarwan, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Utama, Jakarta, 2008, hal. 95.

Pertumbuhan bisnis makanan dan minuman masih tercatat sebagai pertumbuhan yang tinggi diberbagai belahan dunia. Banyak *outlet* yang menawarkan produk makanan dan minuman dalam berbagai bentuk bermunculan. Mulai dari yang sederhana hingga yang mewah. Hal ini disebabkan karena makanan adalah salah satu kebutuhan pokok yang semua orang harus penuhi. Alasan rasional outlet makanan tumbuh berkembang adalah karena bisnis ini menjanjikan keuntungan yang besar.<sup>53</sup>

## **2. Modal Yang Dibutuhkan Terjangkau**

Untuk menjalankan suatu usaha yang dimana pelaku usaha tersebut pasti akan membutuhkan modal. Dimana untuk menjalankan suatu usaha maka pasti akan membutuhkan modal yang begitu besar demi melangsungkan hidup suatu usaha dalam menjalankan kegiatan oprasional suatu usaha seperti menjalankan usaha kuliner Ayam Penyet Bandung.

Pelaksanaan waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan merupakan suatu kegiatan usaha kuliner yang mana tidak perlu memiliki modal yang begitu banyak, dikarenakan pemberi waralaba Ayam Penyet Bandung telah menyediakan kebutuhan baik itu dari bahan pokok, pengurusan merek, dan lain sebagainya.<sup>54</sup>

---

<sup>53</sup> Mandasari dan Tama, *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining*, Journal Generic, Vol. 06, No.01, Universitas Sriwijaya, 2011, hal. 25.

<sup>54</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung, pada tgl 22 November 2020 pk1. 14:00 WIB.

### 3. Kualitas Produksi dan Pelayanan

Menjalankan usaha yang dimana pihak Pertama mengikatkan dirinya ke pihak ke dua dengan sistem usaha waralaba maka dalam sistem produksinya tidak sulit lagi. Didalam perjanjian waralaba pemberi waralaba wajib memberikan semua produk yang dimana telah di sepakati dalam berjanjannya seperti bahan Pokok, maupun hasil produksinya.

tingkat konsistensi kualitas menu yang dicapai dengan penetapan standar untuk produk dan kemudian mengecek point-point yang harus dikontrol untuk melihat kualitas yang ingin dicapai. Point-point tersebut meliputi resep dan pengukuran yang benar, persiapan, temperatur, peralatan, kondisi produk selama persiapan, kebersihan, porsi dan faktor lainnya. Setiap produk makanan akan mempunyai standar sendiri, jadi terdapat banyak standar dalam setiap menu makanan.<sup>55</sup>

kualitas pelayanan adalah pandangan pelanggan tentang layanan memenuhi atau melampaui harapannya. layanan pada dasarnya memenuhi harapan pelanggan dan memuaskan kebutuhan mereka dengan memberikan kualitas layanan yang baik. Berdasarkan kedua definisi di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penilaian dari konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Konsumen sekarang sangat berbeda dengan konsumen dahulu, karena konsumen sekarang lebih cerdas dalam bertindak. Tidak hanya menilai produk dan merek saja, melainkan pelayanan dari perusahaan tersebut.

---

<sup>55</sup> Akbar, *Bentuk Usaha Mikro Kecil Di Indonesia*, PT. Gramedia Utama, Jakarta, 2008, hal. 95.

### **C. Akibat yang Ditimbulkan oleh Faktor-Faktor yang Mendorong Pertumbuhan Waralaba (*Franchise*)**

#### **1. Bisnis waralaba dapat mengurangi angka kemiskinan**

Bisnis waralaba merupakan suatu usaha yang tepat untuk memasuki dan mengembangkan bisnis baik itu usaha jasa, kuliner, dan lain sebagainya. Bisnis waralaba merupakan format usaha khusus dari lisensi dengan pemberi waralaba bukan hanya menjual haknya, tetapi juga turut aktif dalam membantu penerima waralaba dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan data diatas bahwa jumlah kemiskinan di kota medan masih mengalami angka yang begitu tinggi sehingga dalam menjalankan usaha waralaba mampu meningkatkan prekonomian masyarakat yang melangsungkan suatu usaha jasa maupun bentuk usaha kuliner.

#### **2. Terserapnya lapangan Pekerjaan**

Lapangan pekerjaan yaitu bidang kegiatan dari usaha, perusahaan atau instansi dimana seseorang bekerja atau pernah bekerja. Lapangan pekerjaan apabila dikaitkan dengan usaha atau suatu kantor yang dimana dapat dibagi menjadi beberapa sektor, yaitu:<sup>56</sup>

- a. Sektor pertanian
- b. Sektor industri pengolahan
- c. Sektor perdagangan
- d. Sektor angkutan, dan lain sebagainya.

Dari masing-masing sektor lapangan pekerjaan itu tentu akan menyerap tenaga kerja. Bagi yang sedikit kreatif tentu tidak hanya memiliki orientasi

---

<sup>56</sup> Tarmoezi, *Professional Ketenagakerjaan Indonesia*, Kesaint Blanc, Jakarta, 2010, hal. 113.

mencari kerja, namun bisa melihat potensi dan peluang dari berbagai sektor lapangan kerja untuk dijadikan peluang usaha. Penciptaan lapangan kerja dan peningkatan produktivitas di sektor-sektor kegiatan yang semakin meluas akan menambah pendapatan bagi penduduk yang bersangkutan.

Salah satu kebijaksanaan kesempatan kerja adalah mengadakan identifikasi terperinci, tidak hanya mengenai jumlah angkatan kerja, melainkan juga lokasi dan penggolongan menurut lingkungan hidup, persebaran antara daerah, antar sektor, antar kota/pedesaan dan sebagainya. Kebijakan negara dalam lapangan kerja meliputi upaya-upaya untuk mendorong pertumbuhan dan perluasan kesempatan kerja di setiap daerah, serta perkembangan jumlah dan kualitas angkatan kerja yang tersedia agar dapat memanfaatkan seluruh potensi pembangunan di daerah masing-masing.<sup>57</sup>

Bertitik tolak dari kebijaksanaan tersebut maka dalam rangka mengatasi masalah perluasan kesempatan kerja dan mengurangi pengangguran, Departemen Tenaga Kerja dalam Undang-Undang Nomor. 13 Tahun 2003 tentang ketenagakerjaan memandang perlu untuk menyusun program yang mampu baik secara langsung maupun tidak langsung dapat mendorong penciptaan lapangan kerja dan mengurangi pengangguran.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> Payaman Simanjuntak, *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Gramedia Pustaka, Jakarta, 2009, hal. 73.

<sup>58</sup> *Ibid.*

## **BAB IV**

### **AKIBAT YANG DITIMBULKAN PIHAK WANPRESTASI DALAM PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) AYAM PENYET BANDUNG DI KOTA MEDAN**

#### **A. Bentuk-Bentuk Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba**

##### **1. Bentuk wanprestasi dalam Perjanjian Ayam Penyet Bandung**

Dalam setiap perjanjian termasuk perjanjian waralaba, terdapat hak dan kewajiban yang harus dipenuhi para pihak dengan itikad baik. Ada kalanya dalam pelaksanaan perjanjian terjadi hal-hal yang menghambat atau bahkan menyebabkan tidak terpenuhinya perjanjian itu. Apabila dalam suatu perjanjian pihak yang mempunyai kewajiban tidak melaksanakan kewajibannya, tentu akan menimbulkan kerugian bagi pihak lainnya. Suatu kesepakatan perjanjian kemungkinan tidak dilaksanakan dengan baik oleh salah satu pihak dalam suatu perjanjian waralaba, pihak yang tidak sengaja wanprestasi dapat terjadi karena memang tidak mampu untuk memenuhi prestasi tersebut atau juga karena terpaksa tidak melakukan prestasi tersebut.<sup>59</sup>

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba yang dimana dapat dilihat dari pihak yang melakukan ingkar janji atau wanprestasi dalam perjanjian tersebut. Wanprestasi yang dilakukan oleh pemberi pihak pemberi waralaba dapat berbentuk Pihak pemberi waralaba tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba dapat berjalan dengan

---

<sup>59</sup> Agus Yudha Hernoko, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana, Jakarta, 2010, hal. 23.

sebagaimana mestinya, Tidak melakukan pembinaan terhadap penerima waralaba sesuai dengan perjanjian yang dibuat, Bahan pokok yang menjadi ciri khas dari objek waralaba tidak sesuai dengan mestinya, Serta wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba dapat berupa, Melakukan hal-hal yang dilarang untuk dilakukan oleh penerima waralaba, Tidak membayar biaya waralaba sebagai mestinya.<sup>60</sup>

Seperti perjanjian pada umumnya, ada kemungkinan terjadinya wanprestasi dalam pelaksanaan Perjanjian Waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera dalam Perjanjian Waralaba, yang menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan. Berdasarkan hal tersebut, maka secara khusus pihak yang dapat dirugikan dalam bisnis waralaba (*franchise*) yaitu Pemberi Waralaba (*franchisor*) dan Penerima Waralaba (*franchisee*).<sup>61</sup>

Adapun bentuk pelanggaran yang terdapat didalam perjanjian waralaba dapat diketahui baik dari penerima waralaba maupun dari pihak pemberi waralaba adalah:<sup>62</sup>

1. pelanggaran atau wanprestasi dari penerima waralaba bisa berupa  
terlambat membayar biaya waralaba (tidak tepat waktu)
2. berbuat sesuatu yang dilarang diperbuat oleh penerima waralaba

---

<sup>60</sup> Adrian Sutedi, *Loc. Cit*, hal. 90.

<sup>61</sup> Marselo Pariela, *Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba*, Jurnal SASI Vol. 23, No. 01, Januari-Juni 2017, hal. 42.

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung, pada tgl 22 November 2020 pk. 14:00 WIB.

3. berbuat atau melakukan ketentuan pelayanan yang tidak sesuai prosedur sistem perjanjian waralaba yang telah diatur dalam perjanjian
4. tidak mengembalikan Hak Atas Kekayaan Intelektual setelah perjanjian sudah berakhir
5. menjadi pesaing dan berkompetisi dengan membuat bisnis baru dengan menggunakan nama atau merek yang baru tetapi jenis bisnis yang sejenis yang sudah diberikan oleh penerima waralaba sebelumnya.

Wanprestasi dari pemberi waralaba yaitu

1. tidak menjalankan pembinaan terhadap penerima waralaba sesuai dengan yang sudah diperjanjikan dalam perjanjian waralaba
2. tidak mendukung dan memberikan bantuan berupa fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak membantu penerima waralaba dalam keadaan kesulitan yang sedang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya.

Pihak pemberi waralaba harus menjalankan segala kewajiban didalam pelaksanaan perjanjian yang berlaku, adapun pelanggaran yang dapat dilakukan pihak pemberi waralaba adalah tidak memberikan hak kepada pihak penerima waralaba sebagaimana dijelaskan didalam perjanjian. Pada perjanjian waralaba Ayam Penyet Surabaya di Kota Medan didalam perjanjian kerjasama Pasal 9 ayat (2) di katakan bahwa pihak pertama berhak melakukan pemeriksaan, pengawasan

kepada pihak kedua (mitra) untuk memastikan dilaksanakannya kewajiban-kewajiban mitra berdasarkan perjanjian tersebut.<sup>63</sup>

Apabila menurut penilaian pihak pertama, mitra tidak melaksanakan kewajibannya berdasarkan perjanjian, maka pihak pertama akan memberikan peringatan tertulis dan mitra berkewajiban untuk memperbaiki dalam jangka waktu yang ditentukan dalam peringatan tersebut. Apabila mitra tetap tidak dapat memperbaiki dalam waktu yang sewajarnya menurut penilaian pihak pertama, maka dalam jangka waktu 30 hari sejak diterimanya peringatan terakhir, dengan melepaskan ketentuan pasal 1266 dan pasal 1267 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata pihak pertama akan membatalkan perjanjian tersebut dan meminta mitra untuk menghentikan penjualan produk kepada konsumen serta mitra tidak akan mendapatkan kompensasi dalam bentuk apa pun dari pihak pertama.<sup>64</sup>

Pihak kedua selaku penerima waralaba harus menjalankan segala kewajiban dalam pelaksanaan perjanjian yang berlaku, pelanggaran yang dapat terjadi oleh pihak kedua apabila pihak kedua tidak melaksanakan kewajiban seperti tidak mengikuti peraturan yang sudah dibuat dalam perjanjian waralaba Pempek Farina baik dari hak dan kewajiban, pembiayaan, lokasi waralaba, maupun pelaksanaan ketentuan yang berlaku didalam perjanjian waralaba Pempek Farina dan dengan

---

<sup>63</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 2011, hal. 9.

<sup>64</sup> *Ibid*, hal. 10.

adanya suatu pelanggaran didalam suatu perjanjian yang telah dibuat maka dapat berakhir pula suatu perjanjian yang telah disepakati.<sup>65</sup>

## 2. Bentuk Peraturan Kode Etik Tentang Waralaba

Beberapa kode etik yang umum untuk berbisnis *Franchise*:<sup>66</sup>

- a. Bersedia memberi informasi yang lengkap dan jelas dalam bahasa yang dimengerti oleh calon *franchise* dan dalam hubungan *franchisor/franchise* mengenai komitmen dan tanggung jawab masing-masing. Informasi yang diberikan harus objektif, transparan, jujur dan tidak mengandung hal-hal yang menyesatkan. Informasi harus sudah diberikan tujuh (7) hari sebelum perjanjian franchise.
- b. Dalam memilih *franchisee*, franchisor tidak dibenarkan mengadakan diskriminasi berdasarkan ras, agama, gender, kelompok *Franchisor* menolong para *franchisee* untuk mencari adpis profesional dan diperbolehkan menanyakan *franchisee* lain dari jaringannya.
- c. *Franchisor* mengembangkan dialog yang permanen dan baku dengan para *franchiseenya* dan dalam melakukan perubahan-perubahan dan perbaikan-perbaikan terdapat saling pengertian dalam mewujudkan kepentingan bersama.

---

<sup>65</sup> *Ibid*, hal. 12

<sup>66</sup> Sugeng, *Kode Etik Franchise*, <http://franchise-opportunity.blogspot.com/2006/10/kode-etik.html>, diakses pada tgl 10 Desember 2020, pkl. 01:13 WIB.

- d. *Franchisor* memberikan pengarahan terhadap kegiatan usaha/bisnis *franchise* dengan tujuan mempertahankan integritas sistem *franchise* secara keseluruhan bagi pihak yang berkepentingan.
- e. *Franchisee* harus menjaga integritas dan nama dari *franchisee* dan tidak dibenarkan untuk menyaingi jaringannya sendiri dan mengalihkan pengetahuan pada pihak lain.
- f. *Franchisee* memberi informasi operasional yang benar dan jujur mengenai bisnisnya pada *franchisor* dan wajib menjaga kerahasiaan selama dan sesudah kontrak.
- g. *Franchisor* dan *franchisee* bekerjasama dengan loyal dan saling menghormati mengenai kewajiban dan komitmen mereka masing-masing dan dalam hal terjadi perselisihan *franchisor* maupun *franchisee* memprioritaskan untuk mencari solusi melalui mediasi serta komit untuk menjaga kepentingan konsumen

## **B. Akibat Yang Ditimbulkan Pihak Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan**

Akibat hukum yang timbul jika melanggar atau melakukan wanprestasi dalam perjanjian waralaba. Sebelum membahas akibat hukumnya perlu diketahui definisi wanprestasi secara umum adalah tidak melakukannya kewajiban atau prestasi sebagaimana kewajiban yang diberikan dalam perjanjian atau kontrak oleh pihak-pihak yang dinyatakan dalam perjanjian atau kontrak yang sudah dibuat.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan akibat yang terjadi apabila terjadi wanprestasi yang dilakukan pihak pembuat waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan.

**a. Akibat terjadinya wanprestasi**

Dalam perjanjian Ayam Penyet Bandung telah menjelaskan bahwa apabila pihak yang melakukan wanprestasi harus;

- 1) Pihak penerima waralaba/*franchisee* tidak membayar *royalty fee* yang menjadi hak pihak pemberi waralaba/*franchisor*.
- 2) Pihak penerima waralaba/*franchisee* melanggar, menjual atau mencemarkan nama dan HKI milik yang sah pihak pemberi waralaba/*franchisor*.
- 3) Penerima waralaba/*franchisee* melanggar, tidak menjalankan Standart Operating Procedure (SOP) yang telah ditetapkan oleh pihak pemberi waralaba / *franchisor* kepada pihak penerima waralaba/*franchisee*.
- 4) Pihak penerima waralaba/*franchisee* membangun, menjalankan atau meniru usaha yang sejenis, memiliki kemiripan atau yang dapat menciptakan kompetisi dengan usaha waralaba yang diberikan dan dimiliki oleh pihak pemberi waralaba/*franchisor*.<sup>67</sup>

**b. Akibat hukum terhadap wanprestasi dalam perjanjian waralaba Ayam Penyet di Kota Medan**

- 1) Apabila pihak penerima waralaba/*franchisee* melanggar ayat 1 pasal 8 dalam perjanjian ini, maka pihak penerima waralaba/*franchisee* diwajibkan

---

<sup>67</sup> Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Jakarta, 2009, hal. 20

membayar *royalty fee* yang belum dibayarkan kepada pihak pemberi waralaba/*franchisor*, selambat-lambatnya satu bulan setelah pemutusan perjanjian waralaba.

- 2) Apabila pihak penerima waralaba/*franchisee* melanggar ayat 2 pasal 8 dalam perjanjian ini, maka pihak penerima waralaba/*franchisee* membayar ganti rugi sesuai dengan hukum yang berlaku berkenaan dengan pelanggaran dan pencemaran nama dan HKI pihak pemberi waralaba/*franchisor*.
- 3) Apabila pihak penerima waralaba/*franchisee* melanggar ayat 3 dan ayat 4 pasal 8 dalam perjanjian ini, maka pihak pemberi waralaba/*franchisor* akan memutuskan perjanjian waralaba yang telah disepakati dan seluruh kerugian investasi pihak penerima waralaba/*franchisee* adalah menjadi risiko pihak penerima waralaba/*franchisee* secara penuh.<sup>68</sup>

Untuk menentukan saat terjadi wanprestasi, maka pertama-tama kreditur wajib memberikan peringatan atau teguran, berupa surat tagihan agar debitur dapat melakukan prestasinya sebagaimana yang diharapkan. Jika dengan surat tagihan tersebut, debitur tetap tidak mengindahkan juga, padahal di dalam surat perjanjian tidak ditentukan mengenai batas waktunya dan agar debitur dapat dikatakan lalai, diberikan petunjuk atau jalan keluar oleh Pasal 1238 KUH Perdata.

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

### **C. Upaya Penyelesaian Terjadinya Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba Ayam Penyet Bandung Di Kota Medan**

Dalam suatu perjanjian, tidak terkecuali terhadap perjanjian waralaba (*franchise*) pasti ada kemungkinan salah satu pihak melalaikan perjanjian atau tidak memenuhi isi perjanjian sebagaimana yang telah dilakukan di perjanjian waralaba pada Ayam Penyet Bandung, yaitu:

#### **1. Menyelesaikan Secara Kekeluargaan**

Menyelesaikan secara kekeluargaan artinya cara yang dilakukan oleh Pemegang saham atas usaha Ayam Penyet Bandung yang menggunakan penyelesaian secara mediasi atau melalui proses perundingan untuk memperoleh kesepakatan para pihak yang dimana usaha tersebut merupakan usaha yang berjalan secara kekeluargaan.<sup>69</sup>

. Mediasi merupakan proses negosiasi pemecahan masalah, dimana pihak penerima Waralaba Ayam Penyet Bandung yang tidak memihak (*impartial*) bekerjasama dengan pihak pemberi waralaba yang bersengketa untuk mencari kesepakatan bersama. Mediator tidak berwenang untuk memutus sengketa, tetapi hanya membantu para pihak untuk menyelesaikan persoalan-persoalan yang dikuasakan kepadanya.

Dari pengertian diatas dapat diketahui bahwa yang di dimaksud dengan penyelesaian secara kekeluargaan yaitu upaya menyelesaikan sengketa para pihak

---

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung, pada tgl 22 November 2020 pk. 14:00 WIB.

dengan kesepakatan bersama yang bersikap netral dan tidak membuat keputusan atau kesimpulan bagi para pihak tetapi menunjang fasilitator untuk terlaksananya dialog antar pihak dengan suasana keterbukaan, kejujuran, dan tukar pendapat untuk mencapai mufakat.

Adapun elemen-elemen yang menjadi objek dalam penyelesaian atas wanprestasi antara pemberi dan penerima waralaba Ayam Penyet Bandung, yaitu:

1. penyelesaian atas modal yang diberikan
2. kerugian yang dialami oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba
3. investasi atau bantuan dan lain sebagainya.<sup>70</sup>

Proses penyelesaian sengketa melalui mediasi sangat efektif untuk menyelesaikan sengketa-sengketa yang melibatkan para pihak atau melibatkan masyarakat, seperti sengketa mengenai perusakan lingkungan, pembebasan tanah, perburuhan, perlindungan konsumen dan dibidang usaha yang berbentuk waralaba. Dengan menggunakan jasa mediator orang tidak perlu beramai-ramai ke Pengadilan atau sendiri-sendiri dalam menyelesaikan sengketa yang bersengketa. Lebih jelasnya, jenis perkara yang dimediasikan yaitu; kecuali perkara yang diselesaikan melalui prosedur Pengadilan Niaga, Pengadilan Hubungan Industrial, keberatan atas putusan badan penyelesaian sengketa konsumen.<sup>71</sup>

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Wiwik Utari, jabatan Sebagai Owner di Ayam Penyet Bandung, pada tgl 22 November 2020 pk. 14:00 WIB.

<sup>71</sup> Syahril Abbas, *Mediasi Dalam Perspektif Hukum Syari'ah, Hukum Adat, dan Hukum Nasional*, Kencana, Jakarta, 2009, hal. 6.

## 2. Penyelesaian wanprestasi Perjanjian Waralaba Melalui Pengadilan

Pada Undang-Undang Nomor. 15 Tahun 2001 dan Undang-Undang Nomor. 30 Tahun 2000 sebenarnya telah memberikan solusi terkait dengan inefisiensi dalam penyelesaian perkara pelanggaran yang terkait dengan kontrak waralaba tersebut. Solusi tersebut adalah para pihak yang berperkara dapat memilih Arbitrase sebagai mekanisme penyelesaian perkara di antara mereka. Mengenai pengertian Arbitrase diatur dalam Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase Dan Alternatif Penyelesaian Sengketa Arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa perdata di luar peradilan umum yang didasarkan pada perjanjian Arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa.<sup>72</sup>

Sebagaimana telah diuraikan sebelumnya, penerima waralaba memiliki kewenangan (*legal standing*) secara mutlak atau secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama dengan pemberi waralaba, untuk melakukan gugatan terhadap pihak ketiga yang melakukan pelanggaran terkait HKI yang telah di lisensikan dalam kontrak waralaba. Kewenangan tersebut dapat dilaksanakan oleh penerima waralaba dengan syarat kontrak waralaba tersebut harus terlebih dahulu dicatatkan pada Direktorat Jendral HKI dan diumumkan oleh Berita Resmi Merek dan Rahasia Dagang. Khusus untuk kontrak waralaba pada kegiatan jasa makanan dan minuman HKI yang terkait adalah Merek dan Rahasia Dagang.<sup>73</sup>

---

<sup>72</sup> Satjipto Rahardjo, *Permasalahan Hukum di Indonesia*, PT. Alumni, Bandung, 2008, hal. 110.

<sup>73</sup> *Ibid*, hal. 113

Pada perkara Merek, gugatan diajukan oleh penerima waralaba kepada pihak ketiga yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan merek yang telah dilisensikan dalam kontrak waralaba. Hal ini ini diatur dalam kontrak waralaba yang sebagai mana diatur dalam Pasal 77 Undang-Undang Nomor. 15 Tahun 2001: Gugatan atas pelanggaran Merek sebagaimana dimaksud dalam Pasal 76 dapat diajukan oleh penerima lisensi merek terdaftar baik secara sendiri maupun bersama-sama dengan pemilik Merek yang bersangkutan. Dalam Pasal 76 Undang-Undang Nomor. 15 Tahun 2001 ditentukan:<sup>74</sup>

- a. Pemilik merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang atau jasa yang sejenis, dimana akan mengajukan gugatan atas:
  - 1) Gugatan ganti rugi, dan/atau
  - 2) Penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan Merek tersebut
- b. Gugatan dimana dimaksud pada ayat (1) diajukan kepada Pengadilan Niaga

Berdasarkan ketentuan tersebut, gugatan oleh penerima waralaba kepada pihak ketiga yang secara tanpa hak menggunakan Merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merek yang telah dilisensikan dalam kontrak waralaba merupakan kewenangan absolut dari Pengadilan Niaga untuk menyelesaikannya. Sedangkan mengenai monopoli atau

---

<sup>74</sup> Suleman Batubara dan Orinton Purba, *Arbitrase Internasional Raih Asa Sukses*, Penebar Swadaya Grup, Jakarta, 2013, hal. 21.

dagang dimana pasal 4 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 yang jika merupakan hak dari pemberi dan peneriman waralaba yang diikat dalam suatu perjanjian kontrak waralaba dan apabila pemberi dan penerima waralaba dalam perjanjiannya di langgar yang berbentuk wanprestasi maka dapat di upayakan berdasarkan pasal 11.<sup>75</sup>

Pemegang hak atas penerima waralaba dan pemberi waralaba dapat menggugat siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagai mana yang dimaksud pada pasal 4 Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000, yang atas mengajukan gugatan ganti kerugian yang dimana melakukan suatu wanprestasi atas kegiatan usaha dalam bentuk perjanjian waralaba.<sup>76</sup>

Seperti contoh atas gugatan sengketa wanprestasi dalam perjanjian waralaba pada Ayam Penyet Bandung di Kota Medan. Dimana pemberi waralaba mengajukan gugatan ke Pengadilan atas wanprestasi yang dilakukan berbentuk tidak membayar royalti atas hak cipta merek, kewajibannya atas membayar modal awal yang berasal dari pemberi waralaba, serta tidak menjalankan kewajibannya sebagai mana yang tertulis dalam SOP waralaba Ayam Penyet Bandsung di Kota Medan.

---

<sup>75</sup> *Ibid.*

<sup>76</sup> Kevin Kogan, *Aspek Hukum Kontrak Waralaba Pada Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman*. Ciputat: PT. Tatanusa. hal. 109.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

1. Pengaturan hukum dalam perjanjian waralaba (*franchise*) pada ayam penyet Bandung yang dimana menjalankan usahannya dengan memberikan waralaba terhadap orang lain maka ketentuan Perundang-Undangan yang digunakan oleh Ayam Penyet Bandung di Kota Medang yaitu:
  - a. Kegiatan waralaba sebagaimana diatu dalam KUHPerdata dijelaskan bahwa dalam suatu perjanjian berdasarkan asas kebebasan berkontrak yang dimana diatur dalam pasal 1338 ayat (1) semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya
  - b. Berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42. Tahun 2007 tentang Waralaba, dimana pelaksanaan perjanjian waralaba memberikan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan bisnis terhadap sistem bisnis dengan ciri khas bisnis dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba
  - c. Serta Ketentuan Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 tentang merek dan merupakan salah satu peraturan yang menjadi dasar hukum dari

terbentuknya suatu perjanjian franchise merek dagang dan juga merupakan faktor utama serta memegang peranan yang sangat penting di dalam adanya suatu *franchise*. Franchise merupakan pengkhususan dari merek.

2. Faktor-faktor yang menyebabkan pertumbuhan waralaba (*Franchise*) pada Ayam Penyet Bandung Dikota Medan di karenakan pada masa Era Globalisasi ini yang banyak menimbulkan pengaruh bagi perkembangan kehidupan manusia yang berkaitan pula dengan perkembangan transaksi bisnis terutama konsep bisnis waralaba. Waralaba (*Franchise*) merupakan salah satu transaksi bisnis yang mendapat tanggapan masyarakat luas. Seperti yang dilakukan oleh Ayam Penyet Bandung dalam memberikan waralaba yang dimana seperti sistem membuka cabang yang memiliki berbagai faktor seperti:

- a. Faktor eksternal yang terdiri dari: lokasi yang ingin dibuka usaha tersebut sangat strategis, kualitas produk yang dijual oleh Ayam Penyet Bandung yang terpercaya, serta jumlah konsumen yang terdapat di Kota Medan sangat banyak.
- b. Faktor Internal seperti: Motivasi atas meningkatnya perkembangan bisnis kuliner, dalam menjalankan usaha waralaba maka hanya membutuhkan modal yang tidak banyak (sangat terjangkau), kualitas produksi dan pelayannya memadai yang mengingat bahwa banyaknya jumlah

pengangguran di Kota Medan, serta dalam menjalankan usaha waralaba akan membuka lapangan pekerjaan yang baru.

3. Akibat yang ditimbulkan apa pihak wanprestasi dalam perjanjian waralaba (*franchise*) ayam penyet bandung di kota medan beberapa bentuk yang timbul akibat terjadinya wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba yang dimana dapat dilihat dari pihak yang melakukan ingkar janji atau wanprestasi dalam perjanjian tersebut, yaitu:
  - a. Pihak penerima waralaba/*franchisee* melanggar perjanjian ini, maka pihak penerima waralaba/*franchisee* diwajibkan membayar *royalty fee* yang belum dibayarkan kepada pihak pemberi waralaba/*franchisor*, selambat-lambatnya satu bulan setelah pemutusan perjanjian waralaba.
  - b. Pihak penerima waralaba/*franchisee* membayar ganti rugi sesuai dengan hukum yang berlaku berkenaan dengan pelanggaran dan pencemaran nama dan HKI pihak pemberi waralaba/*franchisor*.
  - c. Pihak pemberi waralaba/*franchisor* akan memutuskan perjanjian waralaba yang telah disepakati dan seluruh kerugian investasi pihak penerima waralaba/*franchisee* adalah menjadi risiko pihak penerima waralaba/*franchisee* secara penuh.

Untuk menentukan saat terjadi wanprestasi, maka pertama-tama kreditur wajib memberikan peringatan atau teguran, berupa surat tagihan agar penerima waralaba dapat melakukan prestasinya sebagaimana yang diharapkan. Jika

dengan surat tagihan tersebut, debitur tetap tidak mengindahkan juga, padahal di dalam surat perjanjian tidak ditentukan mengenai batas waktunya dan agar debitur dapat dikatakan lalai, diberikan petunjuk atau jalan keluar oleh Pasal 1238 KUH Perdata.

## **B. Saran**

1. Dalam melakukan praktek perjanjian waralaba sebaiknya para pihak lebih memperhatikan faktor-faktor yang akan dilakukan dan faktor apa yang akan timbul dalam menjalankan suatu usaha yang berdasarkan perjanjian waralaba serta ketentuan yang ada dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku sebelum membuat suatu perjanjian waralaba (*franchise*) dan perlu pengaturan hukum yang baru atau pembaharuan peraturan mengenai bisnis waralaba (*franchise*) di buat atas perjanjian waralaba Ayam Penyet Bandung yang ada di Kota Medan seiring dengan perkembangan bisnis waralaba (*franchise*) semakin pesat berkembang di Indonesia.
2. Kiranya owner Ayam Penyet harus membuat suatu ketentuan aturan yang berdasarkan dari ketentuan hukum positif seperti Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba sehingga dalam menjalankan suatu waralaba penerima dan pemberi waralaba

memiliki kepastian hukum yang kuat dan apabila terjadi suatu perbuatan melawan hukum atau wanprestasi dapat diselesaikan dengan mudah.

3. Perlu adanya lembaga khusus seperti asosiasi *franchise* yang berfungsi untuk menampung ataupun mengawasi praktek bisnis waralaba (*franchise*) di Indonesia agar tidak terjadinya perbuatan-perbuatan yang dapat merugikan pihak manapun yang melakukan perbuatan melawan hukum atau wanprestasi terhadap perjanjian waralaba (*franchise*) yang dibuatnya khususnya pada perjanjian waralaba Ayam Penyet Bandung di Kota Medan terhadap pihak lain.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku

- Abdullah, Thamrin, dan Francis Tantri, 2013, *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Press, Jakarta.
- Abdulkadir, Muhammad, 2010, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Amiruddin, Asikin, Zainal, 2014, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Akbar, 2008, *Bentuk Usaha Mikro Kecil Di Indonesia*, PT. Gramedia Utama, Jakarta.
- Basarah, H. Moch, & Mufidin, H.M. Faiz, 2008, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Cita Yustisia Serfiyani, 2016, *Franchise Top Secret Ramuan Sukses Waralaba Sepanjang Masa*, Terrace Book, Jakarta.
- Badruzaman, Mariam Darus, 2011, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung.
- Djuajir, 2012, *Hukum Perbisnisan Transnasional*, Arus Timur, Makassar.
- Effendi, Arif, 2013, *Franchise Sebagai Strategi Dalam Mengembangkan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah Di Indonesia*, Pressindo, Jakarta.
- Fuad, M., 2010, *Pengantar Bisnis*, Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Franchise Bible, 2009, *Graha info franchise*, Grasindo, Jakarta.
- Fuadi, Munir, 2018, *Metode Riset Hukum : Pendekatan Teori dan Konsep*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Hartono, 2012, *Tahapan Membuka Bisnis Waralaba*, Djambatan, Jakarta.
- Hernoko, Agus Yudha, 2010, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana, Jakarta.
- Herman, Yudha Agus, 2014, *Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Grasindo, Jakarta.

- HS, Salim Dan Erlies, Sepriana Nurbani, 2010, *Perkembangan hukum Kontrak Innominaat DI indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Jahja, Yudrik, 2011, *Psikologi Perkembangan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Jumingan, 2009, *Study Kelayakan Bisnis*, Bumi Aksara, Gilingan.
- Kasmir, 2011, *kewirausahaan*, PT Rajawali Pers, Jakarta.
- Kriatanto, R. Heru, 2009, *Kewirausahaan Entrepreneurship, Pendekatan Manajemen dan Praktik*, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Korter, Philip dan Gery Armstrong, 2010, *Principol of Market*, PT.Gramedia Pustaka, Jakarta.
- Mandelson, Martin, 2017, *Buku Terjemahan Franchising Petunjuk Praktis Bagi Franshisor dan Franchise (Pre-Owned)*, Djambatan, Jakarta.
- Philip, Kotler dan Gary Armstrong, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Novairi, Anki dan Aji, Bayu Aditya, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Kata Hati Press, Jakarta.
- Raharjo, Handri, 2009, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Jakarta.
- Salim H.S, 2010, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Simatupang, Burtoni Richard, 2015, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Samadani, Adil, 2013, *Dasar-dasar Hukum Bisnis*, Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Serfiyani, Cita Yustisia, dan R. Serfianto D. Purnomo, 2015, *Franchise Top Secret – Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, ANDI, Yogyakarta
- Simanjuntak, Payaman, 2009, *Pengantar Ekonomi Sumber Daya Manusia*, Gramedia Pustaka, Jakarta

- Soekanto, Soerjono dan Mamudji, Sri, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Sumarsono, Sonny, 2016, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Jakarta.
- Sumarwan, Ujang, 2008, *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*, PT. Gramedia Utama, Jakarta.
- Suratman, 2015, *Metode Penelitian Hukum*, Alfabeta, Bandung.
- Sutendi, Adrian, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tarmoezi, 2010, *Professional Ketenagakerjaan Indonesia*, Kesaint Blanc, Jakarta.
- Tobing Dorotea, Rudyanti, 2016, *Aspek-Aspek Hukum Bisnis*, Laksbang Justitia, Jakarta.
- Wibowo, 2010, *Manajemen Kinerja*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Widjaja, Gunawan, 2016, *Lisensi Atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Widjaja, Gunawan, *Seri Hukum Bisnis*, 2010, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Zimmerer, Thomas W, 2008, *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil*, Salemba empat, Grasindo, Jakarta.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

### C. Jurnal

- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). *The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City)*. *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55-66.
- Eddy, T., Alamsyah, B., Fatmawati, I., Aryza, S., Putera, A., & Siahaan, U. (2018). *Enhancement operation system model in managing local resources-based environment towards sustainable development*. *Kumpulan Jurnal Dosen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Mandasari dan Tama, 2011, *Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Restoran Cepat Saji Melalui Pendekatan Data Mining*, *Journal Generic*, Vol. 06, No.01, Universitas Sriwijaya.
- Marselo Pariela, 2017, *Wanprestasi dalam Perjanjian Waralaba*, *Jurnal SASI* Vol. 23, No. 01.
- Nasution, M. D. T. P., Rossanty, Y., & Aspan, H. (2017). *Towards halal cosmetics brand image: mediating role of religiosity, evidence from Muslims women in medan, Indonesia*. *International Business Management*, 11(6), 1353-1362.
- Nurhayati, S. (2019, November). *Review Of Islamic Maqashid On The Change From Wage Status To Debt Based On Constitutional Court Decision No. 72/PUU-XIII/2015*. In *International Halal Conference & Exhibition 2019 (IHCE)* (Vol. 1, No. 1, pp. 297-307).

### D. Internet

- Sugeng, Kode Etik Franchise, <http://franchise.opportunity.blogspot.com/2006/10/kode-etik.html>, diakses pada tgl 10 Desember 2020, pkl. 01:13 WIB.
- Wikipedia, *sejarah waralaba Franchise perusahaan*, <https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>, *Sejarah, waralaba,-Perusahaan*, diakses pada tgl. 25, Maret 2021, 22:00 WIB.

## **E. Skripsi**

Guruh Raditya Rahman, 2009, *Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Studi Pada Perjanjian Waralaba Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo)*, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Jinta Pramudio Sitepu, 2018, *Analisis Yuridis Perjanjian Waralaba Chicken Holic Di Medan*, Universitas Sumatera Utara.

Terry Abella Roni, 2018, *Aspek Hukum Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pada Thai Tea Di Kota Medan*, Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara.