

**PENERAPAN SISTIM WARALABA DI PERUSAHAAN
MAKANAN PIZZA HUT PADANG**

SKRIPSI

**Diajukan Untu'k Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Hukum**

Oleh :

**ARIALDA AZMI
00140138**



Program Kekhususan: Perdata Ekonomi



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS ANDALAS
PADANG
2006**

No. Reg : 2251 / PK III / 08. 06

PENERAPAN SISTEM WARALABA DI PERUSAHAAN MAKANAN PIZZA HUT PADANG

(Arialda Azmi, 00140138, 57 halaman, Hukum Perdata Ekonomi, Fakultas
Hukum, Universitas Andalas, Padang, 2006)

ABSTRAK

Dengan maraknya perkembangan teknologi, membawa dampak yang cukup signifikan terhadap perkembangan dunia bisnis dewasa ini. Setiap orang dapat melakukan kegiatan perdagangan secara bebas walaupun mereka terpisah jarak yang relatif jauh disertai dengan adanya perbedaan kewarganegaraan. Menanggapi kemajuan tersebut, pelaku bisnis menemukan berbagai alternatif dalam menjalankan bisnis mereka. Alternatif yang marak dipakai adalah sistem *franchise* atau waralaba. Tentunya kemajuan dibidang perdagangan harus diikuti dengan perkembangan Peraturan Peundang-undangan Republik Indonesia sebagai jaminan bagi semua pihak siapapun mereka agar dapat menjalankan bisnisnya pada zona dagang yang aman.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis menggunakan metode pendekatan secara sosiologis yang dibantu dengan pendekatan secara yuridis. Untuk itu selain penelitian lapangan seperti melakukan wawancara dengan berbagai sumber yang diperlukan, penulis juga menggunakan bahan hukum primer yang ditambah dengan bahan hukum sekunder dan bahan hukum tertier. Bahan hukum tersebut dijelaskan secara deskriptif dan dituangkan dalam bentuk skripsi.

Ada beberapa hasil yang diambil dari penelitian yang dilakukan. *Franchise* mengalami perkembangan yang sangat pesat di Indonesia sampai sekarang. Menghadapi kenyataan ini pemerintah mengeluarkan peraturan khusus yang mengatur waralaba. Dengan dibuatnya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 yang dilengkapi dengan Keputusan Menteri Perdagangan dan Perindustrian Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep 17/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba maka Indonesia punya pengaturan sendiri mengenai sistem pewaralabaan untuk wilayahnya. Tentunya perjanjian waralaba ini dapat diaplikasikan oleh restoran lokal maupun restoran asing seperti halnya Pizza Hut. Karena banyak sekali keuntungan yang dapat diperoleh dengan penggunaan sistem ini. Walaupun terdapat beberapa kendala, diharapkan dapat diatasi berdasarkan perjanjian yang telah disepakati oleh masing-masing pihak yang terkait.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perdagangan mulai berkembang cukup pesat. Ini ditandai dengan maraknya dibentuk sistem-sistem perdagangan yang bersifat praktis, fleksibel serta efisien, sehingga jarak, tempat dan waktu tidak lagi menjadi kendala bagi para pengusaha dalam menjalankan bisnis mereka.

Perkembangan tersebut mengacu pada pelaksanaan usaha dengan modal yang relatif kecil, tidak begitu menguras energi namun dapat mengembangkan usaha dengan pesat. Begitu banyak pilihan sistem yang dapat digunakan, termasuk di dalamnya adalah sistem waralaba. Pada tahun terakhir, waralaba dijadikan sebagai sistem bisnis yang lumrah dipakai pada berbagai kriteria perusahaan yang mana hal tersebut dijadikan sebagai simbol kualitas, konsistensi, pelayanan dan harga.¹

Sejak beberapa tahun silam, konsep usaha waralaba berlaku di Indonesia. Dari tahun ke tahun ini semakin populer dan berkembang luas. Konsep kerjasama ini pun di Indonesia dinilai cukup brilian dan sukses. Waralaba merupakan bentuk format bisnis dimana pihak pertama, yang disebut *franchisor*, memberikan hak kepada pihak kedua, yang disebut *franchisee*, untuk mendistribusikan barang dan/atau jasa dalam lingkup area geografis dan periode tertentu dengan

¹ Imam Syahputra Tunggal, 2005, *Franchising Konsep dan Kasus*, Harvarindo, Jakarta, hal. 13

mempergunakan merek, logo dan sistim operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*.

Pemberian hak ini tertuang dalam bentuk perjanjian waralaba atau *franchise agreement*. Perjanjian ini bersifat kontraktual dimana *franchisee* berhak atas pemakaian merek, logo dan sistim manajemen perusahaan dengan kompensasi pemberian royalti kepada *franchisor* berdasarkan kesepakatan pada perjanjian tersebut. Secara teoritis, hubungan *franchisor* dengan *franchisee* ini adalah bahwa *franchisee* merupakan perpanjangan tangan dari *franchisor*.²

Dalam Peraturan Perundang-undangan Indonesia, waralaba diatur khusus melalui Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997, dimana dalam Pasal 1 terdapat pengertian waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberi hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak atas Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa.

Dengan demikian, waralaba pada dasarnya adalah suatu perjanjian kerjasama antara pemilik merek baik jasa maupun produk dengan pengusaha yang memasarkan untuk daerah tertentu. Bagi kalangan usahawan, konsep usaha ini merupakan alternatif untuk meraup keuntungan karena pengusaha tersebut tidak perlu lagi bersusah payah untuk mengembangkan ide dan citra produk dan/atau jasa yang akan dipasarkan karena sudah jelas adanya sehingga yang perlu

² *Ibid* hal. 14

dilakukan hanyalah mengatur penggunaan strategi yang tepat. Dengan demikian, dapat dibuktikan bahwa disamping dapat memperluas usaha, konsep ini juga dapat mengukuhkan dominasi merek, meningkatkan keuntungan tanpa resiko investasi yang besar serta tidak perlu merombak struktur manajemen yang ada.³

Namun kematangan teori atau konsep waralaba tidak begitu membawa angin segar bagi pengusaha lokal terutama pemilik restoran daerah. Sudah terlihat jelas bahwa terdapat begitu banyak restoran lokal yang tergolong sukses dengan spesifikasi masing-masing. Hal ini dapat dilihat dengan tidak sedikit diantaranya yang sudah melebarkan sayap ke daerah-daerah lainnya di Indonesia.⁴ Bahkan beberapa diantaranya sudah mencoba peruntungan mereka dengan membuka cabang di beberapa negara tetangga. Untuk itu, berdasarkan perkembangan yang terjadi maka diperlukan adanya suatu sistem yang mampu memberikan perlindungan hukum terhadap pemakaian merek dagang serta rahasia dagang yang terkandung didalamnya, disamping itu konsep usaha tersebut juga harus dapat menciptakan manajemen usaha yang bagus dan teratur.

Hampir semua kebutuhan usaha tersebut mampu dipenuhi oleh penerapan sistem waralaba. Sistem ini menawarkan keuntungan bagi kedua belah pihak yang terkait. *Franchisor* tidak perlu mengeluarkan modal besar untuk mengembangkan usaha karena akan ditanggung secara keseluruhan oleh *franchisee* yang akan bergabung. Disamping itu, bagi *franchisee*, mereka tidak perlu lagi menciptakan

³ Gunawan widjaja, 2001, *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*, Rajawali Pers, Jakarta. Hal. 10

⁴ <http://www.franchiselaw.com>, 18 September 2005, 16:21 WIB

citra produk yang baru karena hanya perlu melanjutkan *brand name* yang sudah dikenal masyarakat sebelumnya.

Pengusaha lokal cenderung menganggap sistem ini tidak sesuai dengan prinsip usaha yang selama ini dipegang dan dijalankan sehingga ditakutkan berdampak buruk bagi ideologi, kebudayaan dan rasa kekeluargaan yang selama ini dijunjung tinggi. Padahal konsep ini diharapkan dapat diterapkan tanpa mengganggu unsur budaya. Bahkan konsep ini diharapkan dapat membina restoran-restoran lokal dengan harapan mampu memberikan warna dalam perdagangan nasional. Perusahaan makanan Pizza Hut dapat diambil sebagai contoh perusahaan yang berkembang sangat pesat dengan penggunaan sistem waralaba. Ini juga menimbulkan dampak baik untuk upaya pengenalan konsep waralaba ke masyarakat luas.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis merasa tertarik untuk membahas dan meneliti lebih lanjut mengenai konsep waralaba dan upaya penerapannya pada perusahaan lokal dengan tinjauan studi pada restoran Pizza Hut Padang. Untuk itu dalam penulisan skripsi ini, penulis akan mengangkat judul :
"PENERAPAN SISTEM WARALABA DI PERUSAHAAN MAKANAN PIZZA HUT PADANG"

B. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dikemukakan dalam penulisan ini adalah:

BAB IV P E N U T U P

A. Kesimpulan

1. Di negeri ini awalnya tidak ada aturan hukum yang mengatur perjanjian waralaba. Pada tanggal 18 Juni tahun 1997 terbitlah Peraturan Pemerintah (PP) No 16 tahun 1997 yang mengatur khusus tentang Waralaba yang disertai dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
2. Pada dasarnya perjanjian waralaba pizza hut tidaklah berbeda dengan pelaksanaan perjanjian waralaba di kota-kota lainnya di Indonesia. Perjanjian tersebut dibuat dengan akta notaris dibawah naungan perusahaan utama atau konsultan bisnis yang meninjau perkembangan waralaba Pizza hut di indonesia yang berlokasi di Jakarta. Untuk membuka lahan baru di Indonesia para calon *franchisee* akan berhubungan langsung dengan perusahaan utama atau konsultan bisnis tersebut. Pengurusan terhadap *franchisor* akan dilakukan oleh perusahaan utama atau konsultan bisnis tersebut.
3. Pada peraturan pemerintah tentang waralaba ditentukan bahwa perjanjian waralaba dibuat tertulis dalam bahasa Indonesia (Pasal 2 Ayat 1 dan 2). Padahal konsep waralaba pada dasarnya adalah mengembangkan perusahaan pada skala internasional. Sedangkan seperti yang diketahui bahwa bahasa Indonesia bukanlah termasuk bahasa internasional. Hal ini

akan menimbulkan ambiguitas terhadap hal-hal yang tercantum dalam perjanjian. Hal lain yang juga menjadi kendala terhadap sistem waralaba di Indonesia adalah bahwa perjanjian waralaba tersebut harus didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 hari sejak berlakunya perjanjian waralaba. Bila tak dilakukan, maka pencabutan surat izin usaha perdagangan (SIUP) dapat dilakukan (Pasal 8). Kendala yang dijumpai oleh Pizza Hut Padang pada umumnya adalah kendala teknis. Yang mana berkaitan dengan target yang tidak sesuai, pengiriman bahan baku yang belum stabil, pengaturan bahan baku dan peralatan yang dipakai cukup ketat dan terikat. Sehingga menuai pengaruh yang cukup terasa untuk pelayanan terhadap pelanggan.

B. Saran

1. Peraturan di Indonesia pada khususnya yang mengatur khusus tentang waralaba sebaiknya diperbaharui agar sesuai dengan perkembangan dan sistem globalisasi yang semakin maju saat ini. Ini bertujuan agar peraturan Indonesia dapat secara layak digunakan, dan standarnya dapat dipakai untuk perjanjian internasional.
2. Pelaksanaan perjanjian waralaba yang dicontohkan dengan perjanjian yang dilakukan oleh franchisor dan franchisee Pizza Hut Padang. Yang mana semua perjanjian dapat dikatakan terorganisir dengan baik walaupun ada sedikit kendala teknis.
3. Hambatan-hambatan yang ditemui pihak *franchisee* Pizza hut Padang tidak menyentuh masalah prinsipil. Namun masalah teknis yang

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

- Adolf, Huala. *Hukum Perdagangan Internasional*. Jakarta: Rajawali Pers, 2005.
- Black's, Henry Campbell. *Black's Law Dictionary 7th edition*. St. Paul MN: West Publishing Co, 1990.
- Tunggal, Iman Sjahputra. *Franchising Konsep dan Kasus*. Harvarindo: Jakarta, 2005.
- _____. *Sukses Melalui Waralaba*. Harvarindo: Jakarta, 2005.
- Widjaja, Gunawan. *Seri Hukum Bisnis: Arbitrase*. Jakarta: Rajawali Pers, 2000.
- _____. *Seri Hukum Bisnis: Alternatif Penyelesaian Sengketa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2001.
- _____. *Seri Hukum Bisnis: Lisensi*. Jakarta: Rajawali Pers, 2001.
- _____. *Seri Hukum Bisnis: Waralaba*. Jakarta: Rajawali Pers, 2001.

MAJALAH, JURNAL DAN SEJENISNYA:

- ✓ Majalah Master, Vol. 1 No. 008, April 2000.
- ✓ Majalah Manajemen, edisi Desember 2000.
- ✓ Tabloid Peluang, edisi Juni 2000.

PERATURAN DAN UNDANG-UNDANG:

- ✓ Kitab Undang-undang Hukum Perdata atau Burgerlijk Wetboek.
- ✓ Kitab Undang-undang Hukum Dagang (WvK)