

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis *franchise* merupakan salah satu cara yang dapat mempercepat mendapat keuntungan bagi para pelakunya. Naik turunnya perkembangan *franchise* tidak memudarkan daya tarik bentuk usaha ini, *franchise* tetap menjadi pilihan menarik bagi siapapun yang ingin berwirausaha.¹ Perkembangan bisnis waralaba/*franchise* telah berkembang dengan pesat dan menjadi kekuatan baru bagi sektor ekonomi domestik di Indonesia. Maraknya perdagangan barang dan jasa dengan sistem waralaba tersebut, karena sistem tersebut lebih menguntungkan baik bagi pemberi waralaba maupun penerima waralaba.²

Berdasarkan data Kementerian Perdagangan mencatat terdapat lebih dari 600 *franchise* di seluruh Indonesia. Dari jumlah tersebut, 400 *franchise* diantaranya merupakan *franchise* asing dan sisanya merupakan *franchise* lokal. Jumlah gerai mencapai 24.400 *outlet* dengan total pendapatan sebesar 172 Triliun Rupiah pada tahun 2015. Namun jumlah waralaba yang sudah memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) hanya 360 waralaba dengan rincian 308 waralaba asing dan 52 waralaba dalam negeri.³

Di tinjau dari perspektif regulasi, instrumen hukum mengenai *franchise* di Indonesia saat ini yang berlaku adalah Peraturan Pemerintah Nomor: 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Instrumen pengaturan lainnya yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-Dag/Per/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang terakhir diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan

¹ Franky Slamet, Pengantar Manajemen Waralaba. PT. Indeks, Jakarta, 2016. hal. 43

² Idrus, Norman Syahdar, Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam. *Jurnal Juridis* Vol.4 No. 1. Juni 2017 : 28-45

³ <https://bisnis.tempo.co/read/823138/omzet-industri-waralaba-nasional-mencapai-rp-172-triliun> diakses tanggal 4 Oktober 2020

Republik Indonesia Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012. Selain itu, khusus mengenai waralaba makanan dan minuman juga diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 58/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-Dag/Per/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.⁴

Namun demikian pada masa pandemi covid-19, banyak sektor usaha mengalami gulung tikar. Untuk menahan penyebaran virus ini, pemerintah mengeluarkan berbagai kebijakan yaitu pembatasan sosial dimana kebijakan ini mengajak seluruh masyarakat untuk menjaga jarak dengan orang lain serta kebijakan kedua, bekerja dari rumah atau (WFH). Selain itu, pemerintah juga meminta seluruh masyarakat untuk menggunakan masker saat berada di luar rumah. Sebagian besar kegiatan yang melibatkan publik dibatasi, seperti perkantoran atau instansi diliburkan, pembatasan kegiatan keagamaan dan pembatasan transportasi umum. Penutupan juga terjadi pada sektor restoran. Beberapa restoran banyak yang tutup dan hanya ada beberapa saja yang masih melayani order secara *online*.⁵ Hal inilah yang dapat mengganggu bisnis *franchise* yang telah dituangkan dalam suatu perjanjian dimana terjadi pandemi covid-19 diluar perkiraan manusia sehingga berdampak pada perjanjian yang telah disepakati bersama sehingga menimbulkan pemikiran bagaimana perlindungan hukum dalam perjanjian bisnis *franchise* yang tidak memuat terkait pandemi covid-19.

Penelitian Tami Rulsi tersebut akan dikaji ulang melalui penelitian ini dengan kondisi yang berbeda dimana telah terjadi wabah atau pandemi covid-19 yang bukan hanya terjadi di Indonesia akan tetapi juga terjadi di seluruh Indonesia. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bisnis *franchise* “Ayam Penyet XXX” dimana antara *franchisee* dan *franchisor* telah membuat suatu kesepakatan yang dituangkan dalam perjanjian tertulis sebelum terjadi pandemi covid-

⁴ Zil Aidi & Hasna Farida, 2019. Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan. *Jurnal Cendekia Hukum*: Vol. 4, No 2, Maret 2019

⁵ <https://www.liputan6.com/bisnis/read/4228742/headline-nasib-dunia-usaha-di-tengah-pandemi-corona-siapa-bertahan-tertekan-atau-justru-tumbuh> diakses tanggal 16/04/2020

19 di Indonesia. Di lihat sekilas dari isi perjanjian tersebut, pihak *franchisee* lebih dominan menguntungkan dari pada pihak *franchisor* dan oleh karena itu dalam pelaksanaannya perlu dikaji lebih mendalam khususnya pada masa pandemi covid-19 dimana adanya aturan pembatasan sosial yang dikeluarkan oleh Pemerintah baik bagi pengusaha maupun bagi masyarakat sebagai konsumen dari usaha “Ayam Penyet XXX” yang tentunya berdampak terhadap penghasilan yang diperoleh dimana dalam perjanjian tersebut belum di atur bilamana terjadi sesuatu yang diluar perkiraan manusia sehingga berdasarkan hal tersebut serta dari hasil studi pendahuluan yang telah dilakukan, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Tinjauan Yuridis Prinsip Keadilan Dan Kebebasan Berkontrak Dalam Perjanjian *Franchise* Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Ayam Penyet XXX)”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana unsur-unsur perjanjian antara pemberi dan penerima dalam bisnis *franchise* “Ayam Penyet XXX”?
2. Bagaimana pelaksanaan perjanjian antara pemberi dan penerima dalam bisnis *franchise* “Ayam Penyet XXX”?
3. Bagaimana perlindungan hukum dalam perjanjian bisnis *franchise* terhadap pihak *franchisee* pada masa pandemi covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian terdiri dari tujuan umum dan tujuan khusus, yaitu:

1. Untuk menganalisis unsur-unsur perjanjian antara pemberi dan penerima dalam bisnis *franchise* “Ayam Penyet XXX”.

2. Untuk menganalisis pelaksanaan perjanjian antara pemberi dan penerima dalam bisnis *franchise* “Ayam Penyet XXX”.
3. Untuk menganalisis perlindungan hukum dalam perjanjian bisnis *franchise* terhadap pihak *franchisee* pada masa pandemi covid-19.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pengetahuan dan wawasan hukum dalam bisnis *franchise* serta dapat menjadi bahan literatur dan referensi bagi akademis untuk dilakukan penelitian yang lebih mendalam.

2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi pemikiran dan pengetahuan terkait bisnis *franchise* serta dapat dijadikan rujukan para mahasiswa dan masyarakat untuk dijadikan penelitian lebih lanjut.

E. Kerangka Teori dan Konsepsi

1. Kerangka Teori

a. Teori Keadilan

b. Kebebasan berkontrak

2. Kerangka Konsepsi

Di dalam perjanjian waralaba biasanya memuat kumpulan persyaratan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh para pihak, baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. Hubungan hukum antara para pihak dalam *franchise* ini dasarnya adalah perjanjian.