

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE ATAS STANDAR MUTU YANG DIBERIKAN KEPADA KONSUMEN

(Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas
Dalam Mencapai Gelar
Sarjana Hukum

OLEH:

RIO RINALDY TAMBUNAN
NPM. 06.840.0053

BIDANG HUKUM KEPERDATAAN



**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2010**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area



FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MEDAN AREA

I. PENULIS :

NAMA : RIO RINALDY TAMBUNAN
NPM : 06.840.0053
BIDANG : HUKUM KEPERDATAAN
JUDUL SKRIPSI : PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE ATAS STANDAR MUTU YANG DIBERIKAN KEPADA KONSUMEN (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)

II. DOSEN PEMBIMBING

1. NAMA : H. ABDUL MUIS, SH,MS
JABATAN : PEMBIMBING I
TGL PENGESAHAN :

TANDA TANGAN :

2. NAMA : MUZZUL, SH,M.Hum
JABATAN : PEMBIMBING II
TGL PENGESAHAN :

TANDA TANGAN :

III. PANITIAN UJIAN

KETUA : SUHATRIZAL SH,MH

SEKRETARIS : TAUFIK SIREGAR SH,M.Hum

PENGUJI I : H. ABDUL MUIS, SH,MS

PENGUJI II : MUZZUL, SH,M.Hum

DISETUJUI OLEH:

**DEKAN FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

(ISYAKARUDDI SH,M.Hum)
UNIVERSITAS MEDAN AREA

**KETUA BIDANG
HUKUM KEPERDATAAN**

(H. ABDUL MUIS, SH,MS)

ABSTRAKSI

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE ATAS STANDAR MUTU YANG DIBERIKAN KEPADA KONSUMEN (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)

OLEH :

RIO RINALDI
NPM. 06 840 0053
BIDANG HUKUM KEPERDATAAN

Waralaba adalah bentuk kerjasama dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan izin atau hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan hak intelektualnya seperti nama, merek dagang, produk /jasa, sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu. Sebagai timbal balik, penerima waralaba (*franchisee*) membayar suatu jumlah tertentu serta mengikuti sistem yang ditetapkan *franchisor*. *Franchising* merupakan salah satu bentuk lain dari praktik bisnis yang paling umumnya di bidang restoran cepat saji, hotel, copy center, maupun jenis lainnya.

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah bagaimana bentuk perjanjian dalam usaha *Franchise* dan Bagaimana perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan. Adapun yang menjadi metode dalam penelitian ini adalah menggunakan data primer yaitu melalui penelusuran lapangan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan. Dan ditambah dengan penelusuran kepustakaan yang mendukung pembahasan pada objek penelitian.

Adapun hasil penelitian yang didapat adalah bahwa bentuk perjanjian dalam usaha *franchise* adalah bahwa *franchisor* atau pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis secara benar kepada *franchisee* atau penerima waralaba, mengenai hal-hal berikut: Identitas pemberi waralaba, hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba., hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba. Serta Perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan adalah bahwa pihak yang melakukan wanprestasi terhadap perjanjian yang telah dilakukan dapat dikenakan sanksi berupa ganti rugi, pembatalan kontrak, peralihan resiko, maupun membayar biaya perkara.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan Kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan Rahmat, Taufik dan Hidayah-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat beriring salam juga penulis persembahkan kepada junjungan kita telah membawa kabar tentang pentingnya ilmu bagi kehidupan di dunia dan di akhirat kelak.

Skripsi ini merupakan salah satu Syarat untuk menempuh ujian tingkat Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area. Skripsi ini berjudul **“Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian *Franchise* Atas Standar Mutu Yang Diberikan Ke Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)”**.

Di dalam menyelesaikan skripsi ini, telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yayasan Haji Agus Salim Siregar (Alm) yang memberi kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu di Universitas Medan Area.
2. Bapak Syafaruddin, SH, M.Hum, selaku Dekan pada Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
3. Bapak H. Abdul Muis, SH, M.Si, Selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Medan dan Dosen Pembimbing I penulis.
4. Bapak M. Muazzul SH, M.Hum, selaku Dosen Pembimbing II Penulis

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

5. Bapak dan Ibu Dosen serta semua unsure staf administrasi di Fakultas Hukum di Universitas Medan Area.
6. Rekan-rekan se-almamater di Fakultas Hukum khususnya dan umumnya Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini juga penulis mengucapkan rasa terima kasih yang tiada terhingga kepada Ayahanda dan Ibunda, semoga kebersamaan yang kita selamanya. Demikianlah penulis niatkan, semoga tulisan ilmiah penulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua.



Medan, Juni 2010
Penulis

RIO RINALDY
NPM: 06 840 0053

DAFTAR ISI

halaman

ABSTRAKSI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Pengertian dan Penegasan Judul	4
B. Alasan Pemilihan Judul	6
C. Permasalahan	8
D. Hipotesa.....	8
E. Tujuan Penulisan.....	9
F. Alat Pengumpulan Data	10
G. Sistematika Penulisan.....	11
BAB II PENGERTIAN TERHADAP FRANCHISE	
A. Pengertian <i>Franchise</i>	12
B. Istilah-istilah <i>Franchise</i>	16
C. Hak dan kewajiban dalam waralaba.....	17
BAB III TINJAUAN TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE	
A. Tinjauan Terhadap Perjanjian	23
B. Pengertian perjanjian <i>Franchise</i>	32
C. Asas Dalam Perjanjian <i>Franchise</i>	35
D. Ketentuan Hukum Atas Perjanjian <i>Franchise</i>	37
BAB IV PERLINDUNGAN HUKUM FRANCHISE ATAS STANDAR MUTU YANG DIBERIKAN	
A. Bentuk Perjanjian Dalam Usaha <i>Franchise</i>	39
B. Perlindungan Hukum Terhadap Perjanjian <i>Franchise</i> Yang Berkaitan Dengan Mutu Yang Diberikan.....	57

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

	C. Kasus Dan Tanggapan Kasus	64
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
	A. Kesimpulan	69
	B. Saran	70
DAFTAR PUSTAKA		



BAB I

PENDAHULUAN

Perkembangan bidang usaha di Indonesia tidak terlepas dari usaha pemerintah dalam meningkatkan perekonomian rakyat. Salah satu bentuk usaha yang sangat berkembang di saat ini adalah usaha dengan metode *Franchise*, usaha ini lebih di kenal dengan usaha waralaba. Usaha waralaba telah berkembang pesat di Indonesia bukan hanya terhadap produk luar negeri namun usaha dalam negeri juga mulai beranjak naik, seperti usaha tela-tela, joko solo dan lain sebagainya.

Upaya pemulihan ekonomi Indonesia masih belum membuahkan hasil yang memuaskan secara signifikan dari dunia usaha. Sangat berbeda halnya dengan negara berkembang lainnya seperti Cina, Thailand, Malaysia, Singapura dll yang telah mampu keluar dari krisis yang sama, bahkan bertumbuh dengan laju yang pesat. Walaupun ada dirasakan pertumbuhan ekonomi Indonesia hingga sebesar 15 persen pada tahun 2005.¹ Hal itu lebih didorong oleh peningkatan konsumen, bukan sepenuhnya oleh pertumbuhan output dari sektor riil.

Pada jangka panjang, harus diakui bahwa peran usaha kecil dan menengah (UKM) yang jumlahnya sangat dominan dalam struktur perekonomian Indonesia sangat strategis dan seharusnya dijadikan landasan pembangunan ekonomi nasional. Namun fakta menunjukkan perekonomian Nasional lebih dikuasai oleh segelintir penguasa besar yang ternyata sangat labil terhadap guncangan ekonomi global.

¹ www.waralaba.com, Tanggal 2 Januari 2010, Pukul 16.00 Wib.

Pendekatan bisnis melalui sistim waralaba (*franchising*) merupakan salah satu strategi alternatif bagi pemberdayaan UKM untuk mengembangkan ekonomi dan usaha UKM di masa mendatang. UKM harus mampu membesarkan dirinya secara bersinergi dengan pengusaha besar yang lebih kuat dalam hal manajemen, teknologi produk, akses permodalan, maupun standart yang diberikan, Pemasaran dan lain-lain, sekurang-kurangnya pada tahap awal perkembangannya.

Melalui proses kemitraan waralaba yang saling menguntungkan antara UKM (selaku penerima waralaba *franchising*) dengan pemberi waralaba (*franchisor* yang umumnya adalah pengusaha besar, diharapkan dapat membuat UKM menjadi lebih kuat dan mandiri. Mengapa waralaba yang menjadi alternatif pilihan, Karena melalui bisnis waralaba UKM akan mendapatkan transfer manajemen, kepastian pasar, promosi, pasokan bahan baku, pengawasan mutu, pengenalan dan pengetahuan tentang lokasi bisnis, pengembangan kemampuan sumberdaya manusia, dan yang paling terpenting adalah resiko dalam bisnis waralaba sangat kecil.

Usaha waralaba di Indonesia ini sudah mulai berkembang sejak tahun 1985 pada berbagai skala usaha terutama bisnis makanan seperti : Pizza Hut, Kentucky Fried Chicken, Mc Donald, dalam bisnis eceran seperti : Carrefour, Smart, dan lain-lain. Fakta menunjukkan, bahwa waralaba yang lebih berkembang di Indonesia adalah waralaba yang sumber teknologinya datang dari luar negeri sebagai pemilik Hak Kekayaan Intelektual (*Intellectual Property Right*).² Hal tersebut merupakan

akibat salah satunya adanya standart yang diberikan sama dengan produk asalnya yang telah lebih dahulu mempunyai nama di negara asalnya.

Implikasinya, sebagian besar pendapatan yang diperoleh dari bisnis waralaba tersebut mengalir ke kantong pengusaha di luar negeri untuk pembayaran royalti secara terus menerus. Maka dalam rangka memperkuat perekonomian negara perlu dikembangkan bisnis waralaba lokal. Saat ini terdapat 42 perusahaan waralaba lokal jauh lebih sedikit jumlahnya dari waralaba asing yang jumlahnya mencapai 230 perusahaan. Pengembangan waralaba lokal diarahkan dalam rangka memperluas kesempatan berusaha dan kesempatan kerja dimana peran koperasi dan UKM baik sebagai pemberi waralaba maupun penerima waralaba perlu lebih ditingkatkan.³

Usaha-usaha tersebut mendapat juga perhatian dari pemerintah yang bergerak dalam bidang usaha yang mana terdapat peraturan yang mengatur tentang usaha tersebut di Indonesia. Peraturan tersebut di berlakukan di indoneia guna menjamin hak-hak dari pemilik waralaba produk di Indonesia maupun yang dari luar negeri. Hal-hal yang berkaitan dengan hal tersebut berkaitan dengan nama produk hingga mutu yang di berikan oleh pihak pengelola waralaba.

Berkaitan dengan mutu yang diberikan kepada pihak konsumen terhadap produk waralaba memberikan suatu nilai bagi masyarakat yang menjadi konsumen produk tersebut, apabila produk tersebut berhasil maka keuntungan pun akan di peroleh oleh pihak pemegang waralaba, namun apabila mutu yang di berikan buruk maka kerugian yang akan di dapatkan oleh pihak waralaba.

Apabila suatu pihak hendak memakai suatu produk Waralaba maka perlu adanya perjanjian tentang apa-apa yang berkaitan dengan pemenuhan keuntungan tersebut, serta akan ada suatu sanksi apabila terjadi suatu pelanggaran yang merugikan pihak pemegang Waralaba tersebut

Berdasarkan uraian di atas maka dalam kesempatan ini penulis berkeinginan meneliti yang nantinya akan dituangkan dalam bentuk suatu karya tulis ilmiah yang berjudul “Perlindungan Hukum Terhadap perjanjian *Franchise* Atas Standar Mutu Yang Diberikan Ke Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)”.

A. Pengertian dan Penegasan Judul

Sebelum dilakukan pembahasan atas judul yang diajukan perlu kiranya pada bagian diberikan pengertian dan penegasan atas judul yang diajukan. Adapun judul skripsi ini adalah “ Perlindungan Hukum Terhadap perjanjian Franchise Atas Standar Mutu Yang Diberikan Kepada Konsumen (Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan)”.

Adapun pengertian atas judul yang diajukan adalah:

- Perlindungan hukum adalah perlindungan yang diberikan oleh pemerintah sebagai pembuat peraturan perundang-undangan atas suatu perbuatan hukum yang bagi pelanggarnya dapat dikenakan sanksi.

- Perjanjian diatur dalam Pasal 1313 KUHPerdata berbunyi, perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap ssatu orang atau lebih.
- Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, perjanjian *franchise* atau waralaba diartikan sebagai:“perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan penjualan barang dan jasa”.
- Standar Mutu adalah suatu keharusan yang dilakukan sesuai dengan asal yang diberikan.
- Pasal 1 Undang-Undang No. 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen memberikan pengertian konsumen itu ialah setiap orang pemakai barang atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan sendiri, keluarga, orang lain, maupun mahluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.
- Studi Pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan, adalah lokasi dimana penelitian akan dilakukan

Menurut pengertian atas judul yang diajukan di atas maka dapat ditarik penegasan atas judul yang diajukan bahwa pembahasan yang akan dilakukan adalah sekitar perlindungan hukum terhadap perjanjian atas standar mutu yang diberikan oleh pihak *Franchise*.

B. Alasan Pemilihan Judul

Sesuai dengan judul skripsi serta ruang lingkup pembahasannya, yakni hal-hal mengenai perlindungan terhadap standar mutu yang diberikan oleh pihak *franchise*, maka dapat diberikan kerangka pemikiran sebagai berikut:

Sesuai dengan temanya, pada tulisan ini akan dibahas secara mengkhusus salah satu persoalan dalam dunia bisnis yaitu perjanjian akan suatu usaha yang akan dilakukan. Dimana dalam hal ini kaitannya dengan pemberian pelayanan yang akan diberikan kepada konsumen selaku pemakai jasa suatu usaha tersebut, sehingga butuh suatu pelayanan yang baik berbentuk mutu yang diberikan kepada konsumen.

Pada Pasal 1320 KUHPerdata memberikan syarat untuk sahnya suatu perjanjian yang dipakai pula dalam perjanjian *franchise* ini, adapun syarat tersebut adalah sepakat mereka yang mengikatka diri, kecakapan untuk membuat suatu perikaitan, suatu hal tertentu, suatu sebab yang halal.

Waralaba adalah bentuk kerjasama dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan izin atau hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan hak intelektualnya seperti nama, merek dagang, produk /jasa, sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu. Sebagai timbal balik, penerima waralaba (*franchisee*) membayar suatu jumlah teretentu serta mengikuti sistem yang ditetapkan *franchisor*.

Franchising merupakan salah satu bentuk lain dari praktik bisnis yang paling umumnya di bidang restoran cepat saji, hotel, copy center, maupun jenis konsultan

lainnya. *Franchise* adalah pemilik sebuah merek dagang, rahasia dagang, paten, atau

sebuah produk yang memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama *Franchisor*.⁴

Kegiatan *Franchise* yang dilakukan atas pembayaran tertentu berupa lisensi paten, merek dan sebagainya, merupakan bagian ruang lingkup HAKI yang mana apa yang dilindungi dan menjadi ruang lingkup dari *Franchise* adalah hak kekayaan intelektual dari suatu produk. HAKI dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.⁵

Karya-karya tersebut merupakan kebendaan tidak berwujud yang merupakan hasil kemampuan intelektualitas seseorang manusia dalam ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa, dan karyanya, hal ini seperti apa yang di muat atau dibebankan pada usaha waralaba. Karya-karya intelektual tersebut apakah ilmu pengetahuan, seni sastra, atau teknologi dilahirkan dengan pengorbanan tenaga, waktu, dan bahkan biaya. Adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya dihasilkan menjadi memiliki nilai. Apabila ditambah dengan manfaat ekonomi yang dapat dinikmati nilai ekonomi yang melekat menumbuhkan konsepsi properti terhadap karya intelektual tadi.

Dengan uraian di atas maka dapat dibuat alasan pemilihan judul dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bentuk perjanjian dalam usaha *Franchise*.

⁴ Abdul R. Saliman, *Esensi Hukum Bisnis Indonesia*, Prenada Media, Jakarta, 2004, hlm.34.

⁵ Rachmadi usman, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003, hlm.2.

2. Untuk mengetahui perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan.

C. Permasalahan

Permasalahan adalah merupakan tolak ukur dari pelaksanaan penelitian. Dengan adanya rumusan masalah, akan dapat ditelaah secara maksimal ruang lingkup penelitian sehingga tidak mengarah pada pembahasan hal yang di luar permasalahan.

Adapun yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana bentuk perjanjian dalam usaha *Franchise*?
2. Bagaimana perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan?

D. Hipotesa

Hipotesa adalah merupakan jawaban sementara dari penelitian, maka harus diuji kebenarannya dengan jalan penelitian. Hipotesa tidak perlu selalu merupakan jawaban yang dianggap mutlak atau harus dapat dibenarkan oleh penulis, walaupun selalu diharapkan terjadi demikian. Oleh sebab itu bisa saja terjadi dalam pembahasannya nanti apa yang sudah dihipotesakan itu terjadi tidak demikian setelah diadakan penelitian, bahkan mungkin saja ternyata kebalikannya. Oleh sebab itu hipotesa tersebut bisa dikukuhkan dan bisa digugurkan.⁶

Adapun hipotesa yang diberikan atas rumusan masalah diatas adalah:

1. Bentuk perjanjian dalam usaha waralaba, *franchisor* atau pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis secara benar kepada franchisee atau penerima

⁶ Abdul Muis, *Metode Penulisan dan Metode Penelitian Hukum*, Fakultas Hukum USU, Medan, 1990, hlm 3

waralaba, mengenai hal-hal berikut: Identitas pemberi waralaba, hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba, persyaratan yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba, cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perjanjian waralaba.

2. Perlindungan hukum terhadap standarisasi mutu produk waralaba terdapat pada perjanjian usaha waralaba pada Pasal 3 PP No. 42/2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa suatu produk usaha waralaba tersebut harus memiliki standar atas pelayanan dan barang dan atau jasa yang ditawarkan dibuat secara tertulis, dalam hal ini berarti standar yang akan diberikan oleh pihak penerima waralaba harus sesuai dengan standar yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba. Hal ini merupakan suatu karakteristik yang sangat penting dalam suatu bisnis waralaba yaitu pengendalian bahkan penyelenggaraan mutu dari produk dan pelayanan. Mengenai ketentuan hukum apabila terjadi pelanggaran terhadap mutu tersebut maka ketentuan yang telah ditetapkan dalam perjanjian tersebutlah yang menjadi hukum bagi pihak yang bersangkutan.

E. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dan penulisan skripsi yang akan penulis lakukan adalah:

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 12/8/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber

2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)12/8/24

1. Sebagai suatu pemenuhan salah satu syarat untuk mencapai gelar sarjana hukum di Fakultas Hukum Universitas Medan Area.
2. Sebagai suatu bentuk sumbangan pemikiran bagi pelaku usaha dalam mendapatkan perlindungan atas kemajuan usahanya dalam membuat suatu ketentuan dalam memberikan lisensi kepada suatu usaha.

F. Alat Pengumpulan Data

Dalam penulisan karya ilmiah data adalah merupakan dasar utama, karenanya metode penelitian sangat diperlukan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu dalam penyusunan skripsi ini penulis menyusun data dengan menghimpun dari data yang ada relevansinya dengan masalah yang diajukan.

Adapun metode penelitian yang dilakukan adalah:

1. *Library Research* (Penelitian Kepustakaan)

Dalam hal metode pengumpulan data melalui *library research* ini maka penulis melakukannya dari berbagai sumber bacaan yang berhubungan dengan judul pembahasan, baik itu dari literatur-literatur ilmiah, majalah maupun media massa dan perundang-undangan.

2. *Field Research* (Penelitian Lapangan)

Metode pengumpulan data dengan cara penelitian lapangan ini dilakukan penulis dengan mengunjungi langsung objek yang diteliti. Penelitian ini akan dilakukan pada Badan Penyelesaian Sengketa Konsumen Kota Medan.

G. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan skripsi ini, perencanaan penulisan dilakukan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab yang pertama ini akan diuraikan tentang: Pengertian dan Penegasan Judul, Alasan Pemilihan Judul, Permasalahan, Hipotesa, Tujuan Penulisan, Metode Pengumpulan Data Serta Sistematika Penulisan.

BAB II PENGERTIAN TERHADAP FRANCHISE

Dalam bab kedua ini akan diuraikan tentang: Pengertian *Franchise*, istilah-istilah *Franchise*, pihak yang terlibat dalam *Franchise*.

BAB III TINJAUAN TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE

Dalam bab yang ketiga ini akan diuraikan tentang: Tinjauan terhadap perjanjian, pengertian perjanjian *Franchise*, asas dalam perjanjian *Franchise*, serta ketentuan hukum atas perjanjian *Franchise*.

BAB IV PERLINDUNGAN HUKUM FRANCHISE ATAS STANDAR MUTU YANG DIBERIKAN

Dalam bab ini akan diberikan pembahasan tentang: bentuk perjanjian dalam usaha *Franchise* dan perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bagian akhir penulisan skripsi ini akan diberikan kesimpulan dan

BAB II

PENGERTIAN TERHADAP FRANCHISE

A. Pengertian *Franchise*

Secara harfiah, waralaba berarti hak untuk menjalankan usaha atau bisnis yang telah ditentukan, secara historis waralaba di definisikan sebagai penjualan khusus suatu produk di daerah tertentu dimana produsen memberikan latihan kepada perwakilan penjualan dan menyediakan produk informasi dan iklan⁷. Istilah *franchise* mulai lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit mulai memperkenalkan konsep *franchising* sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya.

Franchise berasal dari bahasa Prancis yaitu *Franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak⁸. Pengertian *Franchise* dapat dilihat dari 2 aspek yuridis dan bisnis.⁹ Pengertian *Franchise* dari segi yuridis, dapat dilihat dalam ketentuan perundang-undangan berbagai pendapat, dan pandangan ahli. Pada Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, *Franchise* atau waralaba diartikan sebagai :

⁷ Tim Lindsey, dkk, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar, Alumni*, Bandung, 2006, hlm.339.

⁸ Salim.H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2004, hlm.164.

⁹ *Ibid*

“perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan penjualan barang dan jasa”.

Berdasarkan definisi *Franchise* atau waralaba diatas maka terdapat unsur-unsur yang dapat dirumuskan yaitu :

1. Adanya perikatan
2. Adanya hak pemanfaatan dan atau penggunaan
3. Adanya objek yaitu hak atas kekayaan intelektual atau penemuan baru atau ciri khas baru
4. Adanya imbalan atau jasa
5. Adanya persyaratan dan penjualan barang

Waralaba adalah bentuk kerjasama dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan izin atau hak kepada penerima waralaba (*franchisee*) untuk menggunakan hak intelektualnya seperti nama, merek dagang, produk /jasa, sistem operasi usahanya dalam jangka waktu tertentu. Sebagai timbal balik, penerima waralaba (*franchisee*) membayar suatu jumlah tertentu serta mengikuti sistem yang ditetapkan *franchisor*.

Menurut Amir Karamoy Konsultan Waralaba mendefinisikan :
 “Waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, disebut pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik pewaralaba, disebut terwaralaba. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*fees*) kepada pewaralaba.

Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi/waralaba¹⁰.

Peraturan Menteri Perdagangan (no. 12/2006) mendefinisikan: “waralaba (*Franchise*) adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba”

Adanya unsur-unsur yang terdapat dalam beberapa definisi waralaba merupakan suatu bagian dari sebuah perjanjian yang merupakan suatu ikatan antara pihak. Menurut Bryce Webster mengemukakan pengertian *Franchise* dari aspek yuridis yaitu lisensi yang diberikan *Franchisor* dengan pembayaran tertentu, lisensi yang diberikan itu bisa berupa lisensi paten, merek dagang, merek jasa dan lainnya yang dilakukan untuk tujuan perdagangan.¹¹

Franchising merupakan salah satu bentuk lain dari praktik bisnis yang paling umumnya di bidang restoran cepat saji, hotel, copy center, maupun jenis konsultan lainnya. *Franchise* adalah pemilik sebuah merek dagang, rahasia dagang, paten, atau sebuah produk yang memberikan lisensi kepada pihak lain untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama *Franchisor*¹².

Definisi yang lain terdapat dalam kamus *Black Law Dictionary*. Di dalam kamus tersebut *Franchise* diartikan sebagai lisensi atau izin dari pemilik suatu merek

¹⁰ Amir Karamoy, *definisi waralaba*, www.waralaba.com, tanggal 23 Januari 2010, Pukul, 20.00 WIB.

¹¹ *Ibid.*

¹² Abdul R. Saliman, *Op.Cit.*, hlm.34.

atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa dibawah merek atau nama dagangnya. Jadi dalam hal ini pengertian *Franchise* dalam segi bisnis jika di kaitkan dengan pengertian di atas maka terdapat beberapa unsur dari aspek bisnis yaitu ¹³ :

1. Metode produksi
2. Adanya izin dari pemilik yaitu *Franchisor* kepada *Franchise*
3. Adanya suatu merek atau nama dagang
4. Di bawah merek atau dagang dari *Franchise*

Kegiatan *Franchise* yang dilakukan atas pembayaran tertentu berupa lisensi paten, merek dan sebagainya, merupakan bagian ruang lingkup HAKI yang mana apa yang dilindungi dan menjadi ruang lingkup dari *Franchise* adalah hak kekayaan intelektual dari suatu produk. HAKI dapat diartikan sebagai hak atas kepemilikan terhadap karya-karya yang timbul atau lahir karena adanya kemampuan intelektualitas manusia dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi.¹⁴

Karya-karya tersebut merupakan kebendaan tidak berwujud yang merupakan hasil kemampuan intelektualitas seseorang manusia dalam ilmu pengetahuan dan teknologi melalui daya cipta, rasa, karsa, dan karyanya, hal ini seperti apa yang di muat atau dibebankan pada usaha waralaba. Karya-karya intelektual tersebut apakah ilmu pengetahuan, seni sastra, atau teknologi dilahirkan dengan pengorbanan tenaga, waktu, dan bahkan biaya. Adanya pengorbanan tersebut menjadikan karya dihasilkan

¹³ Salim H.S, *Op. Cit.*, hlm.34.

¹⁴ Rachmadi usman, *Op. Cit.*, hlm.2.

menjadi memiliki nilai. Apabila ditambah dengan manfaat ekonomi yang dapat dinikmati nilai ekonomi yang melekat menumbuhkan konsepsi properti terhadap karya intelektual tadi.

B. Istilah-Istilah *Franchise*

Pada kata waralaba terdapat beberapa istilah yang berkaitan dengan usaha waralaba yaitu ¹⁵ :

1. Pewaralaba / Pemberi Waralaba/ *Franchisor* adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
2. Terwaralaba / Penerima Waralaba / *Franchisee* adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan / atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
3. Penerima Waralaba Utama (*Master Franchisee*) adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba dan berbentuk Perusahaan Nasional
4. Penerima Waralaba Lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau

penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba melalui Penerima Waralaba Utama.

5. Perjanjian Waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama
6. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan
7. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.

C. Hak dan Kewajiban Dalam Waralaba

1. Hak pemberi waralaba¹⁶

Pemberi waralaba memiliki hak untuk :

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba.
- b. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima Waralaba.
- c. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja penerima Waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya.

¹⁶ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm.82-

- d. Sampai batas tertentu mewajibkan penerima Waralaba dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari pemberi Waralaba.
- e. Mewajibkan penerima Waralaba untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.
- f. Mewajibkan agar penerima Waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek Waralaba.
- g. Menerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya.
- h. Meminta dilakukannya pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada penerima Waralaba.
- i. Atas pengakhiran Waralaba, meminta kepada penerima Waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima Waralaba selama masa pelaksanaan Waralaba.

- j. Atas pengakhiran Waralaba, melarang penerima Waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima Waralaba selama masa pelaksanaan Waralaba
- k. Atas pengakhiran Waralaba, melarang penerima Waralaba untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.
- l. Pemberian Waralaba, kecuali bersifat eksklusif, tidak menghapuskan hak pemberi Waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.

2. Kewajiban pemberi waralaba

Pemberi waralaba berkewajiban untuk :

- a. Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek merupakan karakteristik khusus

yang menjadi obyek Waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.

- b. Memberikan bantuan pada penerima Waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba.

3. Hak Penerima Waralaba

Penerima Waralaba berhak untuk :

- a. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan Waralaba yang diberikan tersebut.
- b. Memperoleh bantuan dari pemberi Waralaba atau segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.

4. Kewajiban Penerima Waralaba

Kewajiban penerima Waralaba adalah :

- a. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh pemberi Waralaba kepadanya guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau

cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.

- b. Memberikan keleluasaan bagi pemberi Waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima Waralaba telah melaksanakan Waralaba yang diberikan dengan baik.
- c. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi Waralaba.
- d. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu atau barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan Waralaba dari pemberi Waralaba.
- e. Menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian Waralaba.
- f. Melaporkan segala pelanggaran hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba yang ditemukan dalam praktek.
- g. Tidak memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara

distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan Waralaba yang diberikan.

- h. Melakukan pendaftaran Waralaba.
- i. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.
- j. Melakukan pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama.
- k. Atas pengakhiran Waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya.
- l. Atas pengakhiran Waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh penerima Waralaba selama masa pelaksanaan Waralaba.
- m. Atas pengakhiran Waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan yang sejenis, serupa ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.

BAB III

TINJAUAN TERHADAP PERJANJIAN FRANCHISE

A. Tinjauan Terhadap Perjanjian

Para ahli di bidang kontrak tidak ada kesatuan pandangan tentang pembagian kontrak atau perjanjian. Masing-masing ahli mempunyai pandangan yang berbeda antara satu dengan yang lainnya. Ada ahli yang mengkajinya dari sumber hukumnya, namanya, bentuknya, aspek kewajibannya, maupun aspek larangannya. Berikut ini disajikan bentuk-bentuk kontrak atau perjanjian berdasarkan pembagian di atas sebagai berikut.¹⁷

1. Perjanjian Menurut Sumbernya

Perjanjian berdasarkan sumber hukumnya merupakan penggolongan kontrak yang didasarkan pada tempat kontrak itu ditemukan. Sudikno Mertokusumo menggolongkan perjanjian (kontrak) dari sumber hukumnya menjadi 5 macam yaitu:¹⁸

- a. Perjanjian yang bersumber dari hukum keluarga, seperti halnya perkawinan.
- b. Perjanjian yang bersumber dari kebendaan, yaitu yang berhubungan dengan peralihan hukum benda, misalnya peralihan hak milik.
- c. Perjanjian obligatoir, yaitu perjanjian yang menimbulkan kewajiban.

¹⁷ Ahmadi Miru, *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2008, hlm.52.

¹⁸ *Ibid*, hlm. 54

- d. Perjanjian yang bersumber dari hukum acara, yang disebut dengan *bewijsovereenkomst*.
- e. Perjanjian yang bersumber dari hukum publik yang disebut dengan *publiekrechtelijke overeenkomst*.

2. Perjanjian Menurut Namanya

Penggolongan ini didasarkan pada nama perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1319 KUHPerdara dan Artikel 1355 NBW. Di dalam Pasal 1319 KUHPerdara dan Artikel 1355 NBW hanya disebutkan dua macam kontrak menurut namanya, yaitu kontrak *nominaat* (bernama) dan kontrak *innominaat* (tidak bernama). Kontrak *nominaat* adalah kontrak yang dikenal dalam KUHPerdara. Yang termasuk dalam kontrak *nominaat* adalah jual beli, tukar-menukar, sewa-menyewa, persekutuan perdata, hibah, penitipan barang, pinjam pakai, pinjam-meminjam, pemberian kuasa, penanggungan utang, perdamaian dan lain-lain. Sedangkan kontrak *innominaat* adalah kontrak yang timbul, tumbuh dan berkembang dalam masyarakat. Jenis kontrak ini belum dikenal dalam KUHPerdara. Yang termasuk dalam kontrak *innominaat* adalah *leasing*, beli sewa, *franchise*, kontrak rahim, *joint venture*, kontrak karya, keagenan, *production sharing*, dan lain-lain.¹⁹

3. Perjanjian Menurut Bentuknya

Dalam KUHPerdara tidak disebutkan secara sistematis tentang bentuk kontrak. Namun apabila kita menelaah berbagai ketentuan yang tercantum dalam KUHPerdara maka kontrak menurut bentuknya dapat dibagi menjadi dua macam yaitu kontrak

¹⁹ Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005, hlm.44.

lisan dan tertulis. Kontrak lisan adalah kontrak atau perjanjian yang dibuat oleh para pihak cukup dengan lisan atau kesepakatan saja. Dengan adanya konsensus maka perjanjian itu telah terjadi. Termasuk dalam golongan ini adalah perjanjian konsensual dan riil. Perbedaan ini diilhami dari hukum Romawi dan dilaksanakan secara nyata.

4. Perjanjian Timbal Balik

Penggolongan ini dilihat dari hak dan kewajiban para pihak. Kontrak timbal balik merupakan perjanjian yang dilakukan kedua belah pihak yang menimbulkan hak dan kewajiban-kewajiban pokok seperti pada jual beli dan sewa-menyewa. Perjanjian timbal balik dibagi menjadi dua macam, yaitu timbal balik tidak sempurna dan yang sepihak.²⁰

- a. Perjanjian timbal balik tidak sempurna senantiasa menimbulkan suatu kewajiban pokok bagi satu pihak, sedangkan pihak lainnya wajib melakukan sesuatu. Di sini tampak adanya prestasi yang seimbang satu sama lain. Misalnya, si penerima pesan senantiasa wajib untuk melaksanakan pesan yang dikenakan atas pundak orang memberi pesan. Penerima pesan melaksanakan kewajiban tersebut, apabila si penerima pesan telah mengeluarkan biaya-biaya atau olehnya telah diperjanjikan upah maka pemberi pesan harus menggantikannya.
- b. Perjanjian sepihak merupakan perjanjian yang menimbulkan kewajiban bagi satu pihak saja. Tipe perjanjian ini adalah perjanjian pinjam pengganti. Pentingnya perbedaan di sini adalah dalam rangka pembubaran perjanjian.

²⁰ Ahmadi Minu, *Op Cit*, hlm.18.

5. Perjanjian Cuma-cuma atau dengan Alas Hak yang Membebani

Penggolongan ini didasarkan pada hak kebendaan dan kewajiban yang ditimbulkan dari adanya perjanjian tersebut. Perjanjian menurut sifatnya dibagi menjadi dua macam, yaitu perjanjian kebendaan (*zakelijke overeenkomst*) dan perjanjian obligatoir. Perjanjian kebendaan adalah suatu perjanjian, yang ditimbulkan oleh hak kebendaan, diubah atau dilenyapkan, hal itu untuk memenuhi perikatan.

Di samping itu, dikenal juga jenis perjanjian dari sifatnya, yaitu perjanjian pokok dan perjanjian accessoir. Perjanjian pokok merupakan perjanjian yang utama, yaitu perjanjian pinjam-meminjam uang, baik kepada individu maupun pada lembaga perbankan. Sedangkan perjanjian accessoir merupakan perjanjian tambahan, seperti perjanjian pembebanan hak tanggungan atau fidusia.

6. Perjanjian dari Aspek Larangannya

Penggolongan perjanjian berdasarkan larangannya merupakan penggolongan perjanjian dari aspek tidak diperkenankannya para pihak untuk membuat perjanjian yang bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Karena perjanjian itu mengandung praktik monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.

Pemenuhan atas suatu perjanjian merupakan suatu hal yang sangat penting dalam suatu perjanjian. Apabila seseorang ingkar janji dalam suatu perjanjian maka pihak tersebut harus mendapat sanksi atas wanprestasi yang dilakukan.

Istilah prestasi dalam hukum kontrak adalah pelaksanaan dari isi kontrak yang telah diperjanjikan menurut tata cara yang telah disepakati bersama. Sedangkan pengertian wanprestasi yang kadang-kadang disebut sengan cidera janji adalah kebalikan dari pengertian prestasi. *Default* atau *nonfullfilment*

yang dimaksudkan adalah tidak dilaksanakan suatu prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang telah disepakati bersama.²¹

Konsekwensi yuridis dari tindakan wanprestasi adalah timbulnya hak dari pihak yang dirugikan dalam kontrak untuk menuntut ganti kerugian dari pihak yang telah merugikannya, yaitu dari pihak yang telah melakukan wanprestasi. Wanprestasi tersebut dapat dipilah-pilah menjadi sebagai berikut:

1. Wanprestasi tidak memenuhi prestasi
2. Wanprestasi berupa terlambat memenuhi prestasi
3. Wanprestasi berupa tidak sempurna memenuhi prestasi.²²

Wanprestasi bagi pembeli adalah manakala pembeli tidak melakukan kewajibannya sesuai kontrak antara lain karena tidak melakukan kewajiban utamanya berupa pembayaran harga barang yang telah di belinya itu. Disamping itu wanprestasi dari pihak penjual misalnya sebagai berikut:

1. Tidak menyerahkan barang objek jual beli secara yang diatur dalam kontrak jual beli
2. Pemilikan atau penggunaan barang objek jual beli tidak aman bagi pembeli
3. Ada cacat yang tersembunyi pada benda yang menjadi objek jual beli tersebut.²³

Akibat adanya wanprestasi yang terjadi maka dalam hal ini ganti kerugianlah yang menjadi suatu solusi terhadap perjanjian yang dilanggar tersebut. Praktek ganti rugi akibat adanya wanprestasi dari suatu kontrak dilaksanakan dalam berbagai

²¹ Munir Fuady, *Op.Cit.*, hlm.17.

²² R. Subekti, *Aneka Perjanjian, Citra Aditya Bakti*, Bandung, 1995, hlm.72.

²³ *Ibid*

kemungkinan, dimana yang dimintakan oleh pihak yang dirugikan adalah hal-hal sebagai berikut:²⁴

1. Ganti rugi saja
2. Pelaksanaan kontrak tanpa ganti rugi
3. Pelaksanaan kontrak dengan ganti rugi
4. Pembatalan kontrak tanpa ganti rugi
5. Pembatalan kontrak dengan ganti rugi

Salah satu bentuk ganti rugi dari jual beli adalah apa yang disebut dengan ganti rugi ekspektasi, yakni yang diganti adalah hilangnya keuntungan yang diharapkan dari jual beli tersebut akibat tidak dilakukannya prestasi oleh pihak lain. Terhadap ganti rugi model ekspektasi ini jika yang melakukan wanprestasi adalah pihak penjual akan berbeda dengan jika yang melakukannya adalah pihak pembeli²⁵

Pendapat lain menguraikan bahwa akibat wanprestasi berupa hukuman atau akibat-akibat bagi debitur yang melakukan wanprestasi, dapat di golongan menjadi tiga kategori yaitu:²⁶

1. Membayar ganti kerugian yang diderita debitur

Ganti rugi sering diperinci meliputi tiga unsur yakni:²⁷

- a) Biaya adalah segala pengeluaran atau perongkosan yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh salah satu pihak

²⁴ M.Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung, 1996, hlm 12.

²⁵ *Ibid.*

²⁶ Elsi Kartika, Advendi Simangunsong, *Hukum dalam Ekonomi*, Grasindo, Jakarta, 2008, hlm.33.

²⁷ Munir Fuady, *Op. Cit.*, hlm.23.

- b) Rugi adalah kerugian karena kerusakan barang-barang kepunyaan kreditur yang diakibatkan oleh kelalaian si debitur.
- c) Bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah di bayangkan atau dihitung oleh kreditur.

2. Pembatalan perjanjian atau pemecahan perjanjian

Pembatasan tuntutan ganti rugi telah diatur pada Pasal 1247 dan Pasal 1248 KUH Perdata, pembatalan perjanjian atau pemecahan perjanjian bertujuan membawa kedua belah pihak kembali kepada keadaan sebelum perjanjian diadakan. Kalau satu pihak sudah menerima sesuatu dari pihak yang lain, baik uang maupun barang maka harus dikembalikan sehingga perjanjian itu ditiadakan.

3. Peralihan risiko

peralihan risiko adalah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi suatu peristiwa di luar kesalahan salah satu pihak yang menimpa barang dan menjadi objek perjanjian sesuai dengan Pasal 1237 KUH Perdata. Oleh karena itu, dalam hal adanya perikatan untuk memberikan suatu barang tertentu maka barang itu semenjak perikatan dilahirkan adalah tanggungan si berpiutang.

Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan prestasinya, maka timbullah kerugian bagi pihak lainnya. Kerugian tersebut haruslah diganti oleh pihak yang melakukan wanprestasi sebagai konsekuensi dari tindakannya yang tidak mau

mengikuti kontrak atau perjanjian. Dalam ilmu hukum dikenal model-model ganti rugi yang timbul akibat wanprestasi dari suatu kontrak, yaitu sebagai berikut.²⁸

1. Ganti rugi dalam kontrak

Jenis dan besarnya ganti rugi disebutkan dengan tegas dalam kontrak yang bersangkutan. Jika ini terjadi, maka pada prinsipnya ganti rugi tersebut hanya dapat dimintakan seperti tertulis dalam kontrak tersebut, tidak boleh melebihi atau dikurangi.

2. Ganti rugi eksepsi

Ganti rugi dalam bentuk ini adalah cara menghitung ganti rugi dengan membayangkan seolah-olah kontrak jadi dilaksanakan. Jadi, yang merupakan ganti rugi dalam hal ini pada prinsipnya adalah perbedaan antara nilai seandainya kontrak tersebut dilaksanakan secara penuh dengan nilai yang terjadi karena adanya wanprestasi

3. Pergantian biaya

Pergantian biaya atau yang disebut dengan ganti rugi merupakan bentuk ganti rugi dimana ganti rugi dibayar sejumlah biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh pihak yang dirugikan dalam hubungan dengan kontrak tersebut. Biasanya biaya yang dikeluarkan tersebut ditunjukkan dengan adanya kuitansi-kuitansi, sehingga ganti rugi ini dapat disebut dengan ganti rugi kuitansi.

²⁸ Munir Fuady, *Op Cit.*, hlm.21.
UNIVERSITAS MEDAN AREA

4. Restitusi

Restitusi adalah suatu nilai tambah atau menfaat yang telah diterima oleh pihak yang melakukan wanprestasi, dimana nilai tambah tersebut terjadi akibat pelaksanaan prestasi dari pihak lainnya. Maka nilai tambah tersebut harus dikembalikan kepada pihak yang telah dirugikan karenanya. Jika nilai tambah ini tidak dikembalikan, maka pihak yang melakukan wanprestasi dalam ilmu hukum sebagai telah memperkaya diri tanpa hak.

5. *Quantum meruit*

hal ini mirip dengan ganti rugi dalam bentuk restitusi, bedanya adalah jika dalam ganti rugi dalam bentuk restitusi yang dikembalikan adalah manfaat atau barang tertentu, maka dalam *quantum meruit* manfaat atau barang tersebut sudah tidak dapat lagi dikembalikan, misalnya manfaat atau barang tersebut sudah dialihkan ke pihak lain, atau sudah dipakai. Maka dengan model ganti rugi ini yang dikembalikan adalah nilai wajar dari hasil kontrak tersebut.

6. Pelaksanaan kontrak

Dalam hal-hal tertentu justru yang paling adil jika oleh pihak yang dirugikan karena pihak lain telah melakukan wanprestasi dapat meminta agar kontrak tersebut dilaksanakan secara utuh, dengan atau tanpa ganti rugi dalam bentuk lainnya. Dalam hal ini pihak yang melakukan wanprestasi oleh hukum dipaksakan untuk tetap melakukan prestasinya.

B. Pengertian Perjanjian *Franchise*

Menurut Pasal 1320 KUH Perdata kontrak adalah sah apabila memenuhi syarat-syarat sebagai berikut :²⁹

1. Syarat subjektif, syarat ini apabila dilanggar maka kontrak dapat di batalkan meliputi :
 - a. Kecakapan untuk membuat kontrak, bahwa para pihak harus cakap menurut hukum yaitu dewasa dan tidak di bawah pengampuan
 - b. Kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya
2. Syarat objektif, syarat ini apabila dilanggar maka kontraknya batal demi hukum, meliputi :
 - a. Suatu (objek) tertentu
 - b. Suatu sebab yang halal

Dilihat dari syarat-syarat sah perjanjian maka dapat dibedakan bagian dari suatu perjanjian yaitu sebagai berikut :³⁰

1. Bagian inti merupakan bagian yang sifatnya harus ada dalam perjanjian. Sifat ini menentukan atau menyebabkan perjanjian itu terjadi.
2. Bagian bukan inti, terdiri dari *naturalia* dan *aksidentalialia*, *naturalia* merupakan sifat yang dibawa oleh perjanjian, sehingga secara diam-diam melekat pada perjanjian seperti menjamin tidak ada cacat dalam benda yang akan di jual.

²⁹ Celina Tri Siwi Kristiyanti, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta, 2008, hlm.33.

³⁰ Esi Kartika, *On Cit*, hlm.28.

Sedangkan aksidentialia merupakan sifat yang melekat pada perjanjian yaitu hal yang secara tegas diperjanjikan oleh para pihak.

Akibat dari terjadinya perjanjian, undang-undang menentukan bahwa perjanjian yang sah berkekuatan sebagai undang-undang. Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.

Kontrak atau *contracts* dalam bahasa Inggris dalam pengertian yang lebih luas bahwa kontrak adalah peristiwa dimana dua orang atau lebih saling berjanji untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu perbuatan tertentu³¹. Para pihak yang bersepakat mengenai hal-hal yang diperjanjikan berkewajiban untuk menaati dan melaksanakannya, sehingga perjanjian tersebut dengan demikian kontrak dapat menimbulkan kewajiban bagi para pihak yang membuat kontrak tersebut, karena kontrak yang mereka buat adalah sumber hukum formal.

Kerja sama bisnis secara kontraktual merupakan suatu bentuk kerja sama berlandaskan atas kontrak-kontrak yang di buat dan di tandatangani oleh kedua pihak yang bekerjasama. Dalam praktek nasional maupun internasional, kontrak yang melandasi kerja sama untuk perluasan bisnis sangat banyak macamnya. Diantaranya yang paling sering digunakan adalah kontrak-kontrak sebagai berikut³² :

³¹ Abdul .R. Saliman, *Op.Cit*, hlm.12.

³² Munir Fuady, *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Jakarta, 2001, hlm.172

1. Kontrak lisensi

Lisensi merupakan suatu proses dimana pemilik dari suatu hak milik intelektual yaitu *licensor*, memberikan keizinan kepada pihak lain yaitu lisensi untuk memakai hak milik intelektual dimaksud dengan imbalan pembayaran royalti kepada *Licensor*.

2. Kontrak *Franchise*

Pengembangan usaha bisnis khususnya menyangkut denagan perluasan areal usaha, penyebaran produk, maupun marketing dapat juga di wujudkan lewat pemberlakuan kontrak *Franchise*

3. Kontrak distribusi

Kontrak distribusi merupakan suatu hubungan antara distributor dengan prinsipal yang merupakan *arrangement* yang bersifat komersial, dengan mana distributor bertanggung jawab untuk menjual produk dari perusahaan lain dalam suatu teritori tertentu mengambil laba pada penjualan kembali terhadap pihak ketiga, menanggung sendiri semua resiko dari keberadaan produk yang bersangkutan dalam kekuasaannya, dan menjualnya kepada pihak ketiga. Dalam ini, kontrak jual beli dengan pihak ketiga distributor dengan pihak ketiga.

4. Kontrak agency

Hubungan bisnis dengan menggunakan kontrak *agency* antara agen dengan prinsipal terjadi dengan mana agen menawarkan produk milik prinsipal kepada para pembeli menawarkan sampel-sampel produk dan mencari pembeli potensial

5. Kontrak lainnya

Banyak juga terjadi bahwa perluasan suatu usaha dilakukan dengan berbagai macam kontrak kerja sama lainnya.

Pada suatu hal tertentu suatu perjanjian kontrak juga dapat berakhir, yang mana kontrak dapat berakhir apabila :

1. Pembayaran
2. Penawaran pembayaran tunai di ikuti oleh penyimpan produk yang hendak di bayarkan itu di suatu tempat
3. Pembaruan utang
4. Kompensasi
5. Pencampuran utang pembebasan utang
6. Hapusnya produk yang dimaksudkan dalam kontrak
7. Pembatalan kontrak
8. Akibat berlakunya suatu syarat pembatalan
9. Lewat waktu

C. Asas Dalam Perjanjian *Franchise*

Menurut Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata menyatakan bahwa semua perjanjian yang di buat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang

membuatnya. Dalam hal ini terkandung azas-azas dalam hubungan berkontrak tersebut yaitu³³

1. azas konsensualisme yaitu perjanjian itu telah terjadi jika telah ada konsensus antara pihak-pihak yang mengadakan kontrak. Azas konsensualisme ini dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUH Perdata, dalam pasal ini ditentukan bawa salah satu syarat perjanjian yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak. Azas konsensualisme merupakan azas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua pihak. Kesepakatan merupakan persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua pihak.
2. Azas kebebasan berkontrak artinya seseorang bebas untuk mengadakan perjanjian, bebas mengenai apa yang di perjanjikan, bebas pula menentukan bentuk kontraknya.
3. Azas *pacta sunt servanda*, artinya kontrak itu merupakan undang-undang bagi yang membuatnya, azas ini juga disebut dengan azas kepastian hukum. Azas ini berhubungan dengan akibat perjanjian. Azas ini adalah azas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang di buat oleh para pihak, sebagaimana layaknya undang-undang. Mereka tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang di buat oleh para pihak.
4. Azas itikad baik yaitu dapat di simpulkan dari Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata yang berbunyi “ perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Azas itikad

³³ Abdul R. Saliman, *Op. Cit.* hlm.13.

baik merupakan azas bahwa para pihak yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh dan kemauan dari para pihak. Azas itikad baik dibagi atas dua macam yaitu itikad baik nisbi dan itikad baik mutlak.³⁴ Pada itikad baik nisbi, orang yang memperhatikan sikap dan tingkah laku yang nyata dari subjek. Pada itikad baik mutlak, penilaiannya terletak pada akal sehat dan keadilan, dibuat ukuran yang objektif untuk menilai keadaan menurut norma-norma yang objektif.

5. Azas kepribadian merupakan azas yang menentukan bahwa seseorang yang melakukan dan atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 1315 dan 1340 KUH Perdata. Pasal 1315 KUH Perdata tersebut berbunyi “ pada umumnya seseorang tak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri. Inti dari ketentuan ini bahwa seseorang yang mengadakan perjanjian hanya untuk kepentingan dirinya sendiri.

D. Ketentuan Hukum Atas Perjanjian *Franchise*.

Perjanjian waralaba merupakan kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor bagi para franchisee-nya. Didalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor*, misalnya hak teritorial yang dimiliki franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh

³⁴ Salim H.S., *Op. Cit.*, hlm. 11

franchisee kepada franchisor, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara franchisee dengan *franchisor*.

Pada suatu perjanjian tidak terlepas dari suatu hal yang mungkin terjadi suatu wanprestasi atau tidak dilakukannya suatu hal yang berdasar perjanjian yang telah disepakati. Wanprestasi timbul apabila salah satu pihak tidak melakukan apa yang diperjanjikan atau ia alpa atau ingkar janji. Adapun bentuk dari wanprestasi dapat berupa empat macam yaitu ³⁵:

- a. Tidak melakukan apa yang di sanggupi atau dilakukannya
- b. Melaksanakan apa yang di perjanjikannya, tetapi tidak sebagaimana di janjikan
- c. Melakukan apa yang di sanggupi akan di lakukannya
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh di lakukannya

Apabila wanprestasi itu benar-benar menimbulkan kerugian kepada kreditur dalam hal ini wajib mengganti kerugian yang timbul akan tetapi harus ada hubungan sebab akibat antara wanprestasi dengan kerugian ³⁶

³⁵ Elsi Kartika, Advendi Simangunsong, *Op. Cit.*, Hal.29.

³⁶ M. Yahya Harahan, *Op. Cit.*, Hal.65.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Bentuk perjanjian dalam usaha *franchise* adalah bahwa *franchisor* atau pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis secara benar kepada *franchisee* atau penerima waralaba, mengenai hal-hal berikut:
 - a. Identitas pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama-lamanya 2 (dua) tahun terakhir.
 - b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba.
 - c. Persyaratan yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba.
 - d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
 - e. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.
 - f. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perjanjian waralaba
 - g. Hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba (Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba).

2. Perlindungan hukum terhadap perjanjian *franchise* yang berkaitan dengan mutu yang diberikan adalah bahwa pihak yang melakukan wanprestasi terhadap perjanjian yang telah dilakukan biasanya dapat dikenakan sanksi berupa ganti rugi, pembatalan kontrak, peralihan resiko, maupun membayar biaya perkara. Maka seperti perjanjian yang termuat di dalam perjanjian yaitu standar yang diberikan oleh pihak penerima waralaba kepada konsumen jika tidak sesuai dengan standart yang di perjanjikan maka pihak pemberi waralaba atau *franchisor* dapat memutuskan hubungan perjanjian dan meminta ganti rugi ataupun sanksi yang lain karena *franchisee* dianggap wanprestasi atas perjanjian usaha tersebut.

B. Saran

1. Agar pemerintah pada khususnya memberikan atau membuat suatu Undang-undang khusus yang menjamin produk usaha waralaba dalam berbagai hal yang terkait dalam PP No. 42 Tahun 2007 yang didalamnya terdapat standar dan perjanjian dari usaha waralaba.
2. Agar pemerintah dalam melaksanakan peraturan lebih tegas bagi pelanggar peraturan perundang-undangan khususnya tentang waralaba agar usaha waralaba di Indonesia tidak hanya dikuasai oleh usaha waralaba luar negeri tetapi juga usaha waralaba lokal.

DAFTAR PUSTAKA

Buku-Buku

- Ahmadi Miru, 2008 *Hukum Kontrak Perancangan Kontrak*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Abdul Muis, 1990, *Metode Penulisan dan Metode Penelitian Hukum*, Fakultas Hukum USU, Medan.
- Abdul R. Saliman, 2004, *Esensi Hukum Bisnis Indonesia*, Prenada Media, Jakarta.
- Celina Tri Siwi Kristiyanti, 2008, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Elsi Kartika, Advendi Simangunsong, 2005, *Hukum dalam Ekonomi*, Grasindo, Jakarta
- Erman Rajagukguk Dkk, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Mandar Maju, Bandung
- Gunawan Widjaja, 2002, *Lisensi atau Waralaba*, Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Munir Fuady, 2001, *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Jakarta.
- _____, 2005, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- M.Yahya Harahap, 1986, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung.
- Rachmadi usman, 2003, *Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual*, Alumni, Bandung.
- R. Subekti, 1995, *Aneka Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Salim. H.S, 2004, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Sidarta, 2000, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Grasindo, Jakarta.
- Suharnoko, 2004, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, Prenada Media, Jakarta

UNIVERSITAS MEDAN AREA

Tim Lindsey, dkk, 2006, *Hak Kekayaan Intelektual Suatu Pengantar*, Alumni, Bandung.

Internet

No Name, www.waralaba.com, Tanggal 2 Januari 2010, Pukul 16.00 Wib

Amir Karamoy, *definisi waralaba*, www.Waralaba.Com, Tanggal 23 Januari 2010, Pukul, 20.00 WIB.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-undang No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba

