

**ANALISIS PELAKSANAAN USAHA WARALABA MINUMAN CHESEE
TEA DI KOTA PEKANBARU DI TINJAU DARI PERATURAN MENTERI
PERDAGANGAN NOMOR 71 TAHUN 2019 TENTANG
PENYELENGGARA WARALABA**

Oleh: Rokhimatul Isnaini

Program Kekhususan : Hukum Perdata Bisnis

Pembimbing I: Maria Maya Lestari.,SH.,MSc.,MH

Pembimbing II: Dasrol, SH.,MH

Alamat: Jl. Teropong Perum Surya Mandiri Teropong Blok D107 Pekanbaru

Email / Telepon : rokhimatul.isnaini3301@student.unri.ac.id/0822-3948-0821

ABSTRACT

In Indonesia, the legal rules regarding Franchise are not yet complete. We can observe this indicator from the legal provisions governing franchise business, which so far have only been regulated in one (1) Government Regulation and one (1) Ministerial Regulation, as mentioned above. The regulation through law has not been touched by the government. Ignorance of business actors to the laws and regulations is the responsibility of the government on this issue.

This type of research can be classified in the type of sociological law research (empirical), because in this study the author directly conducts research on the location or place studied. This research was conducted in the city of Pekanbaru. While the population and sample are the cheese tea franchise business group and the Head of the Pekanbaru City Industry and Trade Office. Sources of data used are primary data, and secondary data. Data collection techniques in this study were interviews, and literature review.

The conclusions that can be obtained from the results of the study are: First, the legal awareness of franchise business actors in the implementation of a local cheese tea drink franchise business in the city of Pekanbaru in terms of the Minister of Trade Regulation Number 71 of 2019 concerning Franchise Operators is still very low. This can be seen from the Regulation of the Minister of Trade Number 71 of 2019 concerning the Implementation of Franchising as a new legal basis in regulating franchise businesses in Indonesia in Article 2 paragraph (2) has determined that Franchising must meet several criteria. the criteria in Article 2 paragraph (2) of the Regulation of the Minister of Trade Number 71 of 2019 concerning Franchise Operators. Second, good faith in carrying out the obligations of the agreement by the franchisee but not being carried out in accordance with the agreement and Regulation of the Minister of Trade Number 71 of 2019 concerning Franchise Organizers, which has a detrimental effect on the franchisee and consumers.

Keywords: Implementation, Franchise, Cheese Tea Drink

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dunia usaha selalu bergerak dinamis dan para pelaku usaha selalu mencari terobosan - terobosan baru dalam mengembangkan usahanya. Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku usaha adalah pengembangan usaha di Indonesia dikenal dengan waralaba. Sistem ini bagi sebagian pelaku usaha yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam perkembangan suatu usaha karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak lain.

Franchise (waralaba) merupakan salah satu pola bisnis yang di sebutkan dalam pasal 26 huruf c Undang – Undang No 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, yang sangat digemari oleh para pelaku usaha, karena dengan pola bisnis waralaba ini pelaku usaha tidak perlu lagi memperkenalkan/mempromosikan bisnis yang dijalkannya.¹

Tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.² Pengaturan bisnis waralaba di Indonesia saat ini makin disempurnakan dengan diterbitkannya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba yang merupakan pengganti dari Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-

DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Perjanjian yang dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba harus didaftarkan.

Ini sangat bertolak belakang dengan yang terjadi dilapangan dimana tidak adanya pemahaman dari pihak *franchisor* dan pihak *franchisee* sudah paham atau mengerti hak dan kewajiban yang harus di penuhi dalam menjalankan kerjasama usaha warlaba.³

Wanprestasi dapat terjadi jika salah satu pihak tidak melakukan kewajiban sebagaimana tertera dalam perjanjian *franchise*. Adanya kemungkinan terjadinya wanprestasi dalam perjanjian *franchise* ini dan bertujuan agar meminimalisir terjadinya wanprestasi dan menciptakan suatu keadilan dan kesejahteraan bagi masyarakat melalui pemahaman yang lebih dengan suatu referensi penelitian dan penulisan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis mengambil judul “**Analisis Pelaksanaan Usaha Waralaba Minuman Cheese Tea Di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti merumuskan inti pokok permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Waralaba dalam Pelaksanaan Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba ?

¹ Zaeni syhadie, S.H., M. Hum, *Hukum Bisnis*, PT. RajaGafindo Persada, Jakarta, 2011, hlm. 159

² Widjaja Gunawan, *Waralaba*, PT RajaGafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 1

³ Maureen Brookres and Angela Roper, *International Master Franchise Agreements: An Investigation Of Control From Operational, Relational And Evolutionary Perspectives*, 2011, hlm. 5.

2. Bagaimana Pelaksanaan Perjanjian Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* Di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba ?

C. Tujuan Penelitian dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian.

- a. Untuk Mengetahui Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* dalam Pelaksanaan Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* Produk Lokal di Kota Pekanbaru Yang Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba.
- b. Untuk Mengetahui Pelaksanaan Perjanjian Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba

2. Kegunaan Penelitian

Selanjutnya penelitian ini sangat diharapkan akan dapat bermanfaat dan bernilai guna antara lain:

- a. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S-1) Ilmu Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Riau.
- b. Yaitu diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan dan wawasan dalam pelaksanaan usaha waralaba.

D. Kerangka Teori

1. Teori Kesadaran Hukum

Para ahli telah mendefinisikan kesadaran hukum. Sudikno Mertokusumo berpendapat bahwa kesadaran hukum berarti tentang apa yang seyogyanya kita lakukan atau perbuat atau yang seyogyanya tidak kita lakukan atau perbuat terutama terhadap orang lain. Ini berarti kesadaran akan kewajiban hukum kita masing-masing

terhadap orang lain.⁴ Soerjono Soekanto berpendapat bahwa kesadaran hukum sebenarnya merupakan kesadaran atau nilai-nilai yang terdapat di dalam diri manusia tentang hukum yang ada atau tentang hukum yang diharapkan ada. Sebenarnya yang ditekankan adalah nilai yang ditekankan adalah nilai-nilai tentang fungsi hukum dan bukan suatu penilaian hukum terhadap kejadian-kejadian yang konkrit dalam masyarakat yang bersangkutan.⁵ Semakin tinggi kesadaran hukum masyarakat maka akan tercipta budaya hukum yang baik dan dapat merubah pola pikir masyarakat mengenai hukum selama ini. Secara sederhana, tingkat kepatuhan masyarakat terhadap hukum merupakan salah satu indikator berfungsinya hukum.⁶

2. Teori Tanggung Jawab

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, yang dimaksud dengan tanggung jawab adalah: “Keadaan wajib menanggung segala sesuatunya (kalau terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan, diperkarakan, dan sebagainya).” Ada dua istilah yang menunjukkan pada pertanggungjawaban dalam kamus hukum, yaitu *liability* dan *responsibility*. *Liability* merupakan istilah hukum yang luas menunjuk hampir semua karakter resiko atau tanggung jawab yang pasti, bergantung atau yang mungkin meliputi semua karakter hak dan kewajiban secara actual dan potensial seperti kerugian, ancaman, kejahatan, biaya atau kondisi yang menciptakan tugas untuk melaksanakan undang-undang. *Responsibility* berarti dapat

⁴ Sudikno Mertokusumo, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, 1981, hlm. 2.

⁵ Soerjono Soekanto, *Kesadaran Hukum dan Kepatuhan Hukum*, Rajawali, Jakarta, 1982, hlm. 152.

⁶ Lawrence Meir Friedman dan Stewart Macaulay, *Law and the Behavioral Sciences*, Bobbs-Merrill, Indianapolis, 1977, hlm. 731.

dipertanggungjawabkan atas suatu kewajiban dan termasuk putusan, keterampilan, kemampuan dan kecakapan meliputi juga kewajiban bertanggung jawab atas undang-undang yang dilaksanakan. Istilah *liability* menunjuk pada pertanggungjawaban hukum, yaitu tanggung jawab gugat akibat kesalahan yang dilakukan oleh subyek hukum, sedangkan istilah *responsibility* menunjuk pada pertanggung jawaban politik.⁷

Menurut Hans Kelsen dalam teorinya tentang tanggungjawab hukum menyatakan bahwa: “seseorang bertanggungjawab secara hukum atas suatu perbuatan tertentu atau memikul tanggungjawab hukum, subyek berarti bahwa seseorang bertanggungjawab atas suatu sanksi perbuatan yang bertentangan”.⁸

E. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual berisikan batasan pengertian dan/atau defenisi istilah-istilah pokok yang terdapat dalam judul dan ruang lingkup peneliti :

1. Perjanjian adalah secara umum dapat dilihat dalam Pasal 1313 ayat (1) KUHPerdara yang menyebutkan bahwa perjanjian adalah sesuatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.⁹
2. Waralaba menurut amir karamoy adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang terkenal dan sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran, yang telah mantap, yang disebut Pewaralaba, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan

⁷ Ridwan H.R, *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta: 2006, hlm. 335-337

⁸ Hans Kelsen, *General Theory Of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-dasar Ilmu Hukum Normatif sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik* (Terjemahan Somari), BEE Media Indonesia, Jakarta, 2007, hlm 1.

⁹ R.Soeroso, *Perjanjian di bawah tangan*, Jakarta, Sinar Grafika, 2010, hlm.3.

merek dan sistem bisnis milik pewaralaba, yang disebut terwaralaba.¹⁰

3. Pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.¹¹
4. Penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki Pemberi waralaba.¹²
5. Kesadaran Hukum adalah tentang apa yang seyogyanya kita lakukan atau perbuat atau yang seyogyanya tidak kita lakukan atau perbuat terutama terhadap orang lain. Ini berarti kesadaran akan kewajiban hukum kita masing-masing terhadap orang lain.¹³

F. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini termasuk Penelitian Sosiologis, menurut Bambang Waluyo, Penelitian Hukum Sosiologis adalah suatu penelitian terhadap efektifitas hukum yang sedang berlaku.¹⁴

Jenis penelitian yang peneliti gunakan yaitu penelitian lapangan (*field research*), yaitu suatu penelitian yang meneliti objek dilapangan untuk mendapatkan data dan gambaran yang jelas dan konkrit tentang hal-hal yang berhubungan dengan permasalahan yang diteliti. Teknik dari penelitian ini adalah melihat fenomena didalam

¹⁰ Iswi hariyani, *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, Penerbit Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2011, hlm. 39

¹¹ Pasal 1 angka 3 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba.

¹² *Ibid*, Pasal 1 angka 4

¹³ Sudikno Mertokusumo, *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta, 1981, hlm. 2.

¹⁴ Suprpto, *Metode Penelitian Hukum dan Statistik*, PT Rineka Cipta, Jakarta, 2003, hlm. 14

masyarakat terhadap bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif yaitu bertujuan menggambarkan secara tepat sifat-sifat suatu individu, keadaan, gejala atau kelompok tertentu, atau untuk menentukan penjabaran suatu gejala dengan gejala lain dalam masyarakat.¹⁵

3. Lokasi Penelitian

Dalam pelaksanaan kegiatan penelitian penulis mengambil lokasi di Kota Pekanbaru.

4. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah sekumpulan objek yang hendak diteliti berdasarkan lokasi penelitian yang telah ditentukan sebelumnya.¹⁶

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dianggap mewakili populasinya.¹⁷ Dalam pengambilan sampel, penulis menggunakan teknik pengambilan sampel secara *purposive (purposive sampel)* yaitu sampel yang dipilih berdasarkan pertimbangan/penelitian subyektif dari peneliti, jadi dalam hal ini peneliti menentukan sendiri responden mana yang dianggap dapat mewakili populasi.¹⁸

5. Analisis Data

Analisis data sebagai tindak lanjut proses pengolahan data merupakan kerja seorang peneliti yang memerlukan ketelitian, dan pencurahan daya pikir secara optimal. Pada tahap analisis data secara nyata kemampuan metodologis peneliti diuji. Dengan membaca data

¹⁵ Amiruddin dan Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta, 2010, hlm.25.

¹⁶ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hlm. 44

¹⁷ Burhan Ashshofa, *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke-6, Rineka Cipta, Jakarta, 2010, hlm. 79

¹⁸ *Ibid*, hlm. 91

yang telah terkumpul dan melalui proses pengolahan data akhirnya peneliti menentukan analisis yang bagaimana yang diterapkan.¹⁹

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang Waralaba

1. Pengertian Waralaba

Waralaba yang dulu dikenal dengan istilah *franchise* sekarang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang dilanjutkan lagi dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Menurut kedua peraturan diatas, yang dimaksud dengan waralaba adalah 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 imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang atau jasa. Dari pengertian diatas, ada beberapa unsur yang terkandung dalam pengertian waralaba, yaitu sebagai berikut:²⁰

a. Waralaba adalah suatu perikatan, yaitu perikatan yang lahir karena perjanjian antara dua pihak. Pihak pertama disebut dengan pemberi waralaba dan pihak kedua disebut dengan penerima waralaba. Sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba harus memberikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar, sekurang-kurangnya mengenai (Pasal 2 PP Nomor 16 Tahun 1997) hal-hal sebagai berikut:

1) Nama pihak pemberi waralaba berikut keterangan mengenai

¹⁹ Bambang Waluyo, *Op.cit*, hlm. 77

²⁰ Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2005), h.139-140

kegiatan bisnis/usaha yang diwaralabakan. Pemberi waralaba ini dapat perorangan dan dapat juga berupa badan usaha. Oleh karena itu, dalam hal ini harus diterangkan nama/identitas pemberi waralaba, pengalaman mengenai keberhasilan dan kegagalan selama menjalankan bisnis/usaha yang akan diwaralabakan, keterangan mengenai penerima waralaba yang pernah dan masih dalam perikatan, dan kondisi keuangannya.

- 2) Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang akan diwaralabakan.
 - 3) Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerimaan waralaba, antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran dan pengawasan mutu.
 - 4) Bantuan dan fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
 - 5) Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
 - 6) Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian waralaba serta hal-hal yang dianggap perlu untuk diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.
- b. Waralaba adalah hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. Hak atas kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan hak paten. Dan yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

c. Waralaba dengan imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan jasa.

2. Jenis-Jenis Waralaba

Dalam bentuknya sebagai jenis, waralaba memiliki 2 jenis kegiatan:

1. Waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana. Dalam waralaba produk dan merek dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba. Pemberian izin penggunaan merek dagang milik pemberi waralaba. Pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan tersebut.
2. Waralaba format bisnis, Selanjutnya Martin Madelsohn menyatakan bahwa waralaba format bisnis ini terdiri atas:²¹
 - 1) Konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba.
 - 2) Adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep pemberi waralaba.
 - 3) Proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus dari pihak pemberi waralaba.

3. Peraturan Waralaba di Indonesia

Peraturan tentang waralaba ini mencakup beberapa Undang-Undang yaitu Undang-Undang Tentang Penyelenggara Waralaba, Undang-Undang Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Undang-Undang Penanaman Modal, Undang-Undang Merek dan Paten, dimana dalam peraturan tentang waralaba juga dapat ditinjau dari Hukum Hak Atas

²¹ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, (Jakarta: Rajawali Press, 2004), hal. 43

Kekayaan Intelektual. Beberapa bagian dari waralaba yang mempunyai hubungan yang jelas, ada dalam peraturan Hukum Hak Atas Kekayaan Intelektual tersebut. Sehingga dapat dikatakan Hak Atas Kekayaan Intelektual merupakan bagian dari waralaba maupun sebaliknya

B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian

1. Pengertian Perjanjian

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, perjanjian adalah “persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing bersepakat akan mentaati apa yang tersebut dalam persetujuan itu.”²² Ketentuan mengenai perjanjian pada umumnya, diatur dalam buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang Perikatan, pada Bab II mengenai perikatan-perikatan yang dilahirkan dari kontrak atau perjanjian. Digunakan kata “atau” di antara “kontrak” dengan “perjanjian” menurut Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, adalah sama penyebutannya secara berturut-turut seperti di atas memang sengaja untuk menunjukkan dan menganggap kedua istilah tersebut adalah sama.

Pengertian perjanjian secara umum dapat dilihat dalam Pasal 1313 ayat (1) KUHPdata yang menyebutkan bahwa perjanjian adalah sesuatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.²³ Dari Pasal 1313 ayat (1) KUH Perdata, dapat diketahui bahwa suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang atau lebih saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.²⁴

2. Unsur-Unsur Perjanjian

Dari beberapa rumusan pengertian perjanjian disimpulkan maka dalam perjanjian terdapat beberapa unsur yang terdiri dari :

a. Adanya pihak-pihak

Di dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, dimana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitur) dan pihak lainnya adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditor). Masing-masing pihak tersebut dapat terdiri dari satu orang atau lebih orang, bahkan dengan berkembangnya ilmu hukum, pihak tersebut juga dapat terdiri dari satu atau lebih badan hukum.²⁵

b. Adanya persetujuan antara pihak-pihak

Para pihak sebelum membuat perjanjian atau dalam membuat suatu perjanjian haruslah diberikan keduanya, hal ini bisa disebut dengan asas konsensualitas dalam suatu perjanjian. Konsensus harus ada tanpa disertai paksaan tipuan dan keraguan.

c. Adanya tujuan yang akan dicapai

suatu perjanjian harus mempunyai satu atau beberapa tujuan yang hendak dicapai, dan dengan perjanjian itulah tujuan tersebut ingin dicapai atau dengan sarana perjanjian tersebut suatu tujuan ingin mereka capai. baik yang dilakukan sendiri, maupun oleh pihak lain, yang dalam hal ini mereka selaku subyek dalam perjanjian tersebut. Tujuan yang ingin dicapai dimaksudkan di sini sebagai kepentingan para pihak yang akan diwujudkan melalui perjanjian.²⁶

²² Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Ikhtisar Indonesi Edisi Ketiga*, Balai Pustaka, Jakarta, 2005, hlm.458.

²³ R.Soeroso, *Perjanjian di bawah tangan*, Jakarta, Sinar Grafika, 2010, hlm.3.

²⁴ R.Soeroso, *Ibid*, hlm.4.

²⁵ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan yang lahir dari perjanjian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm.92.

²⁶ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Sumur Bandung, Jakarta, 1979, hlm.84.

3. Asas-Asas Hukum Perjanjian

Asas-asas hukum merupakan dasar dari suatu aturan hukum dan kumpulan aturan hukum, bahkan menjadi dasar dari keseluruhan peraturan perundang-undangan. Asas hukum perjanjian merupakan latar belakang dari peraturan hukum konkrit serta berguna sebagai pedoman atau petunjuk dalam penyelenggaraan dan pelaksanaan suatu perjanjian.

Dalam hukum perjanjian yang diatur oleh buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dapat dijumpai asas-asas penting, antara lain:

a. Asas kebebasan berkontrak (*contracteer vrijheid*)

Menurut asas ini orang bebas membuat, menentukan isi perjanjian, berlakunya dan syarat-syarat perjanjian dengan bentuk tertentu atau tidak, bebas memilih undang-undang mana yang akan dipakainya untuk perjanjian. Artinya asas kebebasan berkontrak berarti bahwa setiap orang dapat menciptakan perjanjian-perjanjian baru yang tidak dikenal dalam perjanjian bernama dan yang isinya menyimpang dari perjanjian bernama yang diatur oleh undang-undang.²⁷

b. Asas konsensualisme (persesuaian kehendak)

Asas konsensualisme ini terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa salah satu syarat untuk sahnya perjanjian adalah adanya kesepakatan para pihak mengikatkan dirinya.²⁸ Pada asas konsensualisme ini diatur dalam Pasal 1320 butir (1) KUH Perdata yang berarti bahwa pada dasarnya perjanjian itu timbul atau sudah dianggap lahir sejak detik

tercapainya konsensus atau kesepakatan.²⁹

Dengan kata lain perjanjian itu sudah sah dan mempunyai akibat hukum sejak saat tercapai kata sepakat antara para pihak, mengenai pokok perjanjian. Dari asas ini dapat disimpulkan bahwa perjanjian yang dibuat itu dapat secara lisan maupun secara tulisan berupa akta jika dikehendaki sebagai alat bukti.³⁰ Hal ini berarti bahwa dengan tercapainya kesepakatan oleh para pihak melahirkan hak dan kewajiban bagi mereka atau biasa juga disebut bahwa kontrak tersebut sudah bersifat obligatoir, yakni melahirkan kewajiban bagi para pihak untuk memenuhi kontrak tersebut.

c. Asas kekuatan mengikat (Asas *Pacta Sun Servanda*)

Asas kekuatan mengikat yang dikenal juga dengan "*Pacta Sun Servanda*" yang berarti janji yang mengikat. Dimana pihak yang satu tidak dapat melepaskan diri secara sepihak dari pihak lain. Asas ini merupakan asas yang berhubungan dengan mengikatnya suatu perjanjian. Perjanjian yang dibuat secara sah, yaitu perjanjian yang memenuhi syarat-syarat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, sehingga mempunyai kekuatan mengikat dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

4. Syarat-syarat sahnya Perjanjian

Keabsahan perjanjian merupakan hal yang esensial dalam hukum perjanjian, oleh karena itu keabsahan perjanjian sangat menentukan pelaksanaan isi perjanjian yang ditutup. Perjanjian yang sah tidak boleh diubah atau dibatalkan secara sepihak. Kesepakatan yang tertuang dalam suatu

²⁷ J. Satrio, *Hukum Perikatan, Perikatan pada umumnya*, Alumni, Bandung, 1999, hlm. 36

²⁸ Sudikno Mertokusumo, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Liberty, Yogyakarta, 1988, hlm.97.

²⁹ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermedia, Jakarta, 2001, hlm.15.

³⁰ AbdulKadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1982, hlm 85.

perjanjian karenanya menjadi aturan yang dominan bagi pihak yang menutup perjanjian.³¹ Berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 1320 KUHPerdara. Untuk sahny suatu perjanjian empat syarat yaitu :³²

- a) Sepakat mereka yang mengikat dirinya;
- b) Cakap untuk membuat suatu perjanjian;
- c) Mengenai suatu hal tertentu;
- d) Suatu sebab yang halal.

Kalau kita perhatikan dua syarat yang pertama, kedua syarat tersebut adalah syarat yang menyangkut subjeknya, sedangkan dua syarat yang terakhir adalah mengenai objeknya.

5. Berakhirnya Perjanjian

Suatu perjanjian dalam pelaksanaannya ada kemungkinan tidak sesuai dengan yang diperjanjikan atau mungkin tidak dapat dilaksanakan karena adanya hambatan-hambatan dalam pelaksanaannya. Hambatan-hambatan tersebut dapat terjadi berupa wanprestasi dan keadaan memaksa.³³ Suatu perjanjian dikatakan berakhir apabila segala sesuatu yang menjadi isi perjanjian telah dilaksanakan. Semua kesepakatan diantara para pihak menjadi berakhir setelah apa yang menjadi tujuan diadakannya perjanjian tercapai oleh para pihak. Berakhirnya perjanjian harus dibedakan dengan berakhirnya perikatan, karena perjanjian baru berakhir apabila seluruh perikatan yang timbul karenanya telah terlaksana.³⁴

³¹ Yahman, *Karakteristik Wanprestasi dan Tindak Pidana Penipuan Yang Lahir Dari Hubungan Kontraktual*, PT. Prestasi Pustakarya, Jakarta, 2011, hlm.51.

³² Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 2005, hlm.17.

³³ J. Satrio, *Hukum Perikatan-Perikatan Pada Umumnya*, Penerbit Alumni, Bandung, 1999, hlm. 83.

³⁴ Suharnoko, *Hukum Perjanjian, Teori dan Analisa Kasus*, Kencana, Jakarta, 2004, hlm.30.

C. Tinjauan Umum Tentang Kesadaran Hukum

1. Pengertian Kesadaran Hukum

Hukum adalah segala peraturan yang di dalamnya berisi peraturan-peraturan yang wajib ditaati oleh semua orang dan terdapat sanksi yang tegas di dalamnya bagi yang melanggar. Kesadaran hukum menurut Wignjoesobroto ialah kesediaan masyarakat dalam berperilaku sesuai dengan aturan hukum yang telah ditetapkan. Dalam kesadaran hukum memiliki dua dimensi, yaitu kognitif dan afektif. Kognitif merupakan pengetahuan tentang hukum yang mengatur perilaku tertentu baik dilarang maupun diperintahkan sesuai dengan hukum yang telah ditentukan. Sedangkan afektif merupakan suatu bentuk keinsyafan yang mengakui bahwa hukum memang harus dipatuhi.³⁵

Menurut Abdurrahman kesadaran hukum ialah suatu kesadaran akan nilai-nilai hukum yang terdapat dalam kehidupan manusia untuk patuh dan taat pada hukum yang berlaku. Sedangkan menurut Soerjono Soekanto, kesadaran hukum merupakan kepatuhan terhadap hukum dari persoalan yang secara luas, diantaranya masalah pengetahuan, pengakuan, serta penghargaan terhadap hukum. Kesadaran hukum berpusat pada adanya pengetahuan hukum, dari adanya pengetahuan hukum tersebut akan tumbuh suatu pengakuan dan penghargaan terhadap aturan-aturan hukum, selanjutnya akan timbul suatu kepatuhan hukum.

Dari penjelasan di atas, hubungan antara ketaatan dan kesadaran hukum tidak dapat dipisahkan karena keduanya memiliki hubungan yang sangat erat. seseorang akan secara suka rela patuh

³⁵ Iwan Zainul Fuad, *"Kesadaran Hukum Pengusaha Kecil Di Bidang Pangan Dalam Kemasan Di Kota Semarang Terhadap Regulasi Sertifikasi Produk Halal"* (Tesis, Universitas Diponegoro, Semarang 2010), hlm. 47.

kepada hukum jika ia menyadari akan pentingnya hukum. Karena seseorang tidak mungkin dapat patuh kepada hukum, jika ia tidak memahami dan menyadari akan pentingnya hukum. Selain itu, kesanggupan untuk dapat memahami hukum harus diikuti oleh kemampuan untuk menilai hukum itu sendiri, terlepas dari adil atau tidaknya hukum tersebut.³⁶

2. Faktor-Faktor Kesadaran Hukum

Adapun menurut Soerjono Soekano terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran hukum antara lain :³⁷

- a. Pengetahuan tentang ketentuan hukum
Sering kali terjadi dalam suatu golongan masyarakat akan kurangnya dalam memahami tentang ketentuan-ketentuan hukum yang dikhususkan bagi mereka. Sementara, ketentuan-ketentuan yang telah sah akan dengan sendirinya tersebar secara luas dan diketahui umum.
- b. Pengakuan terhadap ketentuan hukum
Pengakuan masyarakat terhadap ketentuan-ketentuan hukum berarti bahwa masyarakat telah mengetahui isi dan tujuan dari norma-norma hukum tertentu yang berlaku. Namun belum menjadi jaminan bahwa masyarakat yang mengakui ketentuan-ketentuan hukum akan dengan sendirinya mematuhi, meskipun ada kalanya masyarakat yang mengakui ketentuan hukum cenderung mematuhi.
- c. Penghargaan terhadap ketentuan hukum
Penghargaan terhadap ketentuan hukum merupakan reaksi yang ditampakkan oleh masyarakat mengenai sejauh manakah mereka dalam menerima suatu ketentuan

hukum tertentu. Menentang atau mungkin mematuhi hukum, karena kepentingan mereka terjamin pemenuhannya.

BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Kesadaran Hukum Para Pelaku Usaha Waralaba dalam Pelaksanaan Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* Produk Lokal di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba

Bisnis waralaba adalah tren bisnis masa depan dengan resiko kegagalan yang kecil dimana pertumbuhannya sangat pesat dan memberi warna tersendiri dalam perekonomian Indonesia. Popularitas bisnis waralaba sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi barang dan jasa memang semakin meningkat. Sebagai salah satu system pemasaran yang efektif keberadaan waralaba dianggap mampu menjangkau pangsa pasar suatu jenis produk ke seluruh Indonesia. Besarnya peluang bisnis waralaba di Indonesia menjadikan waralaba baik asing maupun lokal bermunculan dan mengalami peningkatan yang sangat luar biasa. Untuk seorang pemula dalam dunia bisnis, bentuk waralaba ini merupakan alternatif untuk memulai sebuah bisnis.³⁸

Eksistensi bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya telah dapat diakui sebab dalam bisnis waralaba terdapat kedua aspek tersebut, yaitu aspek perjanjian/kontrak dan aspek lisensi, walaupun dalam prakteknya perjanjian waralaba yang telah berjalan selama ini selalu dibuat dalam bentuk perjanjian kontrak baku, artinya segala persyaratan dan isi perjanjian telah ditentukan sepenuhnya oleh pemberi waralaba.

Bisnis waralaba ini dipakai sebagai alternatif berwirausaha tanpa batas ke seluruh bagian dunia, yang berarti pula

³⁶ Ibid., hlm. 42.

³⁷ Ibid., hlm. 14.

³⁸ Arifa'i, *op. cit*, hlm. 56

seorang pemberi waralaba (*franchisor*) harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara di mana waralaba akan dikembangkan agar nantinya penerima waralaba tidak beralih wujud dari mitra usaha menjadi kompetitor. Pada sisi lain seorang atau suatu pihak penerima waralaba yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha pemberi waralaba menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang benar-benar teruji dan memang merupakan suatu produk yang disukai masyarakat serta akan dapat memberikan suatu manfaat (finansial) baginya. Ini berarti waralaba sesungguhnya juga memiliki satu aspek yang penting baik itu bagi pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum.

Waralaba digambarkan sebagai perpaduan bisnis “besar” dan “kecil” yaitu perpaduan antara energi dan komitmen individual dengan sumber daya dan kekuatan sebuah perusahaan besar. Waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh franchisor. Franchisee menggunakan nama, goodwill, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan franchisor. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar *initial fee* dan royalti (biaya pelayanan manajemen) pada perusahaan franchisor seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.³⁹

Adapun korelasi antara kesadaran hukum dan kepatuhan hukum dinyatakan oleh Satjipto Rahardjo sebagai berikut:⁴⁰

³⁹ S. Muharam, *Apa itu Bisnis Waralaba*, SMfr@nchise, January, 2003

⁴⁰ Satjipto Rahardjo. *Ilmu Hukum*. PT. Citra Aditya Bakti. Edisi Revisi, Bandung, 1991, hlm. 510

- a. *Legal consciousness as within the law* kesadaran hukum sebagai ketaatan hukum berada dalam hukum, sesuai dengan aturan hukum yang disadari atau dipahami.
- b. *Legal consciousness as againts the law* kesadaran hukum dalam wujud menentnang hukum atau melanggar hukum.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah adanya perkembangan yang cukup pesat mengenai *franchise* atau waralaba yang berkembang di Indonesia. Namun regulasi yang berkaitan dengan *franchise* atau waralaba adanya kesadaran pemahaman secara menyeluruh. Karena pada praktiknya aturan yang telah dibuat sendiri oleh pihak-pihak yang melakukan perjanjian dengan sistem *franchise*, banyak pihak didalamnya yang belum mengerti secara detail mengenai peraturan waralaba itu sendiri, begitu pula dengan faktor yang menghambat atau menyulitkan yang disebabkan oleh peraturan yang sebenarnya dibuat untuk melindungi masyarakat dan hal tersebut ternyata menjadikan perjanjian ini berpotensi terjadinya wanprestasi yang cukup besar meskipun telah jelas disebutkan pada aturan perundang-undangan yang berlaku di dalam masyarakat.

B. Pelaksanaan Perjanjian Usaha Waralaba Minuman *Cheese Tea* di Kota Pekanbaru Di Tinjau Dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Peyelenggara Waralaba

Waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh penerima waralaba. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian

waralaba. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa perjanjian waralaba adalah suatu bentuk persetujuan tentang hubungan hukum antara subyek hukum yang satu dengan subyek hukum yang lain untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba dimana subyek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga subyek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakati.

Dengan adanya perjanjian akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi masing-masing pihak yang membuat perjanjian. Para pihak akan terikat untuk mematuhi isi dari pada perjanjian yang telah dibuat. Dalam dunia bisnis, perjanjian sangat penting sebagai pegangan, pedoman, alat bukti bagi para pihak. Dengan adanya perjanjian yang baik diharapkan dapat mencegah terjadinya perselisihan dikemudian hari, karena semuanya telah diatur dengan jelas. Tolak ukur pelaksanaan suatu perjanjian dapat dilihat sejauh mana para pihak melaksanakan hak dan kewajibannya dengan baik.⁴¹

Di dalam perjanjian waralaba memuat ketentuan hak dan kewajiban masing-masing pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee* mengenai ketentuan teritorial, biaya-biaya, pembelian bahan baku, pemasaran, serta bagaimana perjanjian tersebut berakhir.

Itikad baik dari setiap pihak dalam melaksanakan kewajibannya sangat dibutuhkan untuk mencapai tujuan bersama dalam melakukan kesepakatan. dari hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada pihak *franchisee* ditemukan fakta bahwa pihak *franchisee*

tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan yang disepakati dalam perjanjian.

Berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku sebagaimana yang tertuang dalam Pasal 1320 KUHPerduta. Untuk sahnya suatu perjanjian empat syarat yaitu :⁴²

- a) Sepakat mereka yang mengikat dirinya;
- b) Cakap untuk membuat suatu perjanjian;
- c) Mengenai suatu hal tertentu;
- d) Suatu sebab yang halal.

Dinyatakan dalam syarat sah perjanjian yang pertama yaitu sepakat mereka yang mengikat dirinya artinya kedua belah pihak setuju untuk membuat, melaksanakan, dan menjaga perjanjian tersebut agar terjadinya kerjasama bisnis yang baik. Artinya lembaran perjanjian tersebut harus dimiliki masing-masing kedua belah pihak agar menjadi bukti serta kepastian dan perlindungan hukum bagi pihak *franchisee*.

Perjanjian yang dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* seharusnya sesuai dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba harus didaftarkan.

Pendaftaran Propektus Waralaba ini termuat dalam pasal 10 sampai pasal 13 yang didaftarkan melalui Lembaga OSS (*Online Single Submission*) yaitu Lembaga Perizinan yang untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, atau Bupati/Wali Kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu.

Fenomena yang terjadi di masyarakat dimana ketidaktahuan dan kurangnya pemahaman akan perjanjian dalam kerjasama bisnis akan berdampak pada pelaksanaan perjanjian tersebut. Karena ini sangat merugikan pihak *franchisee* apabila dikemudian hari adanya wanprestasi, keputusan sepihak, ketidaktahuan hal-hal mengenai isi perjanjian yang akhirnya

⁴¹ Niru Anita Sinaga, Implementasi Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Hukum Perjanjian, Jurnal Ilmiah Hukum Dirgantara-Fakultas Hukum Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma, Vol. 10, No 1, hlm. 3.

⁴² Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermedia, Jakarta, 2005, hlm.17.

pihak *franchisor* melaksanakan sepihak perjanjian tersebut.

BAB IV PENUTUP

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah penulis lakukan, maka dapat ditarik kesimpulan dan saran sebagai berikut:

A. Kesimpulan

1. Kesadaran hukum para pelaku usaha waralaba dalam pelaksanaan usaha waralaba minuman *cheese tea* produk lokal di kota pekanbaru di tinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba masih sangat rendah. Hal ini dapat dilihat dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba sebagai dasar hukum yang baru dalam mengatur bisnis waralaba di Indonesia dalam Pasal 2 ayat (2) telah menentukan bahwa Waralaba harus memenuhi beberapa kriteria kriteria. Namun pada pelaksanaannya bahwa tidak terpenuhi sebagaimana kriteri dalam Pasal 2 ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba. Serta pelaksanaan perjanjian waralaba yang tidak sesuai dengan syarat sah perjanjian sesuai dengan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang berlaku.
2. Pelaksanaan Kewajiban dalam perjanjian dari itikad baik *franchisee* yang tidak dilaksanakan oleh *franchisee* sesuai dalam perjanjian dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba. Dengan tidak memegang lembaran perjanjian sebagai bukti kesepakatan kedua belah pihak dan tidak melaksanakan kewajiban pasal 2 dalam perjanjian yang berdampak pada kerugian pihak *franchisee* dan konsumen.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Seharusnya peningkatan kesadaran hukum para pelaku usaha waralaba minuman *cheese tea* di kota pekanbaru di tinjau dari Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba yang harus dilakukan. Hal ini dapat memberikan manfaat kepada masyarakat kota Pekanbaru dan pemerintah kota Pekanbaru terkait dengan pengembangan minuman *cheese tea* dari aspek ekonomi dan pemajuan wirausaha.
2. Pelaksanaan kewajiban dalam perjanjian waralaba seharusnya adalah itikad baik dari pihak *franchisee* untuk dapat melaksanakan kewajibannya sebagai salah satu pihak dalam perjanjian karna perikatan tersebut timbul dari pada perjanjian tersebut. serta memiliki lembaran dari perjanjian tersebut dimana dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggara Waralaba harus didaftarkan. Pendaftaran Propektus Waralaba ini termuat dalam pasal 10 sampai pasal 13 yang didaftarkan melalui Lembaga OSS (*Online Single Submission*) yaitu Lembaga Perizinan yang untuk dan atas nama Menteri, Pimpinan Lembaga, Gubernur, atau Bupati/Wali Kota kepada Pelaku Usaha melalui sistem elektronik yang terintegrasi yaitu Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu. *franchisor* meningkatkan pengawasan melaksanakan perjanjian waralaba. Serta pengawasan terhadap bahan baku dan Sanksi yang tegas juga dapat dilakukan untuk meningkatkan kesadaran *franchisee* dalam melaksanakan perjanjian dan menurunkan resiko.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Ahmadi, Miru dan Sakka Pati, 2013. *Hukum Perikatan*, PT. RajaGafindo Persada.

- Amiruddin dan Zainal Asikin, 2010. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, Rajawali Pers, Jakarta.
- Bachtiar, Maryati, 2011, *Hukum Perikatan*, Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, Pekanbaru.
- Bambang, Waluyo, 2002. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta.
- Burhan, Ashshofa, 2010. *Metode Penelitian Hukum*, Cetakan ke-6, Rineka Cipta, Jakarta.
- Friedman, Lawrence Meir dan Stewart Macaulay, 1977. *Law and the Behavioral Sciences*, Bobbs-Merrill, Indianapolis.
- Fuady, Munir, 2007, *Sosiologi Hukum Kontemporer Interaksi Hukum, Kekuasaan, dan Masyarakat*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Fuady, Munir, 2011, *Hukum Perjanjian, Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis (Cet.2)*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- H.R, Ridwan, 2006. *Hukum Administrasi Negara*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Harahap, M. Yahya, 1986, *Segi-Segi Hukum perjanjian*, Alumni, Bandung.
- Hernoko, Agus Yudha, 2010 *Hukum Perjanjian (Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersil)*, Kencana, Jakarta.
- HS, Salim, 2010, *Perkembangan Teori Dalam Ilmu Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Iswi, Hariyani, 2011. *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, Penerbit Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- Kelsen, Hans, 2007. *General Theory Of Law and State, Teori Umum Hukum dan Negara, Dasar-dasar Ilmu Hukum Normatif sebagai Ilmu Hukum Deskriptif Empirik (Terjemahan Somari)*, BEE Media Indonesia, Jakarta.
- M, Syamsudin, 2007. *Operasionalisasi Penelitian Hukum*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Mertokusumo, Sudikno, 1981. *Meningkatkan Kesadaran Hukum Masyarakat*, Cetakan Pertama, Edisi Pertama, Liberty, Yogyakarta.
- Mariam Darus Badruzaman, dkk, 2001, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Jakarta.
- Meliala, A. Qiram Syamsudin, 1985. *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*, Liberty, Yogyakarta.
- Mertokusumo, Sudikno, 1998, *Mengenal Hukum (Suatu Pengantar)*, Liberty, Yogyakarta.
- Muhammad, Abdulkadir, 1991, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja, 2003, *Perikatan yang lahir dari perjanjian*, Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Patrik, Purwahid, 1986, *Asas Itikat Baik dan Kepatuhan Dalam Perjanjian*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Patrik, Purwahid, 1994, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung.
- Prodjodikoro, Wirjono, 1979, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Sumur Bandung, Jakarta.

B. Jurnal

- A&C – R. de Dir. Administrativo & Constitucional, *Gustav Radbruch's supposed turn against positivism: a matter of balancing*, Belo Horizonte, ano 18, n. 73, p. 57-73, jul./set. 2018. DOI: 10.21056/aec.v18i73.1010.
- Alireza Azadi Kalkoshk and Mohsen Hossein Abadi, *Franchise Contract in International Business Law*, Revista de Direito da Cidade, vol. 11, n° 2. ISSN 2317-7721, 2019.

- Akhiruddin, Ismansyah, Aria Zurnetti, "Legal Certainty in the Settlement of Embezzlement in the Family with the Restorative Justice Method", *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding (IJMMU), Faculty of Law, University of Andalas, Padang*, ISSN 2364-5369 Vol. 7, No. 5, June 2020.
- Alon, Ilan; Ni, Liqiang; and Wang, Youcheng, "Examining the Determinants of Hotel Chain Expansion through International Franchising" (2012). *Faculty Publications*. 94.
- Brian Bix, *Radbruch's Formula and Conceptual Analysis, Scholarship Repository, University of Minnesota Law School*, 56 AM. J. JURIS. 45 2011.
- C.G. Bateman, *There Ought to be a Law: Gustav Radbruch, Lon L. Fuller, and H.L.A. Harton the Choice Between Natural Law and Legal Positivism*, *The journal jurisprudence*, 2019.
- Dwi atmoko, *Pelaksanaan Perjanjian Serta Perlindungan Hukum Praktek Bisnis Waralaba Di Indonesia*, *Jurnal Krtha Bhayangkara*, Volume 13 Nomor 1, Juni 2019, hlm 44.
- Christie Pertiwi Mopeng, *asas kebebasan berkontrak terhadap perjanjian franchise di Indonesia*, *lex Administratum*, Vol. II, No. 3, juli-oktober 2014.
- Ellya Rosana, *Kepatuhan Hukum Sebagai Wujud Kesadaran Hukum Masyarakat*, *Jurnal TAPIs*, Vol.10, No.1.
- Guest, A.G., Konrad Zweight & Hein Kotz, dalam Ridwan Khairandy, 2003, *Iktikad Baik dalam Kebebasan Berkontrak*, FH UI: Pascasarjana.
- Heather Leawoods, *Gustav Radbruch: An Extraordinary Legal Philosopher*, 2 WASH. U. J. L. & POL'Y 489, January 2000.
- Isman, *Legal Reasoning Comperative Model Of Asy Syatibi and Gustav Radbruch*, NURANI, VOL. 20, NO. 1, JUNI 2020: 48 – 56.
- Lathifah Hanif, "Perlindungan Hukum Haki", *Jurnal Hukum*, Vol XXVI, No. 2, Agustus 2011.
- Maureen Brookres and Angela Roper, *International master franchise agreements: An investigation of control from operational, relational and evolutionary perspectives*, 2011.
- Tami Rusli, "Analisis Terhadap Perjanjian Waralaba (franchise) Usaha Toko Alfamart", *Keadilan Progresif*, Volume 6, 1 Maret 2015.
- Widodo Dwi Putro, Oki Hajiansyah Wahab, *Disputes between Law and Justice, Journal of Law, Policy and Globalization*, Vol.18, 2013

C. Peraturan Perundang-undangan

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008
Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan
Menengah
Peraturan Menteri Perdagangan Republik
Indonesia Nomor 71 Tahun 2019
Tentang Penyelenggara Waralaba.

D. Website

- <http://www.riaumagz.com/2018/03/sejarah-kota-pekanbaru-riau.html> diakses, tanggal, 11 April 2019.
- <http://www.wisatapekanbaru.com/sejarah-kota-pekanbaru> diakses, tanggal, 11 April 2019.
- <https://www.riau.go.id/home/content/4/kota-pekanbaru> diakses, tanggal, 11 April 2019.
- https://id.wikipedia.org/wiki/Kota_Pekanbaru diakses, tanggal, 11 April 2019.
- <http://pekanbaru.go.id/p/hal/wilayah-geografis> diakses, tanggal, 11 April 2019.
- <http://pekanbaru.go.id/p/hal/wilayah-geografis> diakses, tanggal, 16 April 2019.