

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi kebutuhan akan bahan pokok maupun gaya hidup makin meningkat seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang makin berkembang. Ekonomi sebagai roda penggerak suatu negara perlu dibatasi dan diawasi oleh sejumlah regulasi yang ketat dan mengikat.¹

Salah satu roda penggerak paling menguntungkan dan memiliki cashflow yang cepat adalah sebuah bisnis. Bisnis merupakan kegiatan ekonomi yang dilakukan perorangan maupun badan hukum untuk mendapatkan profit sebanyak banyaknya dengan cara menjual barang maupun jasa². Untuk mengekspansi sebuah bisnis diperlukan cara cara maupun strategi untuk mencapai profit maupun target yang ditetapkan, dimana banyak di masa sekarang para pelaku usaha dengan cara menjual saham ataupun memperbolehkan orang lain menggunakan nama yang sama dengan bisnis mereka. Aktivitas tersebut disebut dengan waralaba (*franchise*).³

Perkembangan bisnis waralaba di Indonesia menunjukkan tren yang sangat positif dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI), pada tahun 2023 tercatat lebih dari 2.000 merek waralaba yang beroperasi di Indonesia, dimana 65% diantaranya merupakan waralaba lokal. Pertumbuhan ini menunjukkan peningkatan yang signifikan dibandingkan tahun 2019 yang hanya mencapai 1.500 merek. Nilai investasi di sektor waralaba juga mengalami

¹ M. Rafly et al., "Analysis of the Effects of Globalization and Climate Change on a Sustainable Economy," *Publiciana* 16, no. 1 (2023): 25–32.

² Eko Purwanto, *PENGANTAR BISNIS Era Revolusi Industri 4.0*, 2020.

³ Sri Hudiarni, Galuh Kartiko, and Hudriyah Mundzir, "Waralaba Model Bisnis Baru Yang Berkelanjutan Ditinjau Dari Aspek Hukum," *Jurnal Panorama Hukum* 3, no. 1 (2018): 59–72, <https://doi.org/10.21067/jph.v3i1.2432>.

kenaikan substansial, mencapai lebih dari Rp 172 triliun pada tahun 2023, dengan kontribusi waralaba lokal mencapai 40% dari total nilai tersebut.



Gambar 1.1 Sumber: Data Industri Research

Di tengah pesatnya pertumbuhan waralaba lokal, sektor food and beverage (F&B) khususnya bisnis minuman kekinian menjadi salah satu pemain utama yang mendominasi pasar. Fenomena ini dapat dilihat dari menjamurnya gerai minuman bubble tea, kopi, dan berbagai varian minuman modern lainnya di berbagai sudut kota. Data dari Data Industri mencatat bahwa sepanjang tahun 2010-2023, Tren pertumbuhan menunjukkan peningkatan yang konsisten pada PDB sektor makanan dan minuman dari tahun 2010 hingga 2023, meskipun mengalami fluktuasi dalam tingkat pertumbuhannya. Terlihat ada penurunan signifikan pada tahun 2020, yang sangat mungkin dipengaruhi oleh pandemi COVID-19. Namun, sektor ini menunjukkan daya resiliensi yang kuat dengan pemulihan yang cepat pada tahun-tahun berikutnya, ditandai dengan tren pertumbuhan positif dari 2021 hingga 2023.

Kesuksesan bisnis minuman kekinian ini tidak lepas dari sistem waralaba yang memudahkan para pengusaha untuk mengembangkan bisnisnya secara cepat dan terstruktur. Tercatat rata-rata pertumbuhan gerai baru untuk setiap brand minuman kekinian mencapai 20-30 gerai per tahun. Beberapa merek lokal bahkan berhasil mengembangkan lebih dari 1.000 gerai dalam kurun waktu 3-5 tahun sejak pertama

kali didirikan. Hal ini menunjukkan bahwa sistem waralaba terbukti efektif dalam mendorong ekspansi bisnis sekaligus membuka peluang usaha bagi masyarakat yang ingin terjun ke dunia bisnis dengan risiko yang lebih terukur.⁴

Dibalik kesuksesan pertumbuhan bisnis waralaba dan f&b tersebut Pemerintah Indonesia mengatur bisnis waralaba dalam Permendag No.7 Tahun 2019 Peraturan tersebut memuat ketentuan untuk menjalankan *franchise* serta menjamin hak dan kewajiban para pihak yang melakukan aktivitas usaha tersebut.

Menurut Permendag No. 7 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba pada Pasal 1 Butir 1 Mendefinisikan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan kriteria yang telah ditetapkan dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian Waralaba.

Dimana para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan *franchise* wajib mematuhi ketentuan dalam peraturan perundang undangan maupun peraturan yang ada di Indonesia. Salah satunya ialah diatur dalam PP No.35 Tahun 2024 Tentang Waralaba mengenai ketentuan pemberi waralaba dan kriterianya yang tercantum dalam Pasal 4 Ayat (2) Suatu waralaba harus memiliki sistem bisnis yang telah terbukti berhasil dan memberikan keuntungan bagi pelaku usahanya. Selain itu, bisnis tersebut juga harus memiliki kekayaan intelektual yang telah tercatat atau terdaftar secara resmi. Hal yang tak kalah penting adalah adanya dukungan yang berkesinambungan dari Pemberi Waralaba dan/atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba dan/atau Penerima Waralaba Lanjutan untuk memastikan keberlangsungan usaha tersebut.

Untuk mencapai kesepakatan antara para pihak diperlukan sebuah perjanjian untuk mengikatnya agar hak dan kewajiban para pihak dapat terpenuhi dan terlaksana dengan

⁴ Adelina Murti Syafiina, *Waralaba Franchise Di Indonesia* Jurnal Ekonomi Pembangunan 1, no. 2 (2024).

baik. Dalam KUHPdata pada Pasal 1313 mendefinisikan perjanjian adalah “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

KUHPdata mengatur mengenai syarat sah perjanjian dalam Pasal 1320 yang menyatakan:

- 1) Kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri
- 2) Kecakapan para pihak yang membuat perjanjian
- 3) Suatu hal tertentu yang menjadi pokok perjanjian
- 4) Suatu sebab yang halal, tidak dilarang oleh undang-undang, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum .

Dalam Pasal tersebut tidak menyebutkan bahwa ketentuan perjanjian harus tertulis ataupun tidak yang mana ketentuannya tidak melanggar keempat syarat sah perjanjian tersebut. Namun perjanjian yang dibuat secara tertulis memiliki pembuktian yang cukup kuat jika di lain hari terjadi sengketa maupun hal yang tidak dipenuhi oleh salah satu pihak.

PP No.35 Tahun 2024 Mengatur mengenai tata cara melaksanakan perjanjian waralaba dalam Pasal 6 yang memuat:

- (1) Kegiatan Waralaba didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang dibuat antara:
 - a. Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba; atau
 - b. Pemberi Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan, yang mempunyai kedudukan hukum setara dan berlaku hukum Indonesia.
- (2) Perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit materi atau klausul:
 - a. nama dan alamat Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;
 - b. kekayaan intelektual masih dalam masa perlindungan;
 - c. kegiatan usaha;
 - d. sistem bisnis;

e. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;

f. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan oleh Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;

g. wilayah usaha;

h. jaminan dari Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan untuk mendapatkan kompensasi dan/atau pemberian hak atas Waralaba dalam hal Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan menghentikan kegiatan usahanya; i. jangka waktu Perjanjian Waralaba;

j. tata cara pembayaran imbalan;

k. kepemilikan dan peralihan kepemilikan Waralaba;

l. penyelesaian sengketa; m. tata cara perpanjangan dan pengakhiran Perjanjian Waralaba;

n. jaminan dari Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan untuk tetap menjalankan kewajibannya kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan; dan jumlah gerai/tempat usaha yang akan dikelola oleh Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan.

(3) Selain materi atau klausul sebagaimana dimaksud pada ayat (2), Perjanjian Waralaba dapat memuat materi atau klausul pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan.”

Merujuk pada peraturan pemerintah tersebut tidak disebutkan secara rinci mengenai ketentuan perjanjian yang harus dibuat dalam tulisan ataupun tidak. Pasal tersebut hanya memuat ketentuan isi dari perjanjian waralaba. Berdasarkan peraturan tersebut maka jika pemberi ataupun penerima waralaba hendak melaksanakan perjanjian secara lisan maka hukum nya dapat tetap sah. Namun jika mengacu kepada Permendag No 71 Tahun 2019 Pada Pasal 6 ayat 4 menjelaskan lebih rinci mengenai ketentuan membuat perjanjian waralaba sebagai berikut:

Perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus ditulis menggunakan Bahasa Indonesia.:

Seiring berkembangnya cara mendvelop sebuah bisnis agar lebih cepat maju banyak brand minuman kemasan menggunakan sistem waralaba untuk mengekspansi bisnisnya. Cara tersebut dilakukan agar nama dari brand tersebut mudah dikenal oleh masyarakat banyak dikarenakan banyaknya pelaku UMKM yang membeli *franchise* tersebut.⁵

Berdasarkan PP No.35 Tahun 2024 Bahwa untuk melakukan aktivitas bisnis *franchise* harus dibuat sebuah perjanjian yang memuat sekurang-kurangnya ketentuan dalam Pasal 6. Hal tersebut dilakukan agar aktivitas bisnis, hak dan kewajiban, serta prosedur penyelesaian sengketa dapat di pahami oleh para pihak.

Dalam praktiknya walaupun kebanyakan *franchise* menggunakan perjanjian secara tulisan namun ada yang membuatnya secara lisan yaitu produk Ice Tea pekat yang merupakan brand asal Bandung. Brand Pekat adalah UMKM yang menjual minuman Ice Tea kemasan yang tersebar di beberapa titik di Kota Bandung.

Dari sisi pemberi waralaba , ketiadaan dokumen tertulis dapat menimbulkan kekhawatiran tentang perlindungan hak kekayaan intelektual mereka, termasuk resep rahasia, merek dagang, dan sistem operasional bisnis. Tanpa perjanjian tertulis, *franchisor* sulit membuktikan adanya pelanggaran standar operasional, penyalahgunaan merek, atau pembocoran rahasia dagang. Selain itu, *franchisor* juga menghadapi risiko ketidakpastian dalam hal pembayaran royalti dan biaya *franchise*, karena tidak ada dokumen yang dapat dijadikan dasar penagihan atau tuntutan hukum jika terjadi wanprestasi.

Di sisi penerima waralaba (*franchisee*), kekhawatiran utama berkaitan dengan ketidakjelasan hak dan kewajiban yang seharusnya diterima. Tanpa perjanjian tertulis, *franchisee* tidak memiliki jaminan pasti mengenai dukungan operasional, pelatihan,

⁵ Anjelina Pratiwi and Budi Santoso, “Arti Penting Pengaturan *Franchise* Dalam Sistem Tata Hukum Perdata Indonesia,” *Notarius* 16, no. 2 (2023): 923–37, <https://doi.org/10.14710/nts.v16i2.40069>.

dan bantuan pemasaran yang seharusnya diberikan oleh *franchisor*. *Franchisee* juga menghadapi risiko perubahan sepihak terhadap kesepakatan awal, seperti kenaikan biaya royalti atau perubahan ketentuan operasional, karena tidak ada dokumen yang dapat dijadikan acuan. Lebih jauh lagi, ketiadaan perjanjian tertulis dapat menyulitkan *franchisee* dalam mendapatkan perlindungan hukum jika terjadi pemutusan hubungan secara sepihak atau perselisihan dengan *franchisor*.

Pekat Tea sendiri sudah memiliki legalitas berusaha dan merek yang didaftarkan dengan Nomor 503/304/DS/XII/2024. Dan juga terdaftar di pangkalan hak kekayaan intelektual dengan nama “Pekat Tea” dengan nomor DID2024039658 dengan kode kelas 30.

Brand Pekat Tea dalam menjual *franchise* nya tidak membuat perjanjian secara tertulis. Hal tersebut di katakan oleh salah satu pembeli *franchise* Pekat Tea. Walaupun di PP No.35 Tahun 2024 tidak diwajibkan untuk membuat perjanjian *franchise* secara tertulis, namun perjanjian *franchise* memuat banyak ketentuan yang sebaiknya dibuat secara tertulis. Seperti mengenai prosedur penyelesaian sengketa dimana jika para pihak tidak mengatur hal tersebut secara tertulis dan di kemudian hari terdapat sengketa maka berpotensi adanya kesalahpahaman dan konflik yang sulit untuk diselesaikan.

Permendag No 7 Tahun 2019 Sudah menjelaskan mengenai ketentuan membuat perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia. Hal tersebut bermaksud untuk melindungi hak dan kewajiban para pihak agar di kemudian hari ketika terjadi sengketa maka pembuktian dari segala kegiatan usaha dapat mudah di lakukan.

Perjanjian lisan dalam pembuktiannya kurang kuat dikarenakan tidak adanya jejak yang menyatakan bahwa perjanjian tersebut telah dibuat ⁶. Jika perjanjian lisan tetap

⁶ Anju Chornelus Turnip, Richardus F Talubun, and Kevin Koloba, “Kekuatan Hukum Perjanjian Lisan Dalam Perikatan Perdata,” *Lajour (Law Journal)* 5, no. 1 (2024): 1–8, <https://doi.org/10.32767/lajour.v5i1.192>.

hendak dilaksanakan maka wajib dihadirkan saksi dalam pembuatan perjanjian tersebut seperti yang terjadi dengan kasus pada Putusan Pengadilan Negeri Yogyakarta Nomor 44/PDT.G/2015/PN.YYK). Dimana dalam sengketa tersebut perjanjian yang dibuat secara lisan terdapat sengketa didalamnya dan dapat diperkarakan sebab terdapat saksi dalam pembuatan perjanjiannya.⁷

Dalam penelitian terdahulu oleh Annisa Astrini pada tahun 2014 dengan judul "Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Dalam Usaha Waralaba (*Franchise*) Pada Usaha Video Rental Ultra Disc Di Kota Medan." Aspek fundamental yang membedakan kedua penelitian terletak pada bentuk perjanjiannya. Penelitian Astrini menganalisis perjanjian waralaba yang telah memenuhi persyaratan dalam Buku III KUHPerdara dan diatur secara tertulis, sementara penelitian kali ini mengkaji fenomena unik berupa perjanjian waralaba yang dilakukan secara lisan. Gap ini memunculkan isu-isu hukum yang berbeda, terutama terkait aspek pembuktian, perlindungan hukum, dan penegakan hak dan kewajiban para pihak.

Urgensi perjanjian secara tertulis dalam lingkup *franchise* merupakan hal yang cukup perlu dilakukan oleh para pihak dalam membuat kesepakatan. Dalam penelitian ini akan dikaji mengenai perjanjian lisan *franchise* dengan judul **"ANALISIS PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* SECARA LISAN PADA UMKM PEKAT TEA BERDASARKAN PERMENDAG NO.7 TAHUN 2019 TENTANG PENYELENGGARAAN WARALABA DAN PP NO. 35 TAHUN 2024 TENTANG WARALABA"**. Penelitian ini akan mengkaji mengenai keabsahan dari perjanjian yang dibuat berdasarkan studi kasus di lapangan.

⁷ Billy Dicko and Stepanus Harefa, "Kekuatan Hukum Perjanjian Lisan Apabila Terjadi Wanprestasi (Studi Putusan Pengadilan Negeri Yogyakarta Nomor 44/PDT.G/2015/PN.YYK)" IV, no. 2 (2016): 113–22.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana bentuk pelaksanaan ketentuan *franchise* yang dilakukan oleh UMKM Pekat Tea?
2. Bagaimana keabsahan perjanjian *franchise* secara lisan pada brand Pekat Tea dihubungkan dengan PP No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan Permendag No.71 Tahun 2019 ?
3. Bagaimana pelaksanaan perjanjian *franchise* yang dilakukan oleh UMKM Pekat Tea?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengkaji secara mendalam pelaksanaan ketentuan *franchise* yang diterapkan oleh UMKM Pekat Tea dalam praktik bisnisnya.
2. Untuk menganalisis keabsahan perjanjian *franchise* secara lisan yang dilakukan oleh brand Pekat Tea ditinjau dari perspektif PP No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan Permendag No.71 Tahun 2019.
3. Untuk mengkaji dan menganalisis perjanjian *franchise* yang dilaksanakan oleh Pekat Tea

D. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para akademisi maupun praktisi. Manfaat dalam penelitian ini dibagi ke dalam dua kategori yaitu secara teoritis dan praktis.

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu hukum, khususnya dalam bidang hukum perjanjian dan hukum bisnis yang berkaitan dengan waralaba. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi akademis dalam pengkajian aspek hukum perjanjian lisan dalam konteks waralaba, serta memperkaya literatur tentang penerapan PP No. 35 Tahun 2019 tentang Waralaba dalam praktik bisnis di Indonesia.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi berbagai pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba. Bagi pelaku usaha waralaba, hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi penting dalam memahami aspek hukum dan risiko dari perjanjian *franchise* yang dilakukan secara lisan, serta menjadi rujukan dalam mengambil keputusan bisnis terkait format perjanjian waralaba yang akan digunakan. Selain itu, penelitian ini juga memberikan gambaran komprehensif tentang bentuk-bentuk perlindungan hukum yang tersedia bagi para pihak dalam perjanjian waralaba.

E. Kerangka Pemikiran

1. Teori Perlindungan Hukum

Perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo adalah tindakan memberikan pembelaan terhadap hak asasi manusia yang dilanggar oleh pihak lain. Masyarakat diberikan perlindungan ini agar mereka dapat memperoleh manfaat dari seluruh hak hukum yang dijamin.⁸ Menurut C.S.T., peluang perlindungan hukum merupakan berbagai upaya hukum yang harus ditawarkan oleh aparat penegak hukum guna memberikan rasa aman baik lahir maupun batin dari campur tangan dan ancaman lain dari pihak manapun. Keadaan ini akan terus berlanjut selama hal ini terjadi.⁹ Menurut Philipus M. Hadjon, perlindungan hukum adalah suatu kegiatan yang dilakukan dalam rangka melindungi atau memberikan bantuan kepada subjek hukum melalui penggunaan instrumen hukum yang bersangkutan.¹⁰

Salah satu prinsip supremasi hukum yang paling esensial dan dapat diterapkan di mana pun adalah konsep perlindungan hukum. Perlindungan hukum dapat dipecah menjadi dua kategori utama: perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum

⁸ Satjipto Rahardjo, *Ilmu Hukum* (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2000).

⁹ C.S.T. Kansil, *Pengantar Ilmu Hukum Dan Tata Hukum Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1989).

¹⁰ Philipus M. Hadjon, *Pengantar Hukum Administrasi Indonesia* (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2011).

represif. Yang dimaksud dengan “perlindungan hukum preventif” adalah suatu teknik yang mengambil sikap proaktif dengan tujuan mencegah timbulnya permasalahan hukum.

2. Teori Perjanjian

Teori perjanjian dalam hukum perdata merupakan landasan fundamental yang mengatur hubungan hukum antara dua pihak atau lebih yang saling mengikatkan diri. Menurut Pasal 1313 KUHPdata, perjanjian didefinisikan sebagai suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih. Dalam konteks yang lebih luas, perjanjian merupakan suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal, sebagaimana dikemukakan oleh Subekti.¹¹

Untuk dapat dikatakan sah, suatu perjanjian harus memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam Pasal 1320 KUHPdata, yaitu: kesepakatan para pihak yang mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal. Kesepakatan mengandung makna bahwa para pihak saling menyatakan kehendak masing-masing untuk menutup suatu perjanjian atau pernyataan pihak yang satu "cocok" dengan pernyataan pihak yang lain. Kecakapan merujuk pada kemampuan subjek hukum untuk melakukan perbuatan hukum yang dalam hal ini membuat perjanjian. Suatu hal tertentu berkaitan dengan objek perjanjian yang harus jelas dan dapat ditentukan. Sementara sebab yang halal berarti isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum.¹²

Dalam teori perjanjian dikenal pula asas-asas penting yang menjadi dasar pembuatan dan pelaksanaan perjanjian. Asas pacta sunt servanda menegaskan bahwa

¹¹ Shidarta, “Teori Timbulnya Perjanjian Dalam Transaksi Konsumen Elektronik,” *Jurnal Rechtsvinding* 12, no. 2 (2023): 185–210.

¹² Ghiska Fajari and Yosephine Fransisca Andriani, “Analisis Teori Perjanjian Dan Implikasinya Dalam Bisnis Modern,” *Jurnal Inovasi Global* 1, no. 2 (2023): 60–70, <https://doi.org/10.58344/jig.v1i2.10>.

perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya (Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara). Asas konsensualisme menyatakan bahwa perjanjian telah lahir sejak tercapainya kata sepakat. Asas kebebasan berkontrak memberikan keleluasaan kepada para pihak untuk membuat perjanjian dengan bentuk dan isi sesuai dengan kepentingan mereka, selama tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, dan ketertiban umum. Asas itikad baik mengharuskan para pihak melaksanakan perjanjian dengan kejujuran dan kepatutan.

Teori perjanjian juga mengenal berbagai jenis perjanjian, seperti perjanjian bernama (nominaat) yang diatur secara khusus dalam KUHPerdara dan perjanjian tidak bernama (innominaat) yang tumbuh dalam praktik. Dalam pelaksanaannya, perjanjian dapat mengalami hambatan berupa wanprestasi, yaitu tidak dipenuhinya kewajiban sebagaimana yang telah diperjanjikan. Wanprestasi dapat berupa: tidak melaksanakan apa yang diperjanjikan, melaksanakan tetapi tidak sesuai, melaksanakan tetapi terlambat, atau melaksanakan sesuatu yang dilarang dalam perjanjian.¹³

Dalam konteks perjanjian modern, berkembang pula teori-teori baru seperti teori kehendak (wilttheorie) yang menekankan pada kehendak para pihak, teori pernyataan (verklaringstheorie) yang lebih menekankan pada pernyataan yang diungkapkan, dan teori kepercayaan (vertrouwenstheorie) yang menggabungkan kedua teori sebelumnya dengan menekankan pada kepercayaan yang ditimbulkan oleh pernyataan dalam perjanjian. Perkembangan teknologi dan kompleksitas transaksi bisnis juga telah mendorong munculnya berbagai bentuk perjanjian baru yang membutuhkan penafsiran dan adaptasi dari teori-teori perjanjian klasik.

¹³ Eni, "Perjanjian Berbahasa Asing Yang Dibuat Oleh Notaris Berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris," *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. 1, no. Mi (2023): 5–24.

3. Konseptual *Franchise*

Waralaba atau *franchise* merupakan suatu metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen, di mana *franchisor* memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur, dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu dan meliputi area tertentu. Konsep ini pertama kali dikembangkan di Amerika Serikat dan kemudian menyebar ke berbagai negara sebagai model bisnis yang efektif untuk ekspansi usaha.

Dalam sistem *franchise*, terdapat dua pihak utama yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). *Franchisor* adalah pihak yang memberikan hak untuk menggunakan merek dagang dan sistem bisnisnya, sementara *franchisee* adalah pihak yang membeli hak untuk mengoperasikan bisnis di bawah nama dan sistem *franchisor*. Hubungan ini didasarkan pada perjanjian *franchise* yang mengatur berbagai aspek seperti penggunaan merek dagang, transfer pengetahuan, dukungan operasional, pembayaran royalti, dan standar kualitas yang harus dipertahankan.

Franchise memiliki beberapa karakteristik khas yang membedakannya dari bentuk bisnis lainnya. Pertama, adanya lisensi untuk menggunakan merek dagang, yang merupakan aset tak berwujud yang bernilai tinggi. Kedua, adanya sistem bisnis yang komprehensif dan terstandarisasi, yang mencakup manual operasi, pelatihan, dan dukungan berkelanjutan. Ketiga, adanya pembayaran fee dan royalti sebagai kompensasi atas penggunaan sistem dan merek dagang. Keempat, adanya kontrol kualitas yang ketat untuk memastikan konsistensi produk atau layanan di seluruh jaringan *franchise*.

Di Indonesia, praktik *franchise* diatur dalam berbagai regulasi, termasuk Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan Permendag No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Regulasi ini mengatur berbagai aspek penting seperti persyaratan untuk menjadi *franchisor*, kewajiban pendaftaran, standar

perjanjian *franchise*, dan perlindungan hukum bagi para pihak. Salah satu persyaratan penting adalah bahwa bisnis *franchise* harus memiliki ciri khas usaha, terbukti menguntungkan, memiliki standar pelayanan tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, serta adanya dukungan berkelanjutan dari *franchisor*.

F. Metodologi Penelitian

1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan Penelitian Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis empiris, yang merupakan penelitian hukum mengenai pemberlakuan atau implementasi ketentuan hukum normatif secara *in action* pada setiap peristiwa hukum tertentu yang terjadi dalam masyarakat ¹⁴. Pendekatan yuridis empiris dipilih karena penelitian ini tidak hanya mengkaji aspek hukum formal mengenai perjanjian waralaba, tetapi juga menganalisis bagaimana praktik perjanjian *franchise* secara lisan yang terjadi pada brand Pekat Tea, serta implikasi hukumnya bagi para pihak.

2. Jenis dan Sumber Data

Jenis dan Sumber Data Penelitian ini menggunakan dua jenis data, yaitu:

- a) Data Primer Data primer diperoleh langsung dari lapangan melalui wawancara dengan:
 - 1) Pemilik brand Pekat Tea sebagai pemberi waralaba
 - 2) Penerima waralaba (*franchisee*) Pekat Tea
- b) Data Sekunder Data sekunder dalam penelitian ini meliputi:
 - 1) Bahan hukum primer: KUHPdata, PP No. 35 Tahun 2019 tentang Waralaba, dan peraturan terkait lainnya
 - 2) Bahan hukum sekunder: buku-buku, jurnal hukum, artikel ilmiah, dan hasil penelitian terkait

¹⁴ Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, 2014.

- 3) Bahan hukum tersier: kamus hukum, ensiklopedia, dan sumber online terpercaya

3. Teknik Pengumpulan Data

- a) Wawancara Mendalam Melakukan wawancara terstruktur dengan narasumber yang telah ditentukan untuk mendapatkan informasi detail tentang praktik perjanjian *franchise* lisan pada Pekat Tea
- b) Studi Dokumentasi Mengumpulkan, mempelajari, dan menganalisis berbagai dokumen hukum, literatur, dan sumber tertulis lainnya yang berkaitan dengan perjanjian waralaba
- c) Observasi Melakukan pengamatan langsung terhadap praktik pelaksanaan perjanjian *franchise* pada gerai-gerai Pekat Tea untuk memahami implementasi perjanjian lisan dalam praktik

4. Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif yang terdiri dari beberapa tahapan sistematis¹⁵. Tahap pertama adalah pengumpulan data, dimana peneliti akan mengorganisir data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan, membuat transkrip dari hasil wawancara, serta mengategorikan seluruh data sesuai dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan. Selanjutnya, pada tahap reduksi data, peneliti akan melakukan pemilahan terhadap data yang relevan dengan penelitian, mengidentifikasi pola-pola yang muncul dalam data tersebut, serta mengelompokkannya sesuai dengan fokus penelitian yang telah ditentukan.

Pada tahap penyajian data, peneliti akan menyusun data dalam bentuk uraian deskriptif yang komprehensif, mengintegrasikan berbagai temuan lapangan dengan

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2019).

teori hukum yang digunakan, serta menganalisis kesesuaian antara praktik di lapangan dengan peraturan yang berlaku. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, dimana peneliti akan merumuskan temuan penelitian secara sistematis, mengaitkan temuan tersebut dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, serta memberikan rekomendasi yang konstruktif berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan.

G. Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian skripsi oleh Nuratika dari Uin Alauddin Makassar Pada Tahun 2015 dengan judul “**Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Waralaba *Franchise***”. Rumusan masalah dari penelitian tersebut:

1. Bagaimanakah aturan hukum waralaba (*franchise*) Yayasan Rewana Education Branch Bulukumba?
2. Bagaimanakah penerapan hukum syari'ah pada waralaba (*franchise*) Yayasan Rewana Education Branch Bulukumba?

Hasil penelitiannya adalah perjanjian waralaba berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba pada Yayasan Rewana Education Branch Bulukumba telah melakukan perjanjian tersebut dimana isi perjanjian memuat klausula waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 antara pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba sudah setuju dengan adanya sistem kontrak perjanjian tersebut, masing-masing pihak sudah mengetahui apa hak dan kewajiban mereka. Selain itu yayasan ini telah berusaha memenuhi kriteria pada sistem perjanjian dengan melakukan berbagai program yang berorientasi pada pengelolaan bimbingan terhadap siswa didik dengan melibatkan semua unsur terkait termasuk masyarakat. Wujud dari perjanjian ini dapat memabantu apabila dikemudia hari terjadi perselisihan atau diantara pihak ada yang melanggar isi perjanjian tersebut baik dari pihak pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Hal perjanjian tersebut dapat diwujudkan dengan kerjasama baik dari pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba. Penerapan Hukum Syari'ah pada waralaba (*franchise*) Yayasan Rewana Education

Branch Bulukumba terhadap kursus bimbingan belajar berdasarkan hukum syari'ah dilakukan dengan akad ijarah. Adapun ketentuan Hukum Syari'at yang sesuai dengan penerapannya yaitu : 1. Dari segi Kemanusiaan; 2. Pelayanan; 3. Kesopanan; 4. Kejujuran; 5. Kepercayaan; 6. Akhlak.¹⁶

Dalam penelitian skripsi oleh Annisa Astrini Dari Universitas Medan Area pada tahun 2014 dengan judul **“Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Dalam Usaha Waralaba (*Franchise*) Pada Usaha Video Rental Ultra Disc Di Kota Medan”**. Rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah:

1. Bagaimanakah Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba di PT.Ultra Disc Prima Internasional ?
2. Bagaimanakah Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Royalty Pada Waralaba di PT.Ultra Disc Prima Internasional?
3. Bagaimanakah Penyelesaian Sengketa Yang Terjadi Serta berakhirnya Perjanjian Waralaba PT.Ultra Disc Prima Internasional ?

Pembahasan dalam penelitian tersebut bahwa adanya suatu perjanjian yang disepakati oleh para pihak, menimbulkan hubungan hukum bagi para pihak dan perjanjian tersebut berlaku sebagai undang – undang bagi kedua belah pihak. Seperti pada perjanjian umumnya terdapat kemungkinan wanprestasi dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Adapun permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini adalah 1. Pelaksanaan perjanjian waralaba dengan PT. Ultra Disc Prima Internasional 2. Pelaksanaan hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba PT. Ultra Disc Prima Internasional 3. Bentuk wanprestasi dan upaya penyelesaian apabila terjadi wanprestasi. Penulisan skripsi ini menggunakan metode pendekatan library research atau kepustakaan dan melakukan interview atau tanya jawab. Perjanjian waralaba

¹⁶ Nuratika, “Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Waralaba *Franchise*” (UIN Alauddin Makassar, 2015).

tersebut sudah memenuhi persyaratan dalam Buku III KUHPdata dan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba tersebut terjadi suatu wanprestasi yaitu keterlambatan pengiriman barang kebutuhan promosi yang merupakan kewajiban dari pihak *franchisor*, penyelesaiannya dengan cara teguran lisan. Dalam perjanjian disebutkan bahwa penyelesaian masalah dilakukan dengan jalan berupa peringatan lisan dan peringatan tertulis, apabila tidak diindahkan maka para pihak dapat mengajukan masalah ini ke Pengadilan Negeri Jakarta.¹⁷

Dalam penelitian skripsi oleh Ghina Widyanti Nasution dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan pada tahun 2019 Dengan judul “**Akibat Hukum Terhadap Perjanjian Lisan Jual Beli Buah Kelapa Sawit (Studi Di Desa Gunung Selamat).**” Rumusan masalah dari penelitian tersebut adalah:

- 1) Bagaimana kedudukan perjanjian lisan dalam KUHPdata Indonesia?
- 2) Bagaimana dampak hukum perjanjian lisan terhadap jual beli buah kelapa sawit di Desa Gunung Selamat?
- 3) Bagaimana tanggung jawab para pihak terhadap perjanjian lisan jual beli buah kelapa sawit di Desa Gunung Selamat?

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, penelitian tersebut menjelaskan kedudukan perjanjian lisan dalam KUHPdata Indonesia adalah sebagai salah satu bentuk perjanjian yang tunduk pada ketentuan Buku III KUHPdata. Kedudukan tersebut dikarenakan sifat hukum perjanjian yang terbuka dimana para pihak yang membuat perjanjian bebas melakukan perjanjian selama perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan kesusilaan dan juga ketentuan umum yang diatur dalam Buku III KUHPdata. Dampak hukum perjanjian lisan terhadap jual beli buah kelapa sawit di Desa Gunung Selamat memberikan akibat bagi para petani untuk menyerahkan buah

¹⁷ Annisa Astrini, “Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Dalam Usaha Waralaba (*Franchise*) Pada Usaha Video Rental Ultra Disc Di Kota Medan” (Universitas Medan Area, 2014).

kelapa sawit yang dijualnya kepada pembeli (supplier) dan pihak-pihak pembeli melakukan pembayaran atas pelaksanaan penyerahan tersebut. Sistem pembayaran antara supplier dengan petani dalam kegiatan jual beli buah kelapa sawit dilakukan secara cash dan tunai, setelah tandan buah segar diserahkan oleh petani kepada pihak PKS. Pelaksanaan pembayaran dilakukan di tempat supplier. Tanggung jawab para pihak terhadap perjanjian lisan jual beli buah kelapa sawit di Desa Gunung Selamat maka pihak yang melakukan kelalaian dapat dituntut untuk melakukan prestasi sebagaimana yang diperjanjikan oleh pihak yang dirugikan.¹⁸

Dalam penelitian skripsi oleh Wiji Dina Purnama pada tahun 2023 dari Universitas Tidar dengan judul **“Kekuatan Hukum Perjanjian Lisan Dalam Kasus Hutang Piutang (Studi Putusan Pengadilan Negeri Wonosobo Nomor: 6/Pdt.G/2018/Pn Wsb)”**. Rumusan masalah dari penelitian tersebut:

1. Bagaimana kekuatan hukum mengikat perjanjian lisan dalam perspektif hukum perjanjian di Indonesia?
2. Bagaimana dasar pertimbangan hakim terhadap perjanjian lisan dalam Pengadilan Negeri Wonosobo Nomor: 6/Pdt.G/2018/PN Wsb ?

Hasil penelitian dari penelitian tersebut bahwa perjanjian lisan sering mengalami persoalan dikarenakan bukti yang tidak tertulis di atas kertas, seperti yang ada di surat putusan Pengadilan Negeri Wonosobo mengenai kasus wanprestasi dalam perjanjian lisan. Perjanjian lisan tersebut didalamnya terdapat adanya wanprestasi seperti yang dilakukan oleh terdakwa Supanut riyanto. Ia telah melakukan wanprestasi dengan tidak memenuhi kewajiban dalam perjanjian tersebut yang sebelumnya telah disepakati kedua belah pihak. Hasil yang didapat adalah terdakwa terbukti bersalah karena lalai dalam menunaikan kewajibannya yaitu membayar hutang seperti yang telah diperjanjikan. Simpulan bahwa walaupun hanya perjanjian lisan namun kekuatan

¹⁸ Ghina Widyanti, “Akibat Hukum Terhadap Perjanjian Lisan Jual Beli Buah Kelapa Sawit (Studi Di Desa Gunung Selamat)” (dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Medan, 2019).

hukum perjanjian lisan di Indonesia tetap sah karena sudah diatur dalam Pasal 1320 KUHPperdata.¹⁹

Dalam penelitian ini terdapat kebaruan yang tidak ada dalam penelitian sebelumnya. Penelitian kali ini yang berjudul **"Analisis Hukum Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* Secara Lisan pada Brand Pekat Tea Berdasarkan PP No 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan KUHPperdata"** menawarkan analisis mendalam mengenai perjanjian waralaba yang dilaksanakan secara lisan, sebuah aspek yang jarang dibahas dalam penelitian-penelitian sebelumnya.

Sebagai contoh, dalam penelitian oleh Nuratika (2015) dengan judul **"Analisis Hukum Terhadap Perjanjian Waralaba *Franchise*"**, fokus utama adalah pada perjanjian waralaba yang tertulis dan penerapan hukum syari'ah, khususnya dalam konteks lembaga pendidikan. Penelitian ini tidak membahas perjanjian waralaba secara lisan yang menjadi fokus utama dalam penelitian saya, yang merupakan kebaruan dalam kajian perjanjian waralaba.

Penelitian Annisa Astrini (2014) yang berjudul **"Tinjauan Yuridis Terhadap Perjanjian Dalam Usaha Waralaba (*Franchise*) Pada Usaha Video Rental Ultra Disc Di Kota Medan"** juga tidak menyinggung perjanjian lisan. Skripsi ini lebih menitikberatkan pada hak dan kewajiban dalam perjanjian waralaba yang bersifat tertulis serta perlindungan hukum terhadap wanprestasi. Kebaruan dalam penelitian saya terletak pada kajian perjanjian waralaba yang dilaksanakan tanpa bukti tertulis, serta pengaruhnya dalam pelaksanaan perjanjian berdasarkan ketentuan hukum yang berlaku.

Selanjutnya, penelitian Ghina Widyanti Nasution (2019) mengenai **"Akibat Hukum Terhadap Perjanjian Lisan Jual Beli Buah Kelapa Sawit"** memang membahas

¹⁹ Wiji Dina Purnama, "Kekuatan Hukum Perjanjian Lisan Dalam Kasus Hutang Piutang (Studi Putusan Pengadilan Negeri Wonosobo Nomor: 6/Pdt.G/2018/Pn Wsb)". (Universitas Tidar, n.d.).

kedudukan dan akibat hukum perjanjian lisan dalam konteks jual beli, namun tidak mencakup kajian terkait perjanjian waralaba, yang memiliki karakteristik dan regulasi yang berbeda. Penelitian saya membawa kebaruan dengan memfokuskan pada waralaba yang tidak tertulis, yang diatur dalam PP No 35 Tahun 2007 tentang Waralaba dan relevansi penerapannya dalam praktik *franchise*.

Demikian pula, dalam penelitian Wiji Dina Purnama (2023) yang berjudul "**Kekuatan Hukum Perjanjian Lisan Dalam Kasus Hutang Piutang**", meskipun membahas perjanjian lisan, topiknya lebih terfokus pada hutang piutang, sedangkan penelitian saya lebih berfokus pada aspek hukum yang lebih kompleks dalam perjanjian waralaba lisan yang diatur dalam regulasi khusus. Kebaruan dari penelitian saya adalah penekanan pada penerapan peraturan pemerintah mengenai waralaba pada perjanjian yang tidak tertulis, serta dampaknya bagi pemberi dan penerima waralaba.

Secara keseluruhan, kebaruan dalam penelitian kali ini terletak pada pembahasan khusus tentang perjanjian waralaba yang dilakukan secara lisan dalam konteks PP No 35 Tahun 2024 tentang Waralaba dan KUHPdata, yang sebelumnya belum banyak diteliti dalam studi-studi terkait *franchise*.

