

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia ekonomi begitu pesat, hal ini juga di dukung oleh variasi pengusaha dalam mengembangkan bisnisnya. Banyak sekali metode atau cara yang dapat digunakan pebisnis untuk memperluas jaringan usahanya. Salah satu nya melalui waralaba. Franchise atau waralaba merupakan kerjasama bisnis dan secara teknis dapat dipahami sebagai suatu metode perluasan pasar yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang dianggap sukses dan berkehendak meluaskan distribusi barang atau jasa melalui unit-unit bisnis eceran yang dijalankan oleh pengusaha-pengusaha independen dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa, teknik pemasaran dan berada di bawah pengawasan dari perusahaan yang hendak meluaskan pasaranya dengan imbalan pembayaran *fees dan royalties*.¹

Para pihak yang terlibat dalam investasi waralaba adalah Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang bermaksud untuk melakukan investasi dalam membuat hubungan kemitraan usaha melalui penyertaan modal. Sedangkan bagi pemberi waralaba bentuk penyertaan modal tidak dilakukan dalam bentuk setoran tunai atau sesuatu barang/benda yang berwujud, melainkan dengan memberi lisensi. Waralaba merupakan salah satu bentuk strategi ekspansi usaha dengan mengajak masyarakat agar tertarik menanamkan modalnya. Oleh karena itu Pemberi Waralaba harus bisa meyakinkan masyarakat calon investor melalui prospektus penawaran waralaba.

Franchise, pertama kali dikenal di Amerika Serikat, yaitu kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan perusahaan kecil untuk mendistribusikan bir produksi pabrik yang bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. Franchise pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor. Zaman franchise modern baru dimulai pada akhir tahun 1940-an dan awal tahun 1950-an. Hal ini terlihat dari berkembangnya Mc Donald's (1955), Carvel Ice Cream (1945), John Robert Power (1955), Kentucky Fried Chicken (1952), dan lain-lain. Sejak tahun 1972 sampai dengan tahun 1988 usaha franchise mengalami peningkatan yang sangat besar di Amerika Serikat, hal ini tampak dari banyaknya usaha franchise yang berkembang di negara tersebut.² Di Indonesia saat ini bisnis waralaba sudah sangat banyak dan berkembang. Waralaba banyak diminati oleh masyarakat karena lebih instan dibandingkan jika

¹ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, Hukum Bisnis dalam Perkembangan Manusia Modern, Refika Aditama: Bandung, 2007, h 134-135

² Salim H.S., Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia, (Jakarta: Sinar Grafika, 2003), hlm. 166-167.

harus memulai usaha sendiri yang tentunya membutuhkan ide ide serta pemikiran ekstra. Pengusaha menawarkan sebuah sistem yang instan, baku, dan telah teruji. Sistem bisnis dengan franchise di Indonesia mulai berkembang sejak tahun 1980-an. Pada saat ini sudah banyak franchise asing yang masuk ke Indonesia, baik dalam perdagangan barang dan jasa. selain itu beberapa pengusaha Indonesia juga telah mulai mengembangkan domestic franchise, seperti Es Teler 77, Salon Rudi Hadisuwarno, Ny. Tanzil Fried Chicken dan Steak, Kios Modern (Kimo), dan lain-lain

Semakin berkembangnya bisnis waralaba di Indonesia maka lahirilah ketentuan-ketentuan yang mendukung kepastian hukum dalam format hukum waralaba. Ketentuan – ketentuan tersebut adalah Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, Undang-undang No. 14 tahun 2001 tentang Paten, Undang-undang no. 15 tahun 2001 tentang merk, Undang-undang no. 30 tahun 2000 tentang rahasia dagang, dan Peraturan Pemerintah no 42 tahun 2007 sebagai pengganti dari Peraturan Pemerintah no. 16 tahun 1997 tentang waralaba yang sudah dicabut³

Waralaba tidak terlepas dari adanya suatu perjanjian para pihak yang bekerjasama dalam menjalankan usaha waralaba tersebut, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No 42 tahun 2007 tentang waralaba mengatur tentang kriteria waralaba, perjanjian waralaba, kewajiban pemberi waralaba, pendaftaran, pembinaan dan pengawasan serta sanksi. Perjanjian waralaba merupakan landasan legal yang berlaku sebagai undang-undang dalam operasional yang berlangsung atas hubungan yang telah disepakati dan juga merupakan landasan untuk menjaga kepentingan kedua belah pihak. Dengan adanya perjanjian tersebut dapat memberikan perlindungan hukum baik secara preventif maupun represif sehingga mitra menjadi perjanjian kerjasama yang paling menguntungkan kedua belah pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Para pihak yang terlibat perlu mendapatkan perlindungan hukum, karena masing-masing pihak dalam perjanjian mitra memiliki hak dan kewajiban sendiri-sendiri.⁴

Hubungan bisnis dalam praktiknya selalu didasarkan pada suatu perjanjian. Perjanjian merupakan suatu bentuk kesepakatan yang dibuat oleh para pihak untuk saling mengikatkan diri dalam bentuk tertulis, dalam praktik kehidupan sehari-hari sangat sering disebut dengan istilah perjanjian, walaupun hanya dibuat secara lisan atau tidak tertulis. Berbeda pula dalam dunia bisnis, perjanjian merupakan hal yang

³ Sonny Sumarsono, Manajemen Bisnis Waralaba, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), h 8

⁴ Maxmanroe. :Definisi Waralaba atau Franchise.<http://www.pengusaha.co/thread-104-definisi-waralaba-atau-franchise>. Diakses pada 28 April 2021

sangat penting, karena menyangkut masa depan bisnis itu sendiri. Mengingat akan hal tersebut, menurut hukum suatu perjanjian merupakan suatu bentuk manifestasi yang adanya kepastian hukum, oleh karena itu dalam praktiknya setiap perjanjian dibuat secara tertulis agar diperoleh suatu kekuatan kepastian hukum, sehingga tujuan kepastian hukum dapat terwujud.

Keberadaan suatu perjanjian atau yang saat ini lazim dikenal sebagai kontrak, tidak terlepas dari terpenuhinya syarat-syarat mengenai sahnya suatu perjanjian / kontrak seperti yang tercantum dalam Pasal 1320 KUH Perdata, antara lain sebagai berikut :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
3. Suatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Perjanjian waralaba ada yang dilakukan menggunakan kontrak yang di negosiasikan, namun berkembangnya dunia bisnis juga menuntut para pengusaha untuk dapat melakukan kontrak bisnis secara lebih efisien yaitu dengan menggunakan kontrak baku / kontrak standart. Didalam kontrak baku itu dimuat mengenai kepentingan-kepentingan mereka dalam menjalankan usahanya. Terkadang kepentingan-kepentingan itu dibuat tanpa mempertimbangkan kepentingan pihak lain yang akan terlibat dalam kontrak itu nantinya. Disisi lain kontrak baku itu diciptakan oleh para pedagang juga untuk memperoleh suatu kemudahan dalam transaksi yang akan mereka lakukan dengan pihak lain. Jika dilihat dari aspek banyaknya waktu, tenaga dan biaya yang dapat dihemat, tetapi disisi lain, kontrak baku menempatkan pihak yang tidak ikut membuat klausul-klausul dalam kontrak menjadi pihak yang langsung atau tidak langsung dirugikan, yakni disuatu sisi ia sebagai pihak dalam kontrak itu memiliki hak untuk memperoleh kedudukan yang seimbang dalam menjalankan kontrak tersebut, disisi yang lain ia harus menerima isi kontrak yang ditawarkan kepadanya⁵

Pada dasarnya kontrak berawal dari perbedaan atau ketidaksamaan kepentingan diantara para pihak. Perumusan hubungan kontraktual tersebut pada umumnya diawali dengan proses negosiasi diantara para pihak. Melalui negosiasi para pihak berupaya menciptakan bentuk-bentuk kesepakatan untuk saling mempertemukan sesuatu yang diinginkan melalui proses tawar-menawar, namun

⁵ Muhammad Syaifuddin, "Hukum Kontrak Memahami Kontrak dalam Perspektif Filsafa, Teori, Dogmatik dan Praktik Hukum (Seri Pengayaan Hukum Perikatan)", 2012, Bandung; CV. Mandar Maju, cetakan ke-I, h. 218

demikian, terdapat fenomena adanya ketidakseimbangan dalam berkontrak, terutama kontrak dalam bentuk standar/baku yang di dalamnya memuat klausul-klausul yang isinya berat sebelah. Misalnya, dalam kontrak waralaba terdapat klausul yang isinya kewajiban penerima waralaba (franchisee) untuk membayar sejumlah dana dalam bentuk tunai untuk kewajiban start-up yang jumlahnya akan ditentukan oleh pemberi waralaba (franchisor). Klausul lain, misalnya franchisee hanya diperbolehkan menjalankan usaha di bidang yang telah ditetapkan oleh franchisor dan sama sekali tidak diperbolehkan menjalankan usaha dalam bidang/usaha sejenis dalam bentuk apa pun⁶

Sistem hukum kontrak memiliki sejumlah asas diantaranya adalah asas kebebasan berkontrak. sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, ini berarti bahwa setiap orang berhak membuat perjanjian sepanjang tidak dilarang oleh undang-undang dan setiap perjanjian yang dibuat haruslah dilaksanakan dengan itikad baik sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara. Kebebasan berkontrak artinya bebas menentukan isi perjanjian dan dengan siapa mengadakan perjanjian. Asas kebebasan berkontrak bersifat universal yang merujuk pada adanya kehendak yang bebas dari setiap orang untuk membuat kontrak atau tidak membuat kontrak, pembatasannya hanyalah untuk kepentingan umum dan di dalam kontrak itu harus ada keseimbangan yang wajar. Pada penerapannya asas kebebasan berkontrak tidak diterapkan dalam pembuatan suatu perjanjian yang bersifat baku tetapi mengingat bahwa kontrak baku sudah menjadi kebutuhan bagi masyarakat dan para pelaku usaha. Sebenarnya asas kebebasan berkontrak mengandung arti bahwa para pihak mempunyai kebebasan dalam membuat suatu perjanjian/kontrak⁷. Kebebasan berkontrak memberikan jaminan kebebasan kepada seseorang untuk secara bebas dalam beberapa hal yang berkaitan dengan perjanjian, di antaranya :⁸

- a. Bebas menentukan apakah ia akan melakukan perjanjian atau tidak;
- b. Bebas menentukan dengan siapa ia akan melakukan perjanjian;
- c. Bebas menentukan isi atau klausul perjanjian;
- d. Bebas menentukan bentuk perjanjian; dan
- e. Kebebasan-kebebasan lainnya yang tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan.

⁶ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Hukum Bisnis dalam Perkembangan Manusia Modern*, Refika Aditama: Bandung, 2007, h.3

⁷ Mariam Darus Badruzaman, *Hukum Perikatan Dalam KUH Perdata Buku Ketiga*, PT Citra Aditya Bak-ti, Bandung, 2015, h. 84.

⁸ Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.S., "Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak", PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2016, h. 4

Jika dilihat dari pengertian diatas, jenis kontrak standart/baku bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak. Namun demikian Kontrak baku seperti yang digunakan *Franchisor* dengan mitra usaha nya adalah kebutuhan nyata dalam sebuah bisnis. Kebutuhan tersebut timbul mengingat sifat-sifat dari transaksi seperti berulang-ulang dan relatif homogen, berlaku umum dan massal serta telah merupakan kebiasaan dalam dunia perdagangan. Namun demikian, Undang-undang membatasi kebebasan dari satu pihak untuk mendiktekan ketentuan dan syarat-syaratnya untuk tidak bertentangan dengan asas-asas umum pada perikatan. Dalam ruang lingkup hukum perlindungan konsumen, perjanjian baku diperbolehkan dan diakui eksistensinya selama tidak melanggar syarat-syarat yang telah ditentukan. Larangan dalam penggunaan klausula baku ini ditujukan unntuk melindungi konsumen dari kemungkinan diterapkannya syarat-syarat yang merugikan atau tidak adil di dalam perjanjian⁹. Pasal 18 Undang – Undang Perlindungan Konsumen menentukan bahwa :

- (1) Pelaku usaha dalam menawarkan barang dan/atau jasa yang ditujukan untuk diperdagangkan dilarang membuat atau mencantumkan klausula baku pada setiap dokumen dan/atau perjanjian apabila:
 - a. menyatakan pengalihan tanggung jawab pelaku usaha;
 - b. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali barang yang dibeli konsumen;
 - c. menyatakan bahwa pelaku usaha berhak menolak penyerahan kembali uang yang dibayarkan atas barang dan/atau jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - d. menyatakan pemberian kuasa dari konsumen kepada pelaku usaha baik secara langsung maupun tidak langsung untuk melakukan segala tindakan sepihak yang berkaitan dengan barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran;
 - e. mengatur perihal pembuktian atas hilangnya kegunaan barang atau pemanfaatan jasa yang dibeli oleh konsumen;
 - f. memberi hak kepada pelaku usaha untuk mengurangi manfaat jasa atau mengurangi harta kekayaan konsumen yang menjadi obyek jual beli jasa;
 - g. menyatakan tunduknya konsumen kepada peraturan yang berupa aturan baru, tambahan, lanjutan dan/atau pengubahan lanjutan yang dibuat sepihak oleh pelaku usaha dalam masa konsumen memanfaatkan jasa yang dibelinya;

⁹ Elis Herlina dan Sri Santi, “Model Perjanjian Baku Pada Kontrak Berlangganan Sambungan Telekomunikasi Telepon Selular Pasca Bayar”, Jurnal Hukum Ius Quia Iustum, No.3 Hal 3 Tahun 2016, hal.416.

- h. menyatakan bahwa konsumen memberi kuasa kepada pelaku usaha untuk pembebanan hak tanggungan, hak gadai, atau hak jaminan terhadap barang yang dibeli oleh konsumen secara angsuran.
- (2) Pelaku usaha dilarang mencantumkan klausula baku yang letak atau bentuknya sulit terlihat atau tidak dapat dibaca secara jelas, atau yang pengungkapannya sulit dimengerti.
 - (3) Setiap klausula baku yang telah ditetapkan oleh pelaku usaha pada dokumen atau perjanjian yang memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) dinyatakan batal demi hukum.
 - (4) Pelaku usaha wajib menyesuaikan klausula baku yang bertentangan dengan Undang-undang ini.

Menurut Dr. Ahmadi Miru, S.H., M.S. kontrak baku tetap mengikat para pihak dan pada umumnya beban tanggung gugat para pihak adalah berat sebelah, Langkah yang harus dilakukan bukan melarang atau membatasi penggunaan kontrak baku, melainkan melarang atau membatasi penggunaan klausul-klausul tertentu dalam kontrak baku tersebut¹⁰

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia no. 42 tahun 2007 khususnya pasal huruf 5 tentang perjanjian waralaba tidak mengatur secara tegas pembagian hak dan kewajiban antar para pihak agar tercapai asas proporsionalitas sehingga tercipta Kerjasama yang adil dan fair. Hal ini tentunya menimbulkan banyak sekali masalah baik pada tahap pembentukan kontrak, pra kontrak, pasca kontrak, bahkan Ketika habis masa kontrak dan penerima franchise ingin memperpanjang jangka waktu kontrak, perusahaan pemberi franchise bisa dengan mudah membuat kontrak baru yang isinya semakin memberatkan pihak penerima franchise. Dalam hal ini pihak penerima franchise dihadapkan dengan pilihan yang sulit. Contoh, A adalah pemberi franchise yang bergerak di bidang bisnis restoran dan B adalah penerima franchise. Di awal kontrak A sudah mensyaratkan untuk membangun sebuah restoran dengan lahan dan biaya pembangunan yang sepenuhnya di tanggung oleh B. Ketika jangka waktu kontrak habis, A membuat kontrak kerjasama yang lebih memberatkan dari kontrak awal seperti mengharuskan B untuk melakukan renovasi setiap tahun nya, bahkan meng-intervensi anggaran dasar perusahaan B, seperti mewajibkan B untuk merubah status perusahaannya menjadi badan hukum, serta memberikan fee untuk perubahan pemegang saham, dll. B sebagai pihak penerima franchise tentunya dihadapkan dengan pilihan yang sangat sulit. jika tidak melanjutkan kontrak tentu

¹⁰ Ahmadi Miru, "Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak", PT RajaGrafindo Persada, Depok, 2016, h. 47

akan terasa berat, karena sudah menghabiskan biaya yang besar untuk memfasilitasi usaha franchise dari A.

Pemberi waralaba mempunyai peluang diuntungkan, di mana pemberi waralaba mempunyai kedudukan yang kuat dalam menentukan perjanjian yang dibuatnya dengan menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan Penerima Waralaba, sehingga kedudukan para pihak di dalam perjanjian ini tidak seimbang. Pada umumnya salah satu pihak menyiapkan syarat-syarat yang sudah di standarkan pada suatu format perjanjian yang telah dicetak dalam bentuk formulir untuk kemudian diberikan kepada pihak lainnya untuk disetujui.

Dalam penelitian ini penulis juga akan menganalisis sebuah putusan nomor 995 K/Pdt/2015 dan Nomor 83/Pdt.G/2018/PN Tjk, dimana terdapat pihak-pihak yang ber sengketa dalam perkara perdata perjanjian waralaba yang di dasarkan pada asas proporsionalitas serta menganalisis ratio decidendi hakim dalam memutus perkara tersebut

Banyak pandangan mengenai digunakannya kontrak baku dalam dunia bisnis. Sebagian berpendapat bahwa kontrak baku merupakan “penghematan waktu”, dan Sebagian berpendapat bahwa kontrak baku merupakan “perjanjian paksa” (*dwang contract*). Sehingga dalam hal ini penerima *franchise* menempati kedudukan yang tertekan dan hanya dapat bersikap “*take it or leave it*”. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk membuat penelitian yang berjudul “ASAS PROPORSIONALITAS DALAM KONTRAK STANDART PERJANJIAN WARALABA”

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimanakah pemenuhan asas proporsionalitas dalam pembuatan kontrak standart perjanjian waralaba?
2. Apakah akibat hukum dari penggunaan kontrak standart pada bisnis waralaba?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk menganalisis bagaimanakah pemenuhan asas proporsionalitas dalam pembuatan kontrak standart perjanjian waralaba
2. Untuk menganalisis apakah akibat hukum dari penggunaan kontrak standart pada bisnis waralaba

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil keseluruhan dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut :

- a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah ilmu hukum, melengkapi bahan bacaan di bidang ilmu hukum. Khususnya hukum perikatan dan menjadi kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi titik tolak dalam penelitian sejenis di masa datang

b. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai bahan masukan bagi kalangan akademisi, praktisi, maupun masyarakat umumnya, serta dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang ingin melakukan penelitian di bidang hukum, khususnya hukum perikatan.

No	Bentuk , Tahun	Nama	Judul	Rumusan Masalah	Hasil Penelitian
1	Tesis, 2007	Bambang Tjatur Iswanto, S.H.	Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee Dalam Perjanjian Franchise Indonesia	1. Apakah bentuk Perjanjian Franchise yang dibuat sudah dapat memberikan perlindungan hukum bagi franchisee? 2. Apakah pelaksanaan perjanjian franchise yang dilakukan oleh para pelaku bisnis di Indonesia, sudah dapat memberikan perlindungan hukum bagi franchisee? 3. Hambatan-hambatan apa sajakah yang	Perjanjian franchise di Indoensia belum melakukan sesuai dengan asas hukum kebebasan berkontrak

				muncul dalam melakukan perlindungan hukum terhadap franchisee?	
2	Tesis 2014	Heriawanto Benny Krestian	Analisis Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Perwaliamanatan yang Dibuat Berdasarkan Keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan Nomor Kep-412/BL/2010	<p>1. Apakah urgensi asas proporsionalitas dalam kontrak perwaliamanatan ?</p> <p>2. Apakah kontrak perwaliamanatan yang dibuat berdasarkan keputusan Ketua Badan Pengawas Pasar Modal Dan Lembaga Keuangan Nomor KEP-412/BL/2010 tentang Ketentuan Umum Dan Kontrak Perwaliamanatan Efek Bersifat Utang telah memenuhi asas proporsionalitas?</p>	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa asas proporsionalitas memiliki peran penting dalam kontrak perwaliamanatan, yaitu untuk mengkoreksi asas kebebasan berkontrak yang di dalam pelaksanaannya tidak memberikan keadilan dan perlindungan hukum bagi pemegang obligasi, untuk mengontrol pelaksanaan pertukaran hak dan kewajiban para pihak dalam kontrak perwaliamanatan

					n sehingga terwujud justice dan fairness
--	--	--	--	--	--

1.5 Orisinalitas Penelitian

1.5.1. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu

Persamaan dan perbedaan 1 : Berdasarkan Penelitian yang dilakukan oleh Bambang Tjatur Iswanto, mengenai “Perlindungan Hukum Terhadap Franchisee dalam Perjanjian Franchise di Indonesia”, persamaan tesis saya dengan tesis tersebut adalah sama sama menganalisis tentang perjanjian waralaba, dengan tujuan untuk mendapatkan keadilan untuk para pihak yang ber kontrak. Perbedaannya adalah penelitian tersebut lebih mengarah pada kebebasan berkontrak yang harus ada campur tangan dari pemerintah dalam memberikan perlindungan hukum. Sedangkan Tesis yang saya susun lebih menekankan pada asas proporsionalitas pada kontrak standart yang digunakan untuk perjanjian Kerjasama waralaba, dimana hal ini harus diperhatikan oleh kedua belah pihak agar tercapai nilai kesetaraan dalam ber kontrak.

Persamaan dan Perbedaan 2 : Sedangkan untuk penelitian dari Heriawanto Benny Krestian, Persamaannya adalah pada asas proporsionalitas pada sebuah kontrak. Sedangkan perbedaannya adalah asas proporsionalitas di analisis berdasarkan kontrak Kerjasama perwaliamanatan, dimana karakteristik kontrak tersebut berbeda dengan karakteristik kontrak waralaba.

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis Penelitian

Tesis ini menggunakan tipe penulisan normatif. Tipe penulisan normatif berarti penelitian yang didasarkan pada peraturan perundang-undangan yang berlaku.. Menurut Peter Mahmud Marzuki : “Penelitian hukum adalah suatu proses untuk menemukan aturan hukum, prinsip-prinsip hukum, maupun doktrin-doktrin hukum guna menjawab isu-isu hukum yang dihadapi”¹¹.

1.6.2 Pendekatan Masalah

Pendekatan yang digunakan dalam Tesis ini adalah :

¹¹ Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana, Jakarta, 210, h.35

1. pendekatan perundang-undangan (statute approach),
2. pendekatan konseptual (conceptual approach).
3. Dan Pendekatan Kasus (case approach)

Pendekatan perundangan-undangan adalah pendekatan yang dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkut paut dengan isu hukum yang ditangani. Pendekatan kasus adalah pendekatan yang dilakukan dengan cara melakukan telaah terhadap kasus-kasus yang berkaitan dengan isu yang dihadapi yang telah menjadi putusan pengadilan yang telah mempunyai kekuatan hukum yang tetap.¹²

Pendekatan konseptual (conceptual approach) yaitu pendekatan dengan cara membahas pendapat para sarjana sebagai landasan pendukung pembahasan penelitian¹³

1.6.3 Sumber Bahan Hukum

Bahan hukum yang dijadikan sumber penulisan ini terdiri dari :

- a. Bahan hukum primer, Bahan hukum primer yang digunakan terdiri dari peraturan perundang-undangan, catatan resmi, risalah dalam pembuatan perundang-undangan dan putusan hakim¹⁴. Pada penelitian saya bahan hukum primer yang digunakan yaitu
 1. Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945
 2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata),
 3. UU No. 8 tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen,
 4. Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- b. Bahan hukum sekunder, Bahan hukum sekunder yang utama adalah buku teks karena buku teks berisi mengenai prinsip-prinsip dasar ilmu hukum dan pandangan-pandangan klasik para sarjana yang mempunyai kualifikasi tinggi¹⁵. Yang menjadi sumber bahan sekunder penulisan Tesis ini berupa kepustakaan yang terdiri dari buku-buku hukum, jurnal hukum, handout, media cetak, website internet, serta kamus hukum.

1.6.4 Teknik Pengumpulan Bahan Hukum

Pengumpulan bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder dilakukan melalui studi kepustakaan, kemudian melakukan identifikasi bahan hukum menurut

¹² Ibid, h. 24

¹³ Ibid h. 177

¹⁴ Peter Mahmud Marzuki, Penelitian Hukum, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2011, h 141

¹⁵ Ibid h. 142

permasalahan yang diajukan. Bahan hukum yang ada tersebut untuk selanjutnya diinventarisasi dan disistematisasikan dengan baik, dalam bab dan sub bab sesuai dengan pokok bahasan.

1.6.5 Teknik Pengolahan bahan Hukum

Dalam pengolahan data atau bahan dilakukan dengan cara melakukan seleksi bahan hukum, kemudian melakukan klasifikasi menurut penggolongan bahan hukum dan menyusun data hasil penelitian tersebut secara sistematis, tentu saja hal tersebut dilakukan secara logis, artinya ada hubungan dan keterkaitan antara bahan hukum satu dengan bahan hukum lainnya untuk mendapatkan gambaran dari hasil penelitian¹⁶

1.6.6 Analisis Bahan Hukum

Seluruh bahan hukum primer dan sekunder yang terkumpul diklasifikasikan berdasarkan rumusan masalah, kemudian dilakukan analisis pada perjanjian kerjasama terkait berdasarkan aturan serta teori hukum yang relevan untuk ditemukan jawaban atas setiap rumusan masalah, dan hasil analisis tersebut dipaparkan oleh penulis secara deskriptif.

1.7 Pertanggungjawaban Sistematika

Sistematika penulisan tesis ini terbagi dalam empat bab. Mengenai uraian sistematika pokok-pokok pembahasannya adalah sebagai berikut :

Bab I merupakan latar belakang dan perumusan masalah, penjelasan judul, alasan pemilihan judul, tujuan penulisan, metode penulisan dan pertanggungjawaban sistematika. Bab ini merupakan landasan dari penulis untuk menyelesaikan tesis ini, sehingga kerangka-kerangka dasar yang berhubungan dengan rumusan masalah dalam Tesis dijabarkan dalam bab ini.

Bab II pada tesis ini terdapat “Landasan Teori dan Penjelasan Konsep”, dimana dalam bab ini memuat hasil kajian Pustaka tentang teori teori dan/atau konsep yang akan dipergunakan sebagai bahan analisis permasalahan yang dikemukakan dalam rumusan masalah. Teori yang digunakan adalah teori yang relevan dengan isu hukum yang penulis teliti yaitu teori perjanjian (kontrak), teori perlindungan hukum, dan teori keadilan. Teori dan fakta yang digunakan diambil dari sumber hukum dengan mencantumkan sumbernya. Sedangkan penjelasan konsep membahas tentang konsep konsep hukum yang digunakan untuk

¹⁶ ND Mukti Fajar dan Achmad Yulianto, 2015, Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris, Yogyakarta, Pustaka Pelajar, hlm 181

memecahkan isu hukum yaitu Perjanjian, Konsep waralaba, dan Asas Proporsionalitas

Bab III berisi tentang pembahasan asas proporsionalitas dalam kontrak standart perjanjian waralaba. Bab ini tersusun rapi sesuai dengan tujuan penelitian yang memuat tentang analisis dari rumusan masalah

Bab IV berisi Penutup. Bab ini berisi kesimpulan atas hasil pembahasan dari bab kedua dan bab ketiga yang telah diuraikan. Selain itu, bab ini juga berisikan saran-saran yang diharapkan dapat bermanfaat untuk perkembangan hukum di Indonesia terutama dalam bidang hukum kontrak.

~Halaman Sengaja Dikосongkan~