

**TINJAUAN YURIDIS TERHADAP PENDIRIAN DAN PERIZINAN  
PERUSAHAAN RITEL BERJENJANG TERHADAP WARALABA DI  
KOTA BONTANG**

***JURIDICAL REVIEW OF THE ESTABLISHMENT AND LICENSING OF  
TIERED RETAIL COMPANIES REGARDING FRANCHISES IN  
BONTANG CITY***

**Candra Putra Mangewa<sup>1</sup>, Joyfull Airaputra Paongan<sup>2</sup>, Putri Wulandari<sup>3</sup>**

Fakultas Hukum, Universitas Balikpapan

Jalan Pupuk Raya, Gunung Bahagia, Balikpapan Selatan,

Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, 76114

Email: cmangewa@gmail.com, joyfulpaongan@gmail.com,  
Wulandarii.putrii58@gmail.com

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia sekarang ini menjadikan perusahaan-perusahaan waralaba semakin berkembang pesat diantaranya Indomaret dan Alfamidi. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba disebabkan faktor popularitas *franchise*. Hal ini tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi. Namun keberhasilan ini tentu tidak lepas dampak negatif yang ditimbulkan terhadap Perusahaan perorangan di sekitarnya. Tujuan Penelitian ini adalah untuk mengetahui terkait Perizinan Perusahaan Ritel berjejaring luas yang mana memiliki hambatan Ketika berhadapan dengan regulasi atau program pemerintah daerah di Kota Bontang, serta memberikan jawaban terkait mengapa Perusahaan Ritel berjejaring luas susah untuk mendirikan investasinya di Kota Bontang. Metode penelitian menggunakan bahan hukum primer dan sekunder beserta literatur melalui konsep teoritis dengan pendekatan konseptual, komparatif, dan peraturan perundang-undangan dikaji secara normatif. Penelitian ini diharapkan agar pelaku usaha terkhusus Indomaret dan Alfamidi dapat mempertimbangkan terkait pengurusan izin dan pendirian usaha Ketika diharuskan untuk bernegosiasi dengan Pemerintah Daerah Kota Bontang yang mana memiliki kebijakan sendiri terkait program pemberdayaan UMKM lokalnya. Dengan kemunculan industri ritel berupa pesatnya Alfamidi dan Indomaret yang memberikan tantangan baru terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 jika sebelumnya rekomendasi Diskop-UMKM diperlukan, kini pelaku usaha hanya perlu memiliki Nomor induk Berusaha sebagai identitas dan legalitas usaha. Perubahan ini tentu saja berpengaruh pada pengawasan dan pengendalian jumlah toko modern di Bontang. Meskipun Peraturan Walikota Nomor 34 Tahun 2018 masih berlaku, penerapannya menjadi sulit karena Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021. Peraturan baru ini menempatkan waralaba sebagai usaha berisiko rendah, sehingga perizinannya lebih sederhana.

Kata Kunci: Ritel; Waralaba; Kota Bontang

**ABSTRACT**

*Technological developments and economic growth in Indonesia today have made franchise companies grow rapidly, including Indomaret and Alfamidi. The rapid growth in franchise system sales is due to the popularity factor of the franchise. This is reflected in its ability to offer a business field with a high probability of success. However, this success certainly cannot be separated from the negative impact it has on the surrounding individual companies. The purpose of this research is to find out about the licensing of wide-network retail companies which have obstacles when dealing with regulations or local government programs in Bontang City, as well as to provide answers related to why it is difficult for*

*wide-network Retail Companies to establish their investment in Bontang City. The research method uses primary and secondary legal materials along with literature through theoretical concepts with a conceptual, comparative, and normative approach to laws and regulations. This research is expected so that business actors, especially Indomaret and Alfamidi, can consider the management of permits and business establishment when required to negotiate with the Bontang City Regional Government which has its own policies related to the local MSME empowerment program. With the emergence of the retail industry in the form of the rapid rise of Alfamidi and Indomaret which provides a new challenge to Government Regulation Number 5 of 2021 if previously the recommendation of the Diskop-MSMEs was needed, now business actors only need to have a Business Identification Number as a business identity and legality. This change of course has an effect on the supervision and control of the number of modern stores in Bontang. Although Mayor Regulation Number 34 of 2018 is still in effect, its implementation has become difficult due to Government Regulation Number 5 of 2021. This new regulation places franchising as a low-risk business, so the licensing is simpler.*

*Keywords: Retail, Franchising, Bontang City*

## **I. PENDAHULUAN**

Manusia sebagai makhluk sosial membutuhkan orang lain untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya, oleh karena itu lahirlah pasar sebagai wadah untuk memfasilitasi aktivitas jual-beli antara produsen dan konsumen. Lebih lanjut lagi “pasar” diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 pada Pasal 1 Ayat 42 mendefinisikan pasar rakyat sebagai “tempat usaha yang ditata, dibangun dan dikelola oleh Pemerintah, Pemerintah Daerah, swasta, Badan Usaha Milik Negara dan atau Badan Usaha Milik Daerah, dapat berupa toko/kios, los dan tenda yang dimiliki/dikelola oleh pedagang kecil dan menengah, swadaya masyarakat atau koperasi serta UMKM dengan proses jual beli barang melalui tawar-menawar” pengertian ini lekat dengan pemahaman yang masyarakat ketahui tentang pasar.

Namun seiring dengan berjalannya waktu masyarakat lebih condong menyukai hal-hal yang lebih modern dan efektif, hadirnya toko swalayan sebagai jawaban atas permasalahan tersebut membuat minat masyarakat lebih tinggi untuk berbelanja pada jenis usaha retail, pengertian swalayan sendiri termasuk dalam Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 pasal 1 ayat 26. Bisnis retail sendiri merupakan suatu usaha yang bertujuan untuk menjual barang maupun jasa pada konsumen dalam satuan ecer, biasanya pembelian dalam suatu ecer bukan untuk dijual kembali karena biasanya dipergunakan untuk kebutuhan konsumen secara pribadi. Menurut data dari Nielsen pada 2022 terdapat peningkatan 4% untuk jenis usaha ritel dengan spesifikasi toko swalayan. Indonesia sendiri mengalami angka peningkatan yang cukup tinggi yakni naik sebesar 1.75 jika dibandingkan pada bulan Desember 2022 hanya 0.7%

Hubungan hukum antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) timbul karena adanya perjanjian. Hubungan hukum yang tercipta antara lain adalah hak pemanfaatan atau penggunaan hak atas intelektual dari ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak pemberi waralaba (*franchisor*). Hak atas intelektual yang dimaksud meliputi merek, nama dagang, desain, logo, hak cipta, rahasia dagang dan paten

Sehubungan dengan hal tersebut pada tingkat nasional pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Bidang Usaha Penanaman Modal dengan Persyaratan di Bidang Penanaman Modal yang mendukung semangat untuk menjalankan bisnis ritel secara bebas, maju dan progresif. Tetapi pada pengaplikasiannya terdapat beberapa peraturan daerah yang dianggap menyimpang atau terdapat inkonsistensi dengan Peraturan Presiden tersebut, secara nyata dapat ditemukan pada salah satu provinsi di Indonesia yaitu Provinsi Kalimantan Timur tepatnya di Kota Balikpapan dimana Pemerintah Daerah lebih

memprioritaskan untuk mendukung UMKM dan mereduksi tumbuhnya bisnis ritel seperti Indomaret dan Alfamidi.

Namun terkait beberapa perbedaan pendapat di berbagai daerah terkait izin penanam modal usaha, tak dapat dipungkiri bahwa hal tersebut juga merupakan wewenang dari kepala daerah sesuai dengan Pasal 18 ayat 2 UUD 1945. Salah satu bisnis ritel yang memiliki aturan unik terkait perizinan pendirian usaha berada di daerah Bontang Kalimantan Timur. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya industri ritel berjejaring luas seperti Indomaret dan Alfamid di daerah tersebut. Terkait kebijakan tersebut juga akan memberi dampak akan tumbuhnya swalayan lokal yang berapa di tiap sudut Kota Bontang beserta dianggap mampu memberdayakan nilai budaya dan sosial ditengah masyarakat Kota Bontang. Penelitian ini mengkaji secara spesifik tentang pendirian perusahaan ritel berjenjang yang beroperasi sebagai waralaba, yang mungkin belum banyak diteliti di konteks Kota Bontang. Ini memberikan perspektif baru dalam memahami dinamika usaha ritel dalam kerangka hukum. Dengan menyoroti peran pemerintah Kota Bontang dalam memberikan izin dan regulasi terkait usaha ritel, penelitian ini menawarkan analisis mendalam tentang bagaimana kebijakan lokal berpengaruh terhadap pendirian usaha ritel. Hal ini dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang ingin mengeksplorasi dampak kebijakan pemerintah daerah terhadap sektor usaha. Penelitian ini tidak hanya membahas aspek yuridis, tetapi juga mengidentifikasi hambatan praktis yang dihadapi oleh pelaku usaha dalam memperoleh izin, seperti birokrasi yang rumit atau kurangnya sosialisasi tentang peraturan. Ini memberikan wawasan baru tentang tantangan yang dihadapi oleh pengusaha di lapangan. Penelitian ini dapat berkontribusi pada peningkatan kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha mengenai pentingnya perizinan dan kepatuhan terhadap regulasi, serta dampak dari pelanggaran hukum Dengan menganalisis praktik penegakan hukum yang ada, penelitian ini dapat membantu mengembangkan model atau strategi baru untuk penegakan hukum administrasi yang lebih efektif, yang dapat diterapkan di daerah lain.

Sehingga dengan adanya lingkungan bisnis yang berbeda antar Kota Bontang dan daerah lain di Indonesia. Sebab pada dasarnya Indomaret dan Alfamidi yang telah tersebar di beberapa daerah di Indonesia akan mengakibatkan Perusahaan ritel lokal akan kesulitan untuk bersaing dalam hal kualitas, teknologi, manajemen keuangan maupun pelayanan yang dimiliki. Sehingga dengan ketiadaan Indomaret dan Alfamidi tersebut dianggap akan memberikan peluang lebih besar pada pengusaha lokal di Kota Bontang.

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan teknologi dan pertumbuhan perekonomian di Indonesia sekarang ini menjadikan perusahaan-perusahaan waralaba semakin berkembang pesat diantaranya Indomaret dan Alfamidi. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba disebabkan faktor popularitas *franchise*. Hal ini tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi. Namun keberhasilan ini tentu tidak lepas dampak negatif yang ditimbulkan terhadap Perusahaan perorangan di sekitarnya. Minat masyarakat untuk berbelanja di minimarket juga meningkat karena adanya pendapat bahwa pasar modern (termasuk minimarket) lebih rapi, bersih dan praktis daripada pasar tradisional.

Hal ini merupakan pergeseran dari kebutuhan fungsional menjadi kebutuhan psikologi kebutuhan fungsional (*functional needs*) adalah kebutuhan yang berhubungan langsung dengan bentuk atau penampilan (*performance*) dari produk, sedangkan kebutuhan psikologis (*psychological needs*) adalah kebutuhan yang diasosiasikan dengan kebutuhan yang bersifat mental dari konsumen yang dapat terpenuhi dengan berbelanja ataupun membeli sebuah produk.

Di Indonesia bisnis penjualan secara retail semacam franchise mulai dikembangkan, misalnya, Pertamina yang memelopori penjualan bensin secara retail melalui Stasiun Pompa Bensin Umum (SPBU) berdasarkan lisensi pompa bensin yang diberikan oleh Pertamina dan perusahaan Jamu Nyonya Meneer yang melisensikan penjualan jamu kepada pengusaha obat tradisional. Karena sistem franchise begitu menarik dan menguntungkan bagi dunia usaha bisnis franchise asing masuk ke dan berkembang pesat di Indonesia dengan memberi lisensi kepada pengusaha lokal, seperti perusahaan lokal, seperti perusahaan Coca Cola, Kentucky Fried Chicken, Dunkin Donat, dan lain-lain.

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Konsep waralaba ini mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba. Bisnis waralaba ini terdiri atas konsep bisnis yang menyeluruh, sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep franchise dan proses bantuan yang terus menerus. Pada saat ini, waralaba terus berkembang dengan pesat di seluruh dunia. Banyak perusahaan besar menggunakan model waralaba untuk memperluas jaringan bisnis mereka, termasuk di Indonesia.

Waralaba makanan dan minuman (mamin) menjadi primadona pilihan dengan nilai omzet yang sangat tinggi. UMKM lokal seringkali menghadapi keterbatasan sumber daya, baik dari segi modal, SDM, maupun infrastruktur. Hal ini dapat membuat UMKM lokal sulit untuk bersaing dengan waralaba yang memiliki sumber daya yang lebih lengkap. Pertumbuhan pasar dan teknologi terus berubah, sehingga waralaba yang dapat beradaptasi dengan cepat memiliki keunggulan kompetitif. Hal ini dapat membuat waralaba lebih sulit untuk dikalahkan oleh UMKM lokal yang mungkin tidak dapat beradaptasi dengan cepat.

Maka dari itu, perkembangannya pun telah merambat dari kota besar sampai ke kota kecil. Tentu saja akibatnya menimbulkan persaingan berat bagi pengusaha kecil lokal yang bergerak di bidang usaha yang sejenis. Karena bisnis franchise begitu menarik dan menguntungkan, pemerintah berkepentingan untuk mengembangkan bisnis ini di Indonesia guna terciptanya iklim kemitraan usaha melalui pemanfaatan lisensi sistem franchise. Melalui sistem franchise ini, kegiatan usaha pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan, manajemen pelayanan, dan merek dagang/jasa pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan lisensi *franchise*.

Dengan demikian, waralaba memiliki dampak yang kompleks terhadap perekonomian lokal di Indonesia. Sementara waralaba dapat menciptakan lapangan kerja baru dan meningkatkan produktivitas masyarakat, juga dapat mengancam keberlangsungan usaha kecil dan membuat UMKM lokal ketergantungan pada merek dagang. Oleh karena itu, perlu adanya regulasi yang lebih baik dan dukungan yang lebih komprehensif untuk UMKM lokal agar mereka dapat bersaing dengan waralaba secara adil.

Terkait dengan kebutuhan masyarakat mengenai kebutuhan minimarket modern, pemerintah menerbitkan peraturan mengenai toko modern diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 Tahun 2007 Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern. Kota Bontang merupakan sebuah kota di Provinsi Kalimantan Timur, Indonesia Kota ini terletak sekitar 120 Km<sup>2</sup> dari Kota Samarinda dan berbatasan langsung dengan Kabupaten Kutai Timur di utara dan barat, Kabupaten Kutai Kartanegara di Selatan, dan Selat Makassar di timur. Jumlah masyarakat di Kota Bontang pada pertengahan Tahun 2023 mencapai 187.446 jiwa<sup>2</sup>.

Fenomena yang terjadi adalah munculnya minimarket-minimarket *franchise* seperti Indomaret dan Alfamidi di Kota Bontang dalam kurun waktu 5 tahun terakhir. Mengenai jarak antar minimarket tersebut dengan pasar tradisional yang saling berdekatan, hal tersebut berkaitan dengan masalah perizinan pendirian toko modern (minimarket). Suatu toko modern (minimarket) harus memiliki izin pendirian yang disebut dengan Izin Usaha Toko Modern (IUTM) yang diterbitkan oleh Walikota/Bupati. Kemudian kewenangan untuk menerbitkan IUTM ini dapat didelegasikan kepada Kepala Dinas/Unit yang bertanggung jawab di bidang perdagangan atau pejabat yang bertanggung jawab dalam pelaksanaan Pelayanan Terpadu Satu Pintu setempat. Namun, masalah yang muncul adalah ketidaktahuan masyarakat mengenai tempat untuk mengadukan atau melapor pelanggaran serta persepsi negatif masyarakat terkait biaya penyelesaian perkaranya yang dianggap mahal. Pemerintah Kota Bontang telah menetapkan berbagai peraturan daerah yang mengatur pendirian dan operasional usaha ritel, termasuk waralaba. Salah satu regulasi penting adalah Perda No. 23 Tahun 2002 yang mengatur tentang Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) dan persyaratan lainnya untuk usaha ritel.

Usaha ritel yang melanggar ketentuan peraturan daerah dapat dikenakan sanksi administratif, termasuk denda atau pencabutan izin operasional. Ini bertujuan untuk memberikan efek jera bagi pelanggar dan mendorong kepatuhan terhadap regulasi. Pemerintah secara rutin melakukan pemeriksaan terhadap izin usaha yang dimiliki oleh perusahaan ritel. Proses ini memastikan bahwa semua usaha beroperasi sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku. Selain penegakan hukum, pemerintah juga melakukan sosialisasi kepada pemilik usaha mengenai pentingnya perizinan dan konsekuensi dari beroperasi tanpa izin. Edukasi ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran hukum di kalangan pelaku usaha. Hal ini menunjukkan komitmen pemerintah dalam menciptakan iklim usaha yang teratur dan sesuai dengan ketentuan hukum. Pemerintah melalui Dinas Perindustrian, Perdagangan, Koperasi, dan UKM (DPPKUKM) aktif melakukan sosialisasi dan fasilitasi pendaftaran izin usaha bagi wirausaha baru. Kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pelaku usaha tentang pentingnya legalitas dalam berbisnis dan untuk memastikan bahwa semua usaha ritel mematuhi peraturan yang berlaku. Pemerintah melakukan pengawasan terhadap operasional usaha ritel untuk memastikan bahwa semua bisnis memiliki izin yang sah. Pengawasan ini mencakup pemeriksaan berkala dan penertiban terhadap usaha yang tidak mematuhi ketentuan perizinan. Usaha yang ditemukan beroperasi tanpa izin dapat dikenakan sanksi administratif.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang muncul dan perlu mendapatkan jawaban-jawaban dalam peneliti yaitu:

1. Bagaimana pelaksanaan kebijakan Pemerintah Daerah dalam mengoperasikan wewenangnya untuk menghambat masuknya ritel waralaba Indomaret dan Alfamidi di Kota Bontang?
2. Faktor apa yang menghambat pendirian ritel waralaba Indomaret dan Alfamidi?

## **C. Metode**

Penelitian ini dibentuk berdasarkan kajian yuridis empiris dan metode penelitian ini menggunakan bahan hukum primer dan sekunder beserta literatur melalui konsep-konsep teoritis dengan pendekatan konseptual (*conceptual approach*), komparatif, dan peraturan perundang-undangan (*statue approach*). Secara Teknik analisis berupa bahan hukum dengan Teknik evaluatif, Teknik deskriptif dan argumentatif.

## D. Tinjauan Pustaka

### 1. Pengertian Waralaba

Istilah *franchise* dipakai sebagai padanan istilah Bahasa Indonesia “waralaba”. Waralaba terdiri atas kata “wara” dan “laba”. Wara artinya lebih atau Istimewa, sedangkan laba artinya untung. Jadi, menurut arti kata, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba Istimewa. Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (LPPM) di Jakarta. Namun, dalam dunia bisnis para pelaku bisnis di Indonesia lebih mengenal dan senang menggunakan istilah aslinya *franchise* daripada waralaba. Kedua istilah tersebut muncul dalam hukum bisnis di Indonesia<sup>1</sup>.

Franchise berasal dari B. Prancis kuno yang berarti “bebas”. Konsep franchise berkembang di Jerman Tahun 1840-an, dikenal hak khusus untuk menjual makanan dan minuman. Konsep franchise berkembang pesat di Amerika, di mulai tahun 1951 perusahaan mesin jahit Singer membuat perjanjian secara tertulis, sehingga dapat disebut sebagai pelopor perjanjian franchise modern. Dan akan dijelaskan lebih lanjut mengenai sejarah franchise di bawah ini uraiannya. Sejarah franchise pertama kali lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai memperkenalkan konsep franchising sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya. Demikian pula perusahaan- perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan bir produksi pabrik yang bersangkutan, serta distribusi atau penjualan mobil dan bensin. Franchise pada saat itu dilakukan pada tingkat distributor.<sup>9</sup> Franchise dengan cepat menjadi model yang dominan dalam mendistribusikan barang dan jasa di Amerika Serikat. Menurut The International Franchise Association, sekarang ini satu dari dua belas usaha perdagangan di Amerika Serikat adalah franchise. Franchise menyerap delapan juta tenaga kerja dan mencapai empat puluh satu persen dari seluruh bisnis eceran di Amerika Serikat.

*Franchise* berasal dari Bahasa Prancis, yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak. Pengertian *franchise* dapat dilihat dari 2 (dua) aspek, yaitu aspek yuridis dan bisnis.

*Franchise* adalah pemilik dari sebuah merek dagang, nama, dagang, sebuah rahasia dagang, paten, atau produk (biasanya disebut “*franchisor*”) yang memberikan lisensi ke pihak lain (biasanya disebut “*franchisee*”) untuk menjual atau memberi pelayanan dari produk di bawah nama franchisor. Franchisee biasanya membayar semacam fee (*royalty*) kepada *franchisor* terhadap aktivitas yang mereka lakukan. Dari pengertian, defines maupun rumusan yang telah diberikan di atas, maka pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan ada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi.

Pasal 1 Ayat (1)

“hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.

<sup>1</sup> Taslim and Kasih, “Pengembangan Usaha Menjadi Waralaba Kios Modern Lower Mart.”.

Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif artinya seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berbeda dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperolehnya dari pemberi waralaba. *British Franchise Association* (BFA) mendefinisikan franchise sebagai berikut: franchise adalah contractual licence yang diberikan oleh suatu pihak (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*) yang:

- a. Mengizinkan *franchisee* untuk menjalankan usaha selama periode *franchise* berlangsung, suatu usaha tertentu yang menjadi milik *franchisor*.
- b. *Franchisor* berhak untuk menjalankan kontrol yang berlanjut selama periode *franchise*.
- c. Mengharuskan *franchisor* untuk memberikan bantuan pada *franchisee* dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subjek *franchisenya* (berhubungan dengan pemberian pelatihan, merchandising atau lainnya).
- d. Mewajibkan *franchisee* untuk secara periodik *franchise* berlangsung, membayar sejumlah uang sebagai pembayaran atas *franchise* atau produk atau jasa yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.
- e. Bukan merupakan transaksi antara perusahaan induk (*holding company*) dengan cabangnya atau antara cabang dan perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.

Dari pengertian, definisi maupun rumusan yang telah diberikan di atas, maka pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi.

Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif artinya seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berbeda dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperolehnya dari pemberi waralaba.

## 2. Kriteria Pendirian Waralaba

Pemerintah dalam rangka menjaga agar suatu usaha bisnis waralaba memiliki kemampuan untuk menjalankan usaha serta membimbing *franchise* dengan baik, maka secara tegas peraturan pemerintah menyatakan bagaimana kriteria usaha yang dapat dikatakan sebagai waralaba. Pasal 3 Peraturan Pemerintah 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menegaskan bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan (dibuat tertulis);
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan;
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Kriteria di atas ditegaskan kembali pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disingkat Permendag Nomor 53 Tahun 2012) sehingga dapat dikatakan kriteria diatas merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi oleh pemberi waralaba atau *franchise* untuk menjalankan atau agak dikatakan bahwa bisnisnya layak menjadi bisnis dengan pola waralaba. *East Asian Executive Repot* pada tahun 1983 menggolongkan franchise menjadi tiga macam, yaitu antara lain sebagai berikut:

- a. Product Franchise, suatu bentuk Franchise dimana penerima Franchise hanya bertindak mendistribusikan saja produk dari patnernya dengan pembatasan areal, seperti pengecer bahan bakar Shell atau British Petroleum;
- b. Processing Franchise or Manufacturing Franchise, di sini pemberi franchise hanya memegang peranan memberi Know-how, dari suatu proses produksi seperti minuman Coca Cola atau Fanta.
- c. Bussiness Format atau System Franchise, dimana pemberi franchise sudah memiliki cara yang unik dalam menyajikan produk dalam satu paket, kepada konsumen. Seperti Dunkin Donuts, KFC, Pizza Hut, dan lain-lain.

Dalam bentuknya sebagai bisnis, waralaba memiliki dua jenis kegiatan:

- a. Waralaba produk dan merek dagang;
- b. Waralaba format bisnis.

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.

Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran royalti dimuka, dan selanjutnya pemberian waralaba memperoleh keuntungan (yang sering juga disebut dengan royalti berjalan) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, waralaba produk dan merek dagang seringkali mengambil bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan.<sup>2</sup>

### 3. Karakteristik Waralaba

Adanya unsur-unsur dalam waralaba ini memberikan karakteristik khusus bagi kegiatan waralaba, diantaranya adalah adanya para pihak yang disebut *franchisor* dan *franchisee*, adanya keunikan produk yang akan diwaralabakan, memiliki konsep bisnis total, pihak *franchisee* dapat menjual atau memakai produk yang diciptakan oleh *franchisor*, adanya imbal balik yang diberikan oleh franchisee kepada franchisor berupa *royalty fee* yang telah ditentukan jumlahnya, pembelian bahan baku produk melalui *franchisor*, dan mendapat bantuan promosi dari *franchisor*, serta kemudahan bagi *franchisee* untuk mengembangkan bisnisnya karena kebanyakan produk yang

---

<sup>2</sup> Jordan, "Tanggung Jawab Franchisor Atas Kesalahan Branding Image Ditinjau Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata."



diwaralabakan sudah berkembang dan banyak dikenal masyarakat luas. Adapun karakteristik dasar *franchise* antara lain sebagai berikut:<sup>3</sup>

1. Harus ada suatu perjanjian (kontrak) tertulis, yang mewakili kepentingan yang seimbang antara *franchisor* dengan *franchisee*;
2. *Franchisor* harus memberikan pelatihan dalam segala aspek bisnis yang akan dimasukan;
3. *Franchisee* diperbolehkan (dalam kendali *franchisor*) beroperasi dengan menggunakan nama/merek dagang, format dan atau prosedur, serta segala nama (reputasi) baik yang dimiliki *franchisor*;
4. *Franchisee* harus mengadakan investasi yang berasal dan sumber dananya sendiri atau dengan dukungan sumber dana lain (misalnya kredit perbankan);
5. *Franchisee* berhak secara penuh mengelola bisnisnya sendiri;
6. *Franchisee* membayar fee dan atau *royalty* kepada *franchisor* atas hak yang didapatnya dan atas bantuan yang terus menerus diberikan oleh *franchisor*;
7. *Franchisee* berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu dimana ia adalah satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya;
8. Transaksi yang terjadi antara *franchisor* dengan *franchisee* bukan merupakan transaksi yang terjadi antara cabang dari Perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan Perusahaan yang dikontrolnya;<sup>4</sup>

## II. PEMBAHASAN

### A. Kebijakan Pemerintah Daerah Dalam Kewenangannya Menghambat Masuknya Ritel Berjejaring Waralaba Di Kota Bontang

Di Kota Bontang, Perusahaan ritel berjejaring memang sulit ditemukan, karena terkait masalah perizinan yang memiliki kriteria persyaratan agar dapat menyajikan produk-produk UMKM lokal dari Kota Bontang. Akan tetapi persyaratan memang belum diatur secara tertulis dalam sebuah Peraturan Daerah Kota Bontang, akan tetapi berasal dari Pemerintah Kota Bontang sendiri terhadap Permendag Nomor 18 Tahun 2022 jo Permendag Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Jika dilihat isi dari Permendag tersebut, dapat diketahui bahwa kemitraan yang melibatkan dengan UMKM sedikit disinggung sebagai rekomendasi pemerintah daerah dan perusahaan ritel selama kedua belah pihak sama-sama menyepakatinya secara tertulis.

Namun, dalam peraturan tersebut memang UMKM tidak disebut sebagai kriteria yang utama dalam hal mengoperasikan Perusahaan ritel berjejaring di Kota Bontang, tetapi terdapat beberapa jenis kemitraan yang dapat dijalin. Akan tetapi, yang menjadi fokus utama Pemerintah Kota Bontang yaitu kerja sama terkait penyediaan pasokan barang dan pemasaran produk-produk lokal dari para UMKM lokal di Kota Bontang.

Sebenarnya Pemerintah Kota Bontang mengharapkan setiap ritel berjejaring di Kota Bontang dapat memenuhi persyaratan atau kriteria yang mana 20% barang yang dijual berasal dari produk local mereka. Hal tersebut tentu saja bertujuan membantu perekonomian lokal dari masyarakatnya sehingga produk lokal dapat masuk ke dalam jaringan distribusi. Selain itu kebijakan Pemerintah Kota Bontang terkait sulitnya izin adanya pendirian Indomaret dan Alfamidi di Kota Bontang yaitu untuk mencegah kekhawatiran yang dapat ditimbulkan oleh

<sup>3</sup> Pramono, *Cara Memilih Waralaba Yang Menjanjikan Profit*.

<sup>4</sup> Jordan, "Tanggung Jawab Franchisor Atas Kesalahan Branding Image Ditinjau Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata."

duan waralaba tersebut yang dapat mematikan para pedagang kecil dan bisnis-bisnis kecil di kota Bontang.

Adanya kriteria untuk penyerapan produk UMKM lokal di Kota Bontang merupakan salah satu hal yang menghambat masuknya ritel berjejaring. Kriteria yang diharapkan oleh Pemerintah Kota Bontang tersebut sebenarnya lebih mungkin diterapkan bagi ritel yang pengelolaannya menggunakan pola perdagangan umum dan juga waralaba karena pengelola daerah langsung menjadi bagian Perusahaan (*company owned outlet*). Lain halnya dengan ritel yang pengelolaannya secara waralaba seperti Indomaret dan Alfamidi, hal tersebut lebih sulit jika harus memenuhi kriteria menyerap hingga 20% produk lokal Kota Bontang karena pengelola di daerah itu biasanya hanya memiliki status sebagai pembeli dari produk yang ditawarkan oleh Perusahaan waralaba tersebut. Pembeli tidak memiliki mekanisme tersendiri untuk mengatur pasokan barangnya. Hal ini dapat dilihat dari tidak adanya gerai Indomaret dan Alfamidi di Kota Bontang. Menurut data yang diperoleh penulis, gerai Indomaret sendiri yang mana 60% gerainya adalah milik masyarakat atau berasal dari mitra waralaba yang memiliki sistem membeli hak waralaba. Jadi, pembeli dari produk yang ditawarkan waralaba Indomaret maupun Alfamidi hanya dapat mengikuti aturan yang telah disepakati oleh pemilik waralaba tersebut<sup>5</sup>.

Hal ini yang menjadi penghambat sulitnya komunikasi dengan pemerintah Kota Bontang dalam membicarakan kemitraan dengan para UKM lokal Kota Bontang. Sementara dari sisi lain, pemilik waralaba memiliki pertimbangan sendiri terkait kriteria yang diajukan oleh Pemerintah Kota Bontang, hal tersebut juga dapat mengurangi potensi yang dapat diraih Perusahaan waralaba Indomaret dan Alfamidi untuk memperoleh keuntungan yang telah ditargetkan. Sehingga usaha untuk memperluas gerai waralaba Indomaret dan Alfamidi di Kota Bontang bukan menjadi hal yang begitu mendesak.

Aturan terkait operasional yang sedemikian rupa mulai dari mekanisme jaringan pendistribusian, pemasaran produk, hingga pembagian keuntungan sudah diatur oleh pemilik waralaba. Pemerintah Kota Padang menilai mekanisme dari ritel waralaba tersebut tidak memiliki kontribusi yang signifikan karena jumlah dari bagi hasil usahanya akan tetap lebih besar bagi Perusahaan waralaba pusat daripada UMKM lokal. Oleh karena itu, pemerintah Kota Bontang menilai mekanisme dari ritel waralaba tersebut tidak memiliki kontribusi yang signifikan karena jumlah dari bagi hasil usahanya akan tetap lebih besar bagi Perusahaan waralaba pusat daripada UMKM lokal. Oleh karena itu, pemerintah Kota Bontang memilih untuk mendirikan sendiri Perusahaan daerah untuk mengelola jaringan seperti toko swalayan di Kalimantan Timur. Tujuannya jelas saja untuk memajukan ekonomi masyarakat Bontang.

Adapun alasan lain yang menjadi penghambat masuknya Alfamidi dan Indomaret yaitu terkait Peraturan Daerah yang mengatur zonasi yang menjadi persyaratan untuk Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Satu Pintu (DPMPSTP) agar penerbitan IUTM bertolak belakang dengan Pasal 50 Peraturan Pemerintah Nomor 29 Tahun 2021 tentang Penyelenggaraan Bidang Perdagangan. Dimana Perusahaan ritel seperti waralaba Alfamidi dan Indomaret yang merupakan pelaku usaha distribusi dengan sistem penjualan langsung kepada pembeli wajib mempunyai perizinan berusaha toko modern sehingga menyebabkan Alfamidi dan Indomaret sulit masuk di Kota Bontang karena tidak terdapat regulasi tentang Izin Usaha Toko modern (IUTM).

---

<sup>5</sup> Nurzahrh et al., "Tinjauan Yuridis Terhadap Pendirian Perusahaan Ritel Berjejaring Terhadap Waralaba Indomaret Dan Alfamart Di Kota Padang."

Dokumen tersebut penting sebagai legalitas perusahaan ritel berjangkauan. Yang mana pemasok juga Sebagian besar memiliki persyaratan kepemilikan IUTM agar Perusahaan ritel tersebut mendapat pemasok barang dari mereka. Hal-hal seperti ini umum berlaku bagi para ritel waralaba seperti halnya Alfamidi dan Indomaret yang mana mensyaratkan kepemilikan IUTM yang harus dipenuhi agar memperoleh pasokan barangnya.

Adanya kewenangan otonomi daerah memberikan kemudahan untuk pemerintah daerah membuat peraturan daerahnya sendiri berupa Peraturan Daerah. Oleh karena itu, adanya permasalahan pasar modern dan pasar tradisional membuat daerah membuat sebuah aturan turunan seperti halnya Provinsi Kalimantan Timur membuat Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2016 Tentang Pembinaan dan Pemberdayaan Pasar Rakyat yang memiliki tujuan untuk memberi sebuah kesempatan dan tempat usaha bagi para pedagang dan pengelola pasar rakyat. Dengan adanya regulasi daerah tersebut menjadi sebuah angin segar untuk para pedagang terutama dalam pembahasan ini yaitu Kota Bontang untuk lebih memberdayakan pasar lokal atau tradisional bagi para pelaku usaha lokal dan pedagang kecil di kota tersebut.

Dengan kemunculan industri ritel berupa pesatnya Alfamidi dan Indomaret yang memberikan tantangan baru terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 jika sebelumnya rekomendasi Diskop-UMKM diperlukan, kini pelaku usaha hanya perlu memiliki Nomor induk Berusaha sebagai identitas dan legalitas usaha. Perubahan ini tentu saja berpengaruh pada pengawasan dan pengendalian jumlah toko modern di Bontang. Meskipun Peraturan Walikota Nomor 34 Tahun 2018 masih berlaku, penerapannya menjadi sulit karena Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021. Peraturan baru ini menempatkan waralaba sebagai usaha berisiko rendah, sehingga perizinannya lebih sederhana.

Hal ini menimbulkan dilemma, dimana peraturan daerah yang bertujuan melindungi pasar tradisional dan UMKM terbentur dengan peraturan pusat yang mempermudah investasi. salah satu contoh nyata pelanggaran kuota toko modern terjadi di Bontang Utara. Kecamatan ini seharusnya hanya memiliki tiga toko modern sesuai Peraturan Walikota Nomor 34 tahun 2018. Namun kenyataannya jumlahnya sudah melebihi kuota, dengan keberadaan Alfamidi di Jalan Awang Long, beberapa Indomaret di berbagai lokasi, dan toko-toko lain yang diduga berafiliasi dengan waralaba tertentu.

Di zaman sekarang yang menjadikan pasar modern berkembang pesat dapat dianggap sebagai ancaman bagi pelaku usaha terutama usaha kecil, pasar tradisional, hingga toko-toko kelontong yang memberikan dampak nyata bagi perekonomian masyarakat kecil. Walaupun jika dilihat secara luas pasar modern juga memberikan manfaat pertumbuhan ekonomi yang cukup signifikan. Di dalam perjanjian pasti terdapat subyek hukum yaitu manusia atau *natuurlijk person* dan Badan Hukum atau *rechtsperson*. Subyek hukum dalam perjanjian diartikan sebagai setiap individu yang memiliki wewenang hukum sebagai pendukung hak dan kewajiban.

Walaupun setiap orang dapat dikategorikan sebagai subyek hukum, namun tidak semua orang dapat menjadi pihak atau sebagai subyek hukum untuk melakukan suatu perjanjian. Setiap orang atau subyek hukum yang akan melakukan perjanjian harus memiliki kecakapan dalam melakukan perjanjian. Kecakapan yang dimaksud adalah cakap hukum yaitu apabila seseorang melakukan suatu perbuatan hukum maka ia dapat dikenakan tindakan hukum. Kecakapan dalam melakukan perjanjian telah diatur dalam buku pertama KUH Perdata tentang orang. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa seseorang dapat dikatakan cakap hukum apabila telah memasuki usia dewasa atau menginjak usia 21 tahun atau telah menikah.

Usaha waralaba memiliki keuntungan seperti mengembangkan usaha dengan cepat tanpa harus mengeluarkan modal, karena modal didapatkan dari pemberian imbal balik oleh penerima

## Artikel

---

waralaba (*franchisee*), Memiliki jaringan bisnis yang luas dengan mengembangkan nama dan citra pemberi waralaba (*franchisor*) melalui penjualan unit-unit usaha *franchise*, Memiliki kesempatan untuk mengikuti pelatihan-pelatihan yang diadakan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dalam rangka pengembangan usaha waralaba yang dapat meliputi petunjuk teknis dibidang pengelolaan keuangan dan manajemen usaha, dan Presentase keberhasilan usaha lebih besar jika dibandingkan dengan memulai usaha baru menggunakan nama dan merek dagang sendiri yang belum banyak dikenal oleh konsumen.

Akan tetapi perlu adanya keseimbangan antara pasar tradisional dan pasar modern, agar pasar tradisional dan usaha-usaha lokal tetap dapat berkembang. Perkembangan industri ritel seperti waralaba Alfamidi dan Indomaret sebenarnya memberikan dampak positif dan negatif. Dari segi positifnya yaitu dapat memberikan lapangan pekerjaan, dapat membantu daerah meningkatkan pendapatannya, sampai dengan untuk memenuhi kebutuhan hidup karena biasanya lokasi Alfamidi maupun Indomaret cenderung dibuat strategis agar menjangkau banyak pembeli. Akan tetapi, jika dilihat dari sisi negatifnya terutama di Kota Bontang, dampaknya yaitu menurunnya pendapatan ekonomi bagi para pedagang pasar tradisional dan toko-toko kelontong karena sepi nya pembeli.

Pembeli cenderung akan memilih membeli kebutuhan di tempat yang praktis tanpa melewati proses tawar menawar seperti yang ditawarkan oleh Alfamidi dan Indomaret yang letaknya strategis dan mudah dijangkau. Hal tersebut juga menjadi perdebatan dari berbagai pihak, terutama di Kota Bontang sehingga dengan adanya Peraturan Walikota Nomor 34 Tahun 2018 tersebut menjadi alasan Pemerintah Kota Bontang untuk membatasi adanya industri ritel berjejaring seperti waralaba Alfamidi dan Indomaret terutama di Kota Bontang agar usaha-usaha lokal dan pasar tradisional asli Bontang tidak kehilangan eksistensinya dan dapat terus berkembang untuk memenuhi kebutuhan dan meningkatkan perekonomian bagi masyarakat Kota Bontang.

### **B. Faktor Penghambat Pendiriannya Ritel Waralaba Di Kota Bontang**

Dalam pendirian Perusahaan Ritel Waralaba diatur dalam peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2021 Tentang Pedoman Pengemabangan, Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan toko Swalayan dan juga Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Bidang usaha Penanaman Modal dengan Persyaratan di Bidang penanaman Modal. Namun disamping adanya regulasi tentang pendirian dan juga pengemban retail, tetap ada pula terkait hambatan suatu perusahaan ritel waralaba dalam pendirian usaha di suatu daerah.

Hal ini dapat dikarenakan Pemerintah daerah Kota Bontang dalam mengintervensi industri ritel dapat terlihat yang pertama, dari proses negosiasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun Walikota Bontang secara langsung mengenai apa yang menjadi fokus kebijakan atau visi misi yang ingin dicapai oleh daerahnya kepada investor, hal ini bertujuan agar perekonomian dalam darahnya dapat berkontribusi secara positif dan juga signifikan dapat dikatakan pula proses negosiasi pemerintah daerah dan juga investor sejalan dengan prosedur perizinan itu sendiri.<sup>6</sup>

Biasanya dalam proses pengajuan khususnya pada perizinan ritel berjejaring, sebelum proses berlangsungnya administrasi Pemerintah Daerah atau Kota Bontang dengan investor atau pengusaha akan dilakukan suatu negosiasi terlebih dahulu. Negosiasi ini merupakan suatu

---

<sup>6</sup> Sofiyannurriyanti and Pandria, "Perumusan Strategi Bisnis Berdasarkan Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Usaha Waralaba."

tahapan yang dapat dikatakan tidak dimasukkan dalam skema di atas tetapi menjadi hal penting pula yang perlu untuk dilakukan oleh investor sebelum pendirian ritel berjejaring. Di dalam perjanjian pasti terdapat subyek hukum yaitu manusia atau *natuurlijk person* dan *Badan Hukum* atau *rechtsperson*. Subyek hukum dalam perjanjian diartikan sebagai setiap individu yang memiliki wewenang hukum sebagai pendukung hak dan kewajiban. Walaupun setiap orang dapat dikategorikan sebagai subyek hukum, namun tidak semua orang dapat menjadi pihak atau sebagai subyek hukum untuk melakukan suatu perjanjian. Setiap orang atau subyek hukum yang akan melakukan perjanjian harus memiliki kecakapan dalam melakukan perjanjian. Kecakapan yang dimaksud adalah cakap hukum yaitu apabila seseorang melakukan suatu perbuatan hukum maka ia dapat dikenakan tindakan hukum. Kecakapan dalam melakukan perjanjian telah diatur dalam buku pertama KUH Perdata tentang orang. Dalam buku tersebut dijelaskan bahwa seseorang dapat dikatakan cakap hukum apabila telah memasuki usia dewasa atau menginjak usia 21 tahun atau telah menikah.<sup>7</sup>

Tujuan negosiasi itu sendiri dapat dikatakan berguna untuk mendiskusikan atau mengharmonisasi terkait *planning* investasi dari investor dan juga rencana pembangunan daerah yang ada di Kota Bontang oleh Pemerintah Daerah agar bisnis kecil atau UKM masyarakat dapat terjaga dan menghindari persaingan pasar. Jadi dapat disimpulkan biasanya investor yang memiliki investasi berskala besar biasanya akan mendatangi terlebih dahulu Pemerintah Daerah Kota Bontang dan juga sebelum mereka mengurus secara administratif sesuai dengan prosedur yang berlaku. Suatu perjanjian dibuat setidaknya mengikat kepentingan dua orang atau lebih. Perjanjian dibuat untuk memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang berkepentingan serta dapat menjadi dasar penyelesaian apabila terdapat suatu permasalahan dikemudian hari agar para pihak terutama pihak yang kepentingannya merasa dirugikan dapat terlindungi. Adapun mengenai syarat sahnya suatu perjanjian telah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata :

1. Adanya kesepakatan antara kedua belah pihak;
2. Kecakapan untuk melakukan perbuatan hukum;
3. Adanya obyek perjanjian berupa suatu pokok persoalan tertentu;
4. Adanya kausa yang halal

Pemahaman terhadap penerapan asas keseimbangan dalam sebuah perjanjian menekankan pada keseimbangan posisi para pihak yang terlibat dalam perjanjian, sehingga tidak ada salah satu pihak yang mendominasi kedudukan dalam perjanjian tersebut. Sebagai contoh dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*franchisor*) sebagai pihak yang memberikan hak khusus untuk menggunakan merek dagang produk atau jasa yang dimilikinya dengan penerima waralaba (*franchisee*) sebagai pihak penerima hak khusus atas penggunaan merek dagang produk atau jasa yang telah dibelinya.

Antara hak dan kewajiban para pihak harus memiliki bobot yang seimbang atau tidak boleh berat sebelah. Tujuan dari pentingnya penerapan asas keseimbangan dalam sebuah perjanjian ini adalah penempatan posisi yang seimbang antara para pihak dalam menentukan hak dan kewajibannya untuk menghindari adanya ketidaksetaraan kedudukan dalam perjanjian. Selain itu, tujuan dari asas keseimbangan adalah menghindari adanya monopoli dan persaingan tidak sehat antar pengusaha yang dapat merugikan pihak lain

Negosiasi yang dihadiri oleh Pemerintah Daerah maupun Walikota dan Investor ini sangat penting karena dalam kasus di Kota Bontang sendiri, pendirian perusahaan ritel berjejaring dapat

---

<sup>7</sup> Subawa and Widhiasthini, *Waralaba 4.0.*

menimbulkan persaingan dan seharusnya memang Pemerintah Daerah Kota Bontang mendiskusikan dan mempertimbangkan terkait rencana daerahnya yang berkaitan dengan tenaga kerja lokal, pemberdayaan UMKM masyarakat lokal dan juga kearifan budaya yang ada disana.

Untuk itu dalam kondisinya, pemerintah akan mempertimbangkan apakah nantinya Perusahaan ritel yang beroperasi di Kota Bontang ini akan mengganggu UMKM masyarakat ataukah memang berkontribusi dalam hal perekonomian daerah. Atas hal itulah yang menyebabkan munculnya suatu tuntutan Pemerintah Daerah terhadap memperbolehkan perusahaan itu berdiri ataupun tidak. Ketika memang perusahaan tersebut mampu maka hal ini menjadi hal yang mudah untuk pengurusan secara administrasi, namun apabila sebaliknya Ketika perusahaan ritel gagal membuktikan bahwa mereka mampu untuk memenuhi kepentingan daerah maka proses investasi mereka dapat dikatakan tidak berlanjut<sup>8</sup>.

### **III. PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

1. Perusahaan ritel berjejaring memang sulit ditemukan di Kota Bontang, karena terkait masalah perizinan yang memiliki kriteria persyaratan agar dapat menyajikan produk-produk UMKM lokal dari Kota Bontang. Akan tetapi persyaratan memang belum diatur secara tertulis dalam sebuah Peraturan Daerah Kota Bontang, akan tetapi berasal dari Pemerintah Kota Bontang sendiri terhadap Permendag Nomor 18 Tahun 2022 jo Permendag Nomor 23 Tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan, dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan Toko Swalayan. Jika dilihat isi dari Permendag tersebut, dapat diketahui bahwa kemitraan yang melibatkan dengan UMKM sedikit disinggung sebagai rekomendasi pemerintah daerah dan perusahaan ritel selama kedua belah pihak sama-sama menyepakatinya secara tertulis. Dengan kemunculan industri ritel berupa pesatnya Alfamidi dan Indomaret yang memberikan tantangan baru terhadap Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021 jika sebelumnya rekomendasi Diskop-UMKM diperlukan, kini pelaku usaha hanya perlu memiliki Nomor induk Berusaha sebagai identitas dan legalitas usaha. Perubahan ini tentu saja berpengaruh pada pengawasan dan pengendalian jumlah toko modern di Bontang. Meskipun Peraturan Walikota Nomor 34 Tahun 2018 masih berlaku, penerapannya menjadi sulit karena Peraturan Pemerintah Nomor 5 Tahun 2021. Peraturan baru ini menempatkan waralaba sebagai usaha berisiko rendah, sehingga perizinannya lebih sederhana.
2. Republik Indonesia Nomor 23 tahun 2021 Tentang Pedoman Pengembangan, Penataan dan Pembinaan Pusat Perbelanjaan dan toko Swalayan dan juga Peraturan Presiden Nomor 10 Tahun 2021 Tentang Bidang usaha Penanaman Modal dengan Persyaratan di Bidang penanaman Modal. Namun disamping adanya regulasi tentang pendirian dan juga pengembalian retail, tetap ada pula terkait hambatan suatu perusahaan ritel waralaba dalam pendirian usaha di suatu daerah. Hal ini dapat dikarenakan Pemerintah daerah Kota Bontang dalam mengintervensi industri ritel dapat terlihat yang pertama, dari proses negosiasi yang dilakukan oleh pemerintah daerah maupun Walikota Bontang secara langsung mengenai apa yang menjadi fokus kebijakan atau visi misi yang ingin dicapai oleh daerahnya kepada investor, hal ini bertujuan agar perekonomian dalam daerahnya dapat berkontribusi secara positif dan juga signifikan

---

<sup>8</sup> Taslim and Kasih, "Pengembangan Usaha Menjadi Waralaba Kios Modern Lower Mart."

dapat dikatakan pula proses negosiasi pemerintah daerah dan juga investor sejalan dengan prosedur perizinan itu sendiri.

## **B. SARAN**

Eksistensi dari Perusahaan ritel waralaba ini ternyata berdampak bagi pedagang. Untuk masalah ini diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat. Pemerintah perlu memperkuat pengawasan dan penegakan hukum terhadap pelanggaran aturan. Pelaku usaha harus lebih bertanggung jawab dan memperhatikan dampak sosial ekonomi dari kegiatan usahanya. Masyarakat juga dapat berperan aktif dengan mendukung pasar tradisional dan UMKM, serta memilih produk-produk lokal yang lebih ramah lingkungan. Pemerintah dapat memberikan pelatihan bisnis yang komprehensif kepada UMKM, termasuk mengenai prinsip-prinsip ekonomi syariah dan manfaat waralaba bagi UMKM. Hal ini dapat dilakukan melalui program-program pelatihan yang diselenggarakan oleh pemerintah atau lembaga-lembaga yang terkait. Meningkatkan promosi dan pemasaran produk dan jasa yang ditawarkan oleh UMKM. Hal ini dapat dilakukan melalui media sosial, iklan di televisi atau radio, dan lain-lain. Mengawasi dan menegakkan hukum dengan efektif untuk mencegah perusahaan ritel berjenjang yang tidak adil. Pemerintah harus memberikan sanksi yang tegas kepada pelanggar, sehingga UMKM dapat beroperasi dengan lebih aman dan adil. Dan serta Mengembangkan infrastruktur yang memadai untuk mendukung pengembangan UMKM. Hal ini termasuk fasilitas pengetahuan, modal, dan teknologi yang diperlukan untuk mengelola bisnis dengan efektif.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Jordan, Yohanes. "Tanggung Jawab Franchisor Atas Kesalahan Branding Image Ditinjau Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata." *Jurnal Riset Ilmu Hukum*, 2021, 39–43. <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRIH/article/view/178>.
- Nurzahrah, Yasmin, Lailatul Fitriyah, Retno Hirowati, Putriana Budhi Pinasty, Gita Sekar Ayuni, Sheilla Syafadita, and Ilham Risyad Habibie. "Tinjauan Yuridis Terhadap Pendirian Perusahaan Ritel Berjejaring Terhadap Waralaba Indomaret Dan Alfamart Di Kota Padang." *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia* 2, no. 5 (2023). <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/humantech/article/view/3322>.
- Pramono, Peni R. *Cara Memilih Waralaba Yang Menjanjikan Profit*. Elex Media Komputindo, 2013.
- Sofyanurriyanti, Sofyanurriyanti, and TM Azis Pandria. "Perumusan Strategi Bisnis Berdasarkan Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Usaha Waralaba." *Jurnal Optimalisasi* 5, no. 2 (2019): 96–106. <http://jurnal.utu.ac.id/joptimalisasi/article/view/1090>.
- Subawa, N. S., and N. W. Widhiasthini. *Waralaba 4.0: Isu, Tren Dan Evolusi Waralaba Di Era Digital*. Vol. 2. Nilacakra, 2020.
- Taslim, Ricky Saputra, and Yulizar Kasih. "Pengembangan Usaha Menjadi Waralaba Kios Modern Lower Mart." In *MDP Student Conference*, 2:443–50, 2023. <https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/msc/article/view/4098>.