

Perbandingan sasaran peruntukan peraturan waralaba antara indonesia dan Prancis: usaha mikro, kecil, dan menengah pada konsep waralaba =
A comparison of Indonesian and French franchise law micro small and medium enterprises in franchising concept

Raditya Ario Pratomo Andjasmoro, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20466465&lokasi=lokal>

Abstrak

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 dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Di Indonesia, waralaba diatur di dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Dalam peraturan tersebut, waralaba diharapkan untuk membantu dan meningkatkan pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba yang mempunyai daya saing. Akan tetapi, dengan tujuan yang dirasa cukup besar, peraturan ini serta undang-undang lain terkait dengan waralaba dan UMKM dirasa belum memberikan porsi yang pas dalam keterlibatan UMKM didalam dunia usaha waralaba.

Metode penelitian yang dipakai dalam penulisan skripsi ini adalah penelitian yuridis normatif. Penelitian yuridis dilakukan dengan penelitian hukum kepustakaan dan melakukan perbandingan Peraturan Waralaba No. 16 Tahun 1997 dan Peraturan Waralaba No. 42 Tahun 2007 untuk melihat seberapa jauh perkembangan waralaba di Indonesia. Selain itu, penulis juga akan melakukan perbandingan terhadap hukum waralaba di Indonesia dan Prancis, untuk melihat perspektif lain terhadap dunia waralaba yang semakin besar di era globalisasi sekarang ini. Selanjutnya penulis juga akan melakukan wawancara dengan pelaku usaha waralaba, untuk melihat sejauh manakah peraturan waralaba yaitu PP No. 42 Tahun 2007 diimplementasikan oleh para pelaku usaha dan melihat keterlibatan UMKM di dalamnya.

.....

Franchise is a special right owned by an individual or a business entity to a business system with a business characteristic in order to sell goods and or services that have proven successful and can be utilized and or used by other parties under a franchise agreement. In Indonesia, franchising is ruled by Government Regulation No. 42 of 2007 regarding Franchising. Under that regulation, franchises are expected to help and increase Micro, Small and Medium Entrepreneurs MSME to grow as competitive givers. However, with the considerable objective, this regulation and other laws related to franchising and MSMEs are deemed to have not provided the right portion of MSME involvement in the franchise business.

The research method used in writing this thesis is normative juridical research. Juridical research was conducted by literary research and conducted a comparison of the Franchise Regulation No. 16 of 1997 and Franchise Regulation No. 42 Year 2007 to see how far franchise development in Indonesia. In addition, the author will also make comparisons to the law of franchising in Indonesia and France, to see other perspectives on the world of franchises are growing in the current era of globalization. Furthermore, the author will also conduct interviews with franchisors, to see the implementation of the Government Regulation No. 42 of 2007 by business actors and see the involvement of MSME in it.