



Tinjauan Hukum Terhadap Eksistensi Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Di Indonesia

Ayesha Tasya Izulkha¹, Urbanisasi²

^{1,2} Universitas Tarumanagara

Abstract

Received: 23 Oktober 2023

Revised: 30 Oktober 2023

Accepted: 06 November 2023

Franchising is a business concept in which a brand owner grants a license to sell its products with the intellectual property owned by the brand under a contractual agreement. Franchise agreements include unnamed agreements, also known as innominat agreements, which are regulated outside the Civil Code. The purpose of this study is to examine more deeply the existence of the implementation of franchise agreements, as well as the form of legal protection for franchisees in Indonesia. The research method in this study is the normative juridical method. This approach is done by looking in terms of applicable laws and regulations, especially regarding the existence of franchises and their legal protection according to Government Regulation No. 42 of 2007. The results of the study reveal that the establishment of a franchise must meet the legal requirements stipulated in Article 1320 of the Civil Code, as well as the form of legal protection for franchisees listed in Article 7 of the Minister of Trade Regulation No. 12 of 2006 so that the franchisor cannot unilaterally terminate the agreement with the franchisee.

Keywords: Franchise, Franchise Agreement, Legal Protection, Franchisor, Franchisee

(*) Corresponding Author: ayesha.205210332@stu.untar.ac.id

How to Cite: Izulkha, A. T., & Urbanisasi, U. (2023). Tinjauan Hukum Terhadap Eksistensi Waralaba Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Di Indonesia. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10089139>.

PEMBAHASAN

Di berbagai sektor dan negara di seluruh dunia, terutama dalam bidang perdagangan dan jasa, salah satu usaha yang populer dan berkembang saat ini adalah usaha waralaba. Waralaba adalah konsep bisnis di mana pemilik merek memberikan izin untuk menjual produknya dengan menggunakan kekayaan intelektual merek tersebut di bawah kontrak perjanjian. Waralaba belakangan ini menjadi pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha, mengingat bahwa bisnis yang diwaralabakan telah teruji dan berhasil di bidangnya, sehingga dianggap mampu "menjamin" keuntungan. Oleh karena itu, faktor-faktor ini menarik minat masyarakat secara luas terhadap bisnis ini. Dengan konsep waralaba, seseorang tidak perlu memulai dari awal, karena waralaba memiliki sistem yang komprehensif yang memungkinkan penerima waralaba menjalankan bisnis mereka dengan baik. Waralaba, atau yang biasa disebut franchise, adalah pemberian izin oleh pemilik merek kepada penerima waralaba untuk menggunakan Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) mereka dengan membayar royalti kepada pemilik HaKI tersebut. Istilah "franchise" juga dapat digunakan untuk menggambarkan lisensi yang memungkinkan pemberi waralaba menggunakan berbagai HaKI, seperti nama dagang, logo, desain, dan paten. Selain itu, perjanjian waralaba juga terkait dengan perjanjian lain, seperti hutang-piutang, sewa menyewa, dan jual beli.

Waralaba merupakan konsep bisnis yang memberikan peluang kepada pihak yang tertarik untuk memulai usaha dengan memanfaatkan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan lainnya dari pemberi waralaba yang telah mapan. Konsep ini melibatkan pemberian lisensi oleh pemilik merek kepada penerima waralaba untuk menjual produk atau jasa menggunakan kekayaan intelektual merek tersebut di bawah perjanjian waralaba.

Pada dasarnya, setiap transaksi bisnis memerlukan suatu perjanjian sebagai dasar atau aturan main. Hal ini sangat penting dalam bidang hukum perikatan, karena banyak transaksi bisnis didasarkan pada perjanjian yang tidak diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHP) dan disebut sebagai perjanjian *innominaat*. Sebaliknya, mereka menggunakan konsep perjanjian yang ada dalam sistem hukum *common law*, salah satunya adalah perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba ini paling tidak melibatkan dua pihak. Pihak pertama disebut sebagai pemberi waralaba, yang memiliki barang, jasa, atau sistem operasi tertentu dengan merek yang dipatenkan. Pihak kedua disebut sebagai penerima waralaba. Penerima waralaba adalah individu atau bisnis yang menjalankan bisnis dengan menggunakan nama dagang, seperti logo, desain, atau merek yang dimiliki oleh pemberi waralaba, dan membayar royalti kepada pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba sangat penting sebagai salah satu syarat administratif bagi penerima waralaba untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) sebagai bukti bahwa perusahaan penerima waralaba sesuai dengan ketentuan yang tertera dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang waralaba. Kedua belah pihak harus memenuhi kriteria dalam membuat perjanjian. Isi dari perjanjian waralaba mencakup petunjuk bisnis seperti metode dan prosedur pembuatan, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan oleh pemberi waralaba, serta memberikan bantuan dalam periklanan, promosi, dan konsultasi. Pemberi waralaba menetapkan syarat-syarat dan standar yang harus diikuti oleh penerima waralaba, yang memungkinkan pemberi waralaba untuk membatalkan perjanjian jika penerima waralaba dianggap tidak dapat memenuhinya. Selain itu, hubungan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba diatur oleh kontrak, yang mengatur hak dan kewajiban kedua belah pihak. Untuk memberikan keamanan hukum bagi kedua belah pihak, perjanjian waralaba harus mencerminkan keseimbangan hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba. Oleh karena itu, para pihak harus mematuhi isi perjanjian, dan jika terjadi pelanggaran, akan ada konsekuensi hukum sesuai dengan perjanjian waralaba.

Waralaba telah dikenal dan populer di Indonesia sejak tahun 1950, terutama di bidang dealer kendaraan bermotor. Pada tahun 1980, waralaba asing seperti McDonald's, Kentucky Fried Chicken (KFC), dan Burger King mulai masuk. Kemudian, waralaba lokal juga mulai berkembang dan terus tumbuh hingga sekarang, dianggap sebagai faktor peningkatan ekonomi di negara maju. Selain itu, bisnis waralaba juga menciptakan banyak lapangan kerja. Namun, pada tahun 1997, Indonesia mengalami krisis moneter yang menyebabkan bisnis waralaba mengalami penurunan akibat pelemahan nilai rupiah dan banyak waralaba asing yang tutup. Setelah krisis mereda, bisnis waralaba pulih dan berkembang pesat. Contohnya adalah McDonald's, yang telah tersebar di berbagai daerah di Indonesia, dan Giant Hero, contoh waralaba lokal yang sedang berkembang dengan outletnya yang tersebar di berbagai tempat.

Meskipun bisnis waralaba mengalami perkembangan pesat pada tahun 1997, belum ada undang-undang khusus yang mengatur waralaba di Indonesia. Perjanjian waralaba hanya dapat dibuat berdasarkan kesepakatan tertulis, mengacu pada prinsip kebebasan berkontrak yang ditemukan dalam KUHPerduta. Namun, seperti yang telah disebutkan sebelumnya, perjanjian waralaba berkaitan dengan HaKI, sehingga landasan perjanjian yang digunakan adalah perjanjian lisensi. Selain perjanjian lisensi, ada tiga undang-undang lain yang memberikan perlindungan hukum terhadap HaKI perusahaan, yaitu Undang-Undang Paten, Undang-Undang Hak Cipta, dan Undang-Undang Merek.

Undang-Undang Paten melindungi waralaba dari peniruan, baik produk, proses teknologi, maupun pengembangan produk. Undang-Undang Merek memberikan perlindungan hukum terhadap kemungkinan peniruan, pemalsuan, atau penggunaan ilegal terhadap merek dagang. Sedangkan Undang-Undang Hak Cipta melindungi karya seni yang berasal dari imajinasi, kemampuan, kecekatan, keterampilan, atau keahlian individu yang dikemas dalam cara yang unik dan pribadi.

Bisnis waralaba asing tumbuh rata-rata 75% per tahun, sedangkan bisnis waralaba lokal hanya 6% per tahun. Kehadiran bisnis waralaba sebagai sistem bisnis yang unik dapat menimbulkan masalah hukum karena melibatkan hak dan kewajiban para pihak. Oleh karena itu, perlindungan hukum yang jelas diperlukan untuk menjaga hubungan bisnis antara penerima waralaba dan pemberi waralaba, terutama pemberi waralaba asing atau lokal di Indonesia. Pada tahun 1997, Peraturan Pemerintah Nomor 16 tentang Waralaba dikeluarkan, yang kemudian diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan tersebut didukung oleh Peraturan Menteri Perdagangan yang mengatur penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Dengan adanya peraturan ini, pemberi dan penerima waralaba dapat menjalankan bisnis mereka dengan keuntungan dan kepastian hukum. Tujuan penelitian ini adalah untuk mempelajari lebih lanjut tentang eksistensi bisnis waralaba dan memahami perlindungan hukum yang diberikan kepada penerima waralaba dalam perjanjian dengan pemberi waralaba di Indonesia sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba

METODE

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan yuridis normatif. Pendekatan ini melibatkan analisis peraturan perundangan yang berlaku, khususnya mengenai hukum perjanjian, terkait eksistensi dan pelaksanaan waralaba serta perlindungan hukum terhadap penerima waralaba yang terikat perjanjian dengan pemberi waralaba, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba. Penelitian ini bersifat yuridis normatif karena bertujuan untuk menemukan aturan, prinsip, dan solusi dalam masalah hukum. Dalam penelitian ini, digunakan sumber hukum primer, sekunder, dan tersier. Data primer dan sekunder diperoleh melalui studi kepustakaan berupa Undang-Undang, Peraturan Pemerintah, KUH Perdata, literatur, bahan perkuliahan, dan sumber lain yang relevan dengan masalah yang diteliti.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil

Eksistensi terkait perjanjian dan pelaksanaan bisnis Waralaba menurut Hukum di Indonesia

Sebelumnya tentu sudah kita ketahui bahwa Waralaba sendiri merupakan suatu perikatan yang tunduk pada ketentuan umum perjanjian perdata. Hingga saat ini, belum ada aturan yang jelas tentang dasar hukum kontrak waralaba di Indonesia. Namun, beberapa pasal dalam KUH Perdata seperti Pasal 1320 KUHPerdata dapat berfungsi sebagai dasar untuk kontrak waralaba, Pasal ini menghendaki terjadinya suatu kontrak yang sah, dan terdapat empat persyaratan yang perlu dipenuhi diantaranya yaitu :

1. Kesepakatan

Yang dimaksud dengan kesepakatan adalah, suatu perjanjian kemauan maupun kepentingan yang telah dimufakatkan oleh para pihak.

2. Kecakapan

Definisi dari kecakapan disini yaitu para pihak yang membuat perjanjian harus mampu untuk melakukan suatu perbuatan hukum.

3. Suatu Hal Tertentu

Arti suatu hal tertentu disini adalah bahwa perjanjian dicantumkan apa yang menjadi objek dari perjanjian tersebut.

4. Suatu Sebab yang Halal

Suatu sebab yang diperbolehkan disini memiliki pengertian bahwa perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Jika persyaratan yang tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdata tersebut telah terpenuhi, maka kontrak yang dibuat itu menjadi undang-undang yang mengikat bagi pihak yang membuatnya. Dalam pasal 1313 KUHPerdata juga disebutkan bahwa suatu perjanjian adalah “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Dalam hukum perjanjian, suatu perjanjian tentunya disertai dengan persetujuan, yang dimana berarti kedua belah pihak antara penerima dan pemberi waralaba sudah setuju atau bersepakat mengenai suatu hal. Hal tersebut sesuai dengan arti yang tercantum dalam asas Konsensualisme bahwa pada dasarnya perjanjian dan perikatan yang timbul karenanya itu sudah dilahirkan sejak detik tercapainya kesepakatan, atau dapat dikatakan bahwa perjanjian itu sudah sah apabila sudah sepakat mengenai hal-hal yang pokok dan tidaklah diperlukan suatu formalitas.

Perlu diketahui, bahwa dalam KUHPerdata dikenal suatu perjanjian yang memiliki nama khusus atau yang biasa disebut sebagai perjanjian bernama (nominaat) seperti perjanjian jual beli, sewa menyewa, pinjam pakai, atau tukar menukar. Selain itu terdapat perjanjian di luar hukum perdata yang terdiri dari perjanjian waralaba, leasing joint venture, dan kontrak karya, perjanjian tersebut dikenal dengan nama perjanjian tidak bernama (innominat). Menurut Sutedi (2011) pada tiap jenis kesepakatan bisnis waralaba harus memiliki beberapa elemen, yakni sebagai berikut :

1. Adanya minimal dua pihak, yaitu pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba.

2. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari pemberi waralaba

3. Adanya kerjasama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara pihak pemberi waralaba dengan penerima waralaba.
4. Dipunyai Nya unit usaha tertentu (outlet) oleh pihak penerima waralaba yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak pemberi waralaba.
5. Terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba (Subekti).

Pengertian Waralaba dijelaskan dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba, yang menyatakan bahwa “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. Dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 dijelaskan pula mengenai kriteria yang harus dipenuhi untuk mendirikan waralaba, yakni sebagai berikut :

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Bisnis waralaba terbukti berkembang dan mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi cukup banyak tenaga kerja karena pengusaha kecil tidak perlu membutuhkan dana yang tinggi untuk membuka bisnis waralaba nya. Seperti yang sudah dijelaskan di awal, selain berkaitan dengan Pasal 1320 KUHPerdara, perjanjian waralaba berkaitan pula dengan Pasal 1338 KUHPerdara mengenai asas kebebasan berkontrak yang menyatakan bahwa setiap orang bebas untuk membuat perjanjian dan bebas menentukan isi suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Berdasarkan ketentuan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba maupun Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 12/MDAG/Per/2006 disebutkan bahwa perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia. Ketentuan ini adalah suatu konsekuensi logis adanya kewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba. Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis kepada Penerima Waralaba, sekurang-kurangnya mengenai:

1. Identitas pemberi waralaba, yaitu keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama dua tahun terakhir.
2. Hak atas kekayaan intelektual (HAKI) atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba.
3. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi dalam penerimaan waralaba.
4. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
5. Hak dan kewajiban pemberi waralaba kepada penerima waralaba.
6. Cara-cara persyaratan pengakhiran, pemutusan, dan perpanjangan perjanjian waralaba.

7. Hal-hal lain yang perlu diketahui penerimaan waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Didalam suatu perjanjian waralaba tentu terdapat hubungan-hubungan yang terjalin antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Agar kedepannya tidak menimbulkan masalah hukum, maka diperlukan bagi para pihak untuk mengetahui dan memahami hak dan kewajiban masing-masing sebelum menjalankan bisnis waralaba. Berikut merupakan hak dan kewajiban para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba:

Hak dan kewajiban pemberi waralaba (franchisor)

Adapun hak-hak yang dimiliki oleh pemberi waralaba (franchisor), antara lain:

- a. Memiliki hak eksklusif untuk memberikan izin kepada penerima waralaba (franchisee) untuk menggunakan merek dagangnya. Hak ini mencakup penggunaan merek dagang, logo, tanda dagang, dan elemen identitas merek lainnya yang merupakan bagian dari sistem waralaba.
- b. Menetapkan standar operasional dan kualitas yang harus dipatuhi oleh penerima waralaba. Ini meliputi prosedur operasional, pelatihan karyawan, penggunaan bahan baku, kontrol kualitas produk atau jasa, dan kepatuhan terhadap pedoman merek dagang.
- c. Memberikan pelatihan awal kepada penerima waralaba. Selain itu, pemberi waralaba juga memiliki hak untuk memberikan dukungan yang berkelanjutan, seperti bimbingan manajemen, pengembangan produk, pemasaran dan promosi, serta dukungan teknis yang diperlukan oleh penerima waralaba.
- d. Memantau dan mengendalikan kegiatan operasional penerima waralaba. Hal ini dilakukan untuk memastikan kepatuhan terhadap standar operasional, keberlanjutan merek dagang, dan menjaga kualitas produk atau jasa yang ditawarkan.
- e. Menerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya.
- f. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh penerima selama masa pelaksanaan waralaba.
- g. Atas Pengakhiran waralaba, melarang penerima waralaba untuk melakukan kegiatan yang serupa atau yang dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri-ciri bisnis, seperti sistem manajemen, penjualan, penataan, atau distribusi, yang merupakan karakteristik khusus dari waralaba.

Sedangkan kewajiban pemberi waralaba (franchisor) dalam perjanjian waralaba antara lain:

- a. Memberikan informasi yang lengkap dan akurat kepada penerima waralaba terkait dengan operasional bisnis waralaba. Ini termasuk informasi mengenai biaya waralaba, hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat, panduan operasional, dan segala informasi penting lainnya yang diperlukan oleh penerima waralaba.
- b. Memberikan dukungan dan pelatihan yang memadai kepada penerima waralaba. Tujuan dari kewajiban ini adalah untuk memastikan penerima waralaba mampu

menjalankan bisnis dengan baik dan mematuhi standar operasional yang telah ditetapkan.

- c. Melindungi hak kekayaan intelektual yang dimiliki, termasuk merek dagang, paten, hak cipta, dan rahasia dagang. Pemberi waralaba harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk mencegah penggunaan yang tidak sah atau penyalahgunaan hak-hak ini oleh penerima waralaba atau pihak lain.
- d. Memelihara dan mengembangkan sistem waralaba yang telah dibangun. Ini melibatkan pengembangan strategi bisnis, inovasi produk atau jasa, pemantauan tren pasar, serta penyediaan panduan operasional dan prosedur yang diperbarui sesuai kebutuhan.

Hak dan kewajiban penerima waralaba (franchisee)

Adapun hak-hak yang dimiliki penerima waralaba (franchisee) yaitu :

- a. Menggunakan merek dagang yang diberikan oleh pemberi waralaba. Hak ini memungkinkan penerima waralaba untuk menjual produk atau jasa dengan menggunakan merek dagang yang telah terkenal atau terkait dengan waralaba tersebut.
- b. Menerima pelatihan awal dan dukungan kontinu dari pemberi waralaba. Pelatihan ini meliputi pengetahuan tentang operasional bisnis, penggunaan sistem yang ditetapkan, manajemen, dan aspek lain yang diperlukan untuk menjalankan bisnis waralaba dengan sukses.
- c. Menerima panduan operasional yang lengkap dari pemberi waralaba. Panduan ini mencakup prosedur operasional, standar kualitas, pemasaran, promosi, dan praktik bisnis lainnya yang harus diikuti oleh penerima waralaba untuk menjaga konsistensi dalam merek dagang dan operasional bisnis.
- d. Mendapatkan bantuan teknis dari pemberi waralaba dalam hal pemeliharaan peralatan, penanganan masalah teknis, atau pengembangan sistem yang diperlukan dalam operasional bisnis waralaba.

Sedangkan kewajiban penerima waralaba (franchisee) dalam perjanjian waralaba antara lain:

- a. Membayar royalti atau biaya waralaba kepada pemberi waralaba sesuai dengan perjanjian yang ditetapkan. Royalti ini biasanya merupakan persentase dari penjualan atau keuntungan yang diperoleh oleh penerima waralaba.
- b. Mematuhi standar operasional yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Ini mencakup aspek seperti kualitas produk atau jasa, kebersihan, layanan pelanggan, keamanan, dan prosedur operasional lainnya yang telah ditetapkan.
- c. Melaporkan kinerja bisnis mereka kepada pemberi waralaba sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian. Laporan ini mencakup penjualan, keuangan, persediaan, atau informasi lain yang relevan untuk memantau dan mengevaluasi kinerja bisnis waralaba.
- d. Melindungi hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh pemberi waralaba. Hal ini mencakup penggunaan yang benar dari merek dagang, logo, atau elemen identitas merek lainnya yang diberikan oleh pemberi waralaba (Yahya Harahap, 1986).

Dengan demikian, setelah perjanjian waralaba ditandatangani para pihak, maka penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian franchise atau waralaba beserta keterangan tertulis pada Departemen Perdagangan dan Perindustrian kepada pejabat yang berwenang untuk menerbitkan dan memperoleh Surat Tanda

Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Tujuan pendaftaran ini adalah untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara waralaba.

Bentuk Perlindungan Hukum Penerima Waralaba dalam Perjanjian dengan Pemberi Waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan KUHPerdara

Bisnis waralaba pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode perindustrian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada penerima waralaba untuk melakukan bisnis pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas pemberi waralaba dalam wilayah tertentu. Bisnis tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Pemberi waralaba akan memberikan bantuan (assistance) terhadap penerima waralaba, dan sebagai imbalannya penerima waralaba membayar sejumlah uang berupa initial fee dan royalty.

Pada umumnya, waralaba dibedakan menjadi dua jenis, yaitu :

a. Product and trade franchise

Jenis ini merupakan suatu jenis waralaba dimana pemberi waralaba (franchisor) memberikan lisensi kepada penerima waralaba (franchisee) untuk menjual produk-produknya. Contoh waralaba dari jenis ini adalah para dealer mobil atau stasiun bahan bakar.

b. Business format franchise

Untuk jenis waralaba ini, pemberi waralaba (franchisor) memberikan seluruh konsep usaha yang berisi strategi pemasaran, pedoman, dan standar pengoperasian usaha serta bantuan dalam mengoperasikan waralaba. Dengan demikian penerima waralaba (franchisee) mempunyai identitas yang tidak terpisahkan dari pemberi waralaba (franchisor). Pada umumnya jenis ini digunakan untuk bisnis perhotelan, serta kuliner atau fast food restaurant seperti McDonald, Kentucky Fried Chicken, Wendys.

Dengan demikian jenis business format franchise ini lah yang digunakan oleh pemberi waralaba asing untuk membuka bisnis di Indonesia, dan digunakan pula oleh bisnis lokal seperti Salon Rudi Hadisuwarno, Es Teler 77, dan Ayam Ny.Suharti. Sebelum dijalankannya bisnis waralaba, tentu perlu adanya sebuah perjanjian baku yang mengikat yang dibuat oleh pemberi waralaba. Di dalam perjanjian tersebut, pemberi waralaba menetapkan syarat-syarat dan standar yang harus diikuti oleh penerima waralaba yang memungkinkan pemberi waralaba dapat membatalkan perjanjian apabila dia menilai penerima waralaba tidak dapat memenuhi kewajibannya. Dalam usaha franchise, pemberi waralaba memiliki kedudukan yang sangat kuat karena menguasai semua informasi yang dibutuhkan seperti biaya, keuntungan yang didapat, jangka waktu yang diperlukan, dan strategi pemasaran. Sedangkan penerima waralaba hanya menjalankan sistem yang sudah ada yaitu dengan menandatangani perjanjian yang memberikan kekuasaan kepada pemberi waralaba dalam mengendalikan semua aspek usaha waralaba, termasuk ketentuan tentang pemutusan perjanjian. Sering ditemukan bahwa setelah penerima waralaba meningkatkan jumlah investasi, sejumlah pemberi waralaba ikut menaikkan harga barang, menaikkan royalty dengan cara mempertinggi biaya pelatihan, strategi pemasaran, bantuan teknis, dan mempertinggi persyaratan volume penjualan, yang tentu hal tersebut menjadikan penerima waralaba dalam

posisi rawan. Pemberi waralaba memiliki kewenangan untuk menilai semua aspek usaha waralaba, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi penerima waralaba dalam mengatasi pemutusan perjanjian dan penolakan pemberi waralaba untuk memperbaharui perjanjian (Joni Emerson, 2002).

Karena hal tersebut, perlindungan hukum terhadap penerima waralaba juga perlu diperhatikan karena hal ini akan memperbanyak penerima waralaba lokal sebagai pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar sebagaimana hal tersebut dijelaskan dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah. Dalam UU tersebut, dijelaskan juga mengenai hal-hal apa saja yang dapat dikualifikasikan sebagai alasan yang tepat/good cause bagi pemberi waralaba untuk memutuskan perjanjian. Berikut merupakan good cause yang mendukung saat terjadinya hal-hal sebagai berikut :

- a. Penerima waralaba melanggar perjanjian, dan tetap tidak melaksanakan perjanjian yang telah dibuat walaupun sudah diperingatkan dan diberi kesempatan untuk memenuhi perjanjian tersebut dalam jangka waktu 30 hari.
- b. Penerima waralaba memindahkan asset perusahaan kepada kreditur atau pihak ketiga tanpa diketahui oleh pemberi waralaba.
- c. Penerima waralaba meninggalkan dan menelantarkan tempat usaha.
- d. Penerima waralaba dihukum karena terlibat kejahatan yang merugikan merek dan nama perusahaan pemberi waralaba.
- e. Penerima waralaba berkali-kali melanggar perjanjian yang telah dibuat.

Namun perlu diketahui ketika terjadi situasi yang dimana telah tertera dalam butir huruf b sampai e, maka pemberi waralaba dapat memutuskan perjanjian tanpa memberikan peringatan dan tidak memberi kesempatan kepada penerima waralaba untuk menjalankan perjanjian dalam jangka waktu 30 hari. Dan jika pemberi waralaba memutuskan perjanjian tanpa adanya good cause, maka penerima waralaba dapat meminta pembayaran ganti rugi dalam bentuk sejumlah uang atau pelaksanaan perjanjian.

Dikatakan bahwa ketika pemberi waralaba dihadapkan pada kewajiban untuk membayar ganti rugi saat memutuskan perjanjian tanpa good cause, maka dia akan meminta fee atau royalty yang lebih besar kepada penerima waralaba sebagai bentuk kompensasi atau biaya ganti rugi. Hal tersebut tentu sudah mendorong terjadinya perjanjian yang tidak efisien dan tidak akan berhasil mencapai pemerataan kesejahteraan bagi penerima waralaba. Maka dari itu, dirasakan perlu adanya pedoman bagi Hakim dalam mengadili kasus-kasus pemutusan perjanjian waralaba dengan mempertimbangkan tujuan Undang-Undang yakni melindungi penerima waralaba dan mempertimbangkan juga manfaat ekonomis yang diharapkan dari hubungan antara penerima dan pemberi waralaba.

Berikut faktor-faktor yang dapat dipertimbangkan kembali oleh Hakim saat menangani kasus serupa :

- a. Motif dari pemberi waralaba untuk memutuskan perjanjian waralaba. Jika terdapat bukti yang menunjukkan bahwa pemberi waralaba menggunakan perjanjian franchise untuk kepentingan sendiri, maka pemutusan perjanjian tersebut tidak sesuai berdasarkan good cause.
- b. Dampak tindakan penerima waralaba terhadap nama perusahaan waralaba. Jika pemberi waralaba tidak menyalahgunakan kekuasaannya, pemberi waralaba dapat memutuskan perjanjian dengan berdasarkan good cause karena

penerima waralaba melanggar perjanjian dan merugikan reputasi perusahaan pemberi waralaba.

c. Investasi dan pengharapan penerima waralaba

Jika penerima waralaba tidak melanggar perjanjian dan tidak merugikan nama perusahaan pemberi waralaba, maka harus diperhatikan apakah tindakan pemberi waralaba dengan memutuskan perjanjian tersebut tidak merugikan investasi dan harapan dari penerima waralaba. Dalam hal ini, perlu dipertimbangkan jumlah investasi penerima waralaba, jangka waktu yang telah dihabiskan penerima waralaba untuk menjalankan investasinya, dan informasi yang diberikan oleh pemberi waralaba. Dengan demikian, pemberi waralaba dapat memutuskan perjanjian berdasarkan good cause, apabila hal itu tidak merugikan investasi dan pengharapan penerima waralaba.

Sebagai perlindungan hukum terhadap penerima waralaba, disebutkan bahwa dalam Pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12/MDAG/Per/3/2006 bahwa penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Pasal 14 juga menyebutkan bahwa jika pemberi waralaba memutuskan perjanjian sebelum berakhirnya masa berlakunya perjanjian waralaba dan kemudian menunjuk penerima waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan ketika pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama. Dengan demikian, jika penerima waralaba menuntut pemberi waralaba, ganti rugi itu harus dibayar sebelum pemberi waralaba dapat menunjuk penerima waralaba yang baru. Sengketa pemutusan perjanjian dan ganti rugi ini dapat muncul di pengadilan, dan tentu para pihak yang bersengketa harus mematuhi putusan pengadilan yang berkekuatan tetap. Dengan ketentuan tersebut, pemberi waralaba tidak dapat memutuskan perjanjian setiap waktu atau kapan saja sebagaimana dijelaskan dalam ketentuan Pasal 7 bahwa jangka waktu perjanjian waralaba berlaku sekurang-kurangnya 5 atau 10 tahun. Hal tersebut dapat dilihat sebagai suatu upaya untuk mencegah pemberi waralaba memanfaatkan penerima waralaba hanya sekedar untuk menguji market pasar.

KESIMPULAN

Perjanjian waralaba didasarkan pada Pasal 1320 KUHPerdara dan diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Perjanjian ini harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia dan harus didaftarkan pada Departemen Perdagangan dan Perindustrian. Penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian franchise atau waralaba serta keterangan tertulisnya untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Penting bagi pihak-pihak terlibat untuk memahami hak dan kewajiban masing-masing sebelum menjalankan bisnis waralaba guna menghindari masalah hukum di masa depan. Perlindungan hukum terhadap penerima waralaba terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/MDAG/Per/3/2006, yang menetapkan jangka waktu perjanjian minimal 5 atau 10 tahun. Pemutusan perjanjian harus didasarkan pada good cause, dan jika tidak ada good cause, penerima waralaba dapat menuntut ganti

rugi atau pelaksanaan perjanjian. Penerbitan STPUW bagi penerima waralaba baru hanya dapat dilakukan setelah masalah yang timbul akibat pemutusan perjanjian diselesaikan melalui surat pernyataan bersama.

REFERENSI

- Adilman, Adesia. “Perlindungan Hukum Haki Dalam Perjanjian Waralaba Tesis” (2012): 2012.
- Sarjana, Program Pasca, Program Studi, Magister Kenotariatan, and Universitas Diponegoro. “PERLINDUNGAN HUKUMNYA BAGI PARA PIHAK (Studi Di Apotek K-24 Semarang) SERTA PERLINDUNGAN HUKUMNYA BAGI PARA PIHAK (Studi Di Apotek K-24 Semarang).” *Universitas Stuttgart* (2008): 1–129.
- Sarwono. “Institut Manajemen Telkom.” *Auditing dan Jasa Assurance*. (2012): 12.
- Syariah, Fakultas, Iain Antasari, and Jl A Yani Km. “BISNIS WARALABA DI INDONESIA DALAM PERSPEKTIF HUKUM BISNIS SYARIAH H. Syahrani Fakultas Syariah IAIN Antasari, Jl. A. Yani Km 4,5 Banjarmasin” (n.d.): 131–145.
- Widodo, Selamat. “Karakteristik Yuridis Perjanjian Waralaba.” *Jurnal Kosmik Hukum* 16, no. 1 (2016): 64–73.
- Subekti, Hukum Perjanjian, Jakarta, Intermasa, 1987, halaman 1
- Rooseno Hardjowidigdo, Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise, Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta BPHN, 14-16 Desember 1993, halaman 3-4.
- Subekti, Hukum Perjanjian, PT.Intermasa, Jakarta, 2005, halaman 15
- H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2008 halaman 31-35.
- Adrian Sutendi, Sejarah Hukum Waralaba , Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Gunawan Widjaya, Lisensi Atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis, Jakarta.