

TINJAUAN YURIDIS TERHADAP KEDUDUKAN FRANCHISEE DALAM PERJANJIAN FRANCHISE (WARALABA)

Nila Trisna

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Teuku Umar
nilatrisna@utu.ac.id

Abstract

The developments taking place in today's society are very rapid, including developments in the field of business contracts. In the business world today there are various types of agreements whether or not they have been defined in legislation, whether they are made in writing or orally. The point in daily life in society can not be separated from the study, ranging from small-scale agreements to multi-complex agreements. Substantially, the Agreement in civil law in Indonesia is generally governed by the Civil Code, which is the most extensive and dynamic legal area. Especially in the open field of the Covenant Law, allowing parties to create new types of agreements that had not previously existed and were not regulated in the Civil Code itself. One type of agreement is the Franchise Agreement. In the franchise contract there are subjects and objects. The legal subject in the franchise agreement is the franchisor and franchisee; The franchisor is a licensing company, whether in the form of patents, trade marks, service marks or any other to the franchisee, while the franchisee is the company that receives the license from the franchisor. And the object of the franchise is the license, the permission given by the franchisor to the franchisee.

Keywords: *Position, Franchise Agreement, Franchisor*

1. PENDAHULUAN

Perkembangan yang terjadi didalam masyarakat dewasa ini sangat pesat, termasuk perkembangannya dalam bidang kontrak bisnis. Dalam dunia bisnis hari ini terdapat beragam jenis perjanjian baik yang telah ditentukan namanya di dalam peraturan perundang-undangan maupun tidak, baik perjanjian tersebut dibuat secara tertulis maupun secara lisan. Intinya dalam kehidupan sehari-hari di dalam masyarakat tidak dapat dilepaskan dari perjanjian, mulai dari perjanjian dengan skala kecil sampai dengan perjanjian yang multi kompleks. Secara substansi, Perjanjian dalam hukum keperdataan di Indonesia secara umum diatur dalam KUH Perdata, merupakan area hukum yang sangat luas dan paling dinamis. Khususnya dalam lapangan Hukum Perjanjian yang bersifat terbuka sehingga memberi kesempatan kepada para pihak untuk membuat jenis perjanjian baru yang sebelumnya tidak pernah ada dan tidak diatur dalam KUH Perdata itu sendiri. Salah satu jenis perjanjian tersebut adalah Perjanjian Franchise.

Lembaga 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 mac donalds's (1955), carvel ice cream (1945), jhon robert (1955), kentucky fried chicken (1952), dan lain-lain. Sejak tahun 1972 sampai tahun 1988, usaha franchise mengalami peningkatan yang sangat besar di amerika serikat. Hal ini tampak dari banyaknya usaha franchise yang berkembang di negara tersebut.

Di indonesia, sistem bisnis dengan franchise mulai berkembang sejak tahun 1980-an dan sekarang sudah menjadi kenyataan. Pada saat ini sudah banyak franchise asing yang masuk ke indonesia, baik dalam perdagangan barang dan jasa. Selain itu beberapa pengusaha indonesia sudah mulai mengembangkan domestik franchise, seperti Q-tela, Es Teler 77, Salon Rudi Hardisuwarno, Steak Kimos Modern.

Franchise berasal dari bahasa prancis yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan bagi para pihak. Menurut Peter Mahmud pengertian franchise adalah suatu perjanjian yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak tersebut. Lain halnya dengan **Black Law Dictionary** (1975. Hal, 592) franchise diartikan sebagai lisensi atau izin dari pemilik suatu merek atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa dibawah merek atau nama dagangnya.

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba, dimana Penerima Waralaba wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba tersebut. Disamping itu, Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba. Dilihat dari ruang lingkup dan konsepnya, sebenarnya perjanjian franchise berada diantara perjanjian lisensi dan distributor. Adanya pemberian izin oleh pemegang hak milik intelektual kepada pihak lain untuk menggunakan merk ataupun prosedur tertentu merupakan unsure perjanjian lisensi. Sedangkan dilain pihak juga adanya Quality control dari franchisor terhadap produk-produk pemegang lisensi yang haru sama dengan produk-produk lisensor, seakan-akan pemegang franchise merupakan distributor franchisor.

Sebagaimana dalam perjanjian lisensi, pada perjanjian franchise, pemegang franchise wajib membayar sejumlah royalti untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian. Royalti kadang-kadang bukan ditetapkan berdasarkan persentase keuntungan tapi beberapa unit. Dalam hal demikian pihak franchisor tidak peduli apakah pemegang franchise untung atau tidak. Disamping harus membayar royalti, pihak pemegang franchise juga sering harus memenuhi kewajiban yang ditetapkan oleh franchisor untuk mendesain perusahaan sedemikian rupa sehingga mirip dengan desain perusahaan franchisor. Begitupula dengan menjajemennya, tidak jarang franchisor juga memberikan assistensi dalam manajemen.

Dalam hal demikian pemegang franchise perlu membayar fee tersendiri kepada assistansi tersebut. Tidak jarang pula franchisor dalam pembuatan produknya mewajibkan pemegang franchise untuk membeli bahan-bahan dari pemasok yang ditunjuk oleh franchisor. Hal tersebut dalam hukum kontrak disebut *tying agreement*. Bahkan kadang-kadang pemegang franchise berdasarkan perjanjian membolehkan franchisor melakukan auditing terhadap keuangan pemegang franchise. Semua ini diwajibkan oleh franchisor dengan alasan *quality control*. Namun dilain pihak melalui perjanjian lisensi maupun franchise diharapkan terjalannya alih teknologi antara franchisor terhadap franchisee.

Dari rumusan yang diberikan tersebut diatas dapat dikatakan bahwa Franchise merupakan suatu Perikatan, yang tunduk pada ketentuan umum mengenai Perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu Franchise didalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai pada derajat tertentu, franchise tidak berbeda dengan lisensi (*Hak atas Kekayaan Intelektual*), khususnya yang berhubungan dengan franchise nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu, hal ini berarti secara tidak langsung juga mengakui adanya dua bentuk franchise yaitu franchise dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk dan franchise sebagai suatu format bisnis. Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa franchise tidaklah diberikan secara Cuma-Cuma, pemberian franchise senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu.

Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta oleh Pemberi Franchise/Franchisor dari Franchisee atau Penerima Franchise. Pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*Direct monetary Compensation*) dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*Indirect and non monetary compensation*), misalnya Lumpsum Payment (*Pre Calculated Amount*) dan Royalty.

Orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya. Kepada penerima waralaba disebut dengan pemberi waralaba (Franchisor) sedangkan orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba disebut dengan penerima waralaba (Franchisee).

Dari rumusan yang diberikan tersebut diatas dapat dikatakan bahwa franchise merupakan suatu perikatan yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu franchise didalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas

usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Pengertian Franchise/Waralaba

Dalam Pasal 1 angka (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba menyebutkan bahwa : “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”.

Menurut bahasa *franchise* berasal dari bahasa Prancis yaitu *franch* (bebas), *fancher* (membebaskan, memberikan hak istimewa), dan dalam bahasa Indonesia *Franchis* adalah waralaba. Waralaba itu sendiri adalah berasal dari kata *wara* yang artinya lebih dan *laba* yang artinya untung. Jadi Franchise/waralaba dalam bahasa Indonesia adalah usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa. Sedangkan menurut para ahli franchise adalah sebagai sebuah lisensi merek dari pemilik yang mengizinkan orang lain untuk menjual produk atau service atas nama merek tersebut (Campbell Black dalam bukunya Black’s Law Dict)

Dalam pengertian yang demikian dapat kita Tarik suatu kesimpulan bahwa seorang penerima waralaba juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Menurut Ani Yunita Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba merupakan usaha yang mandiri yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik penerima waralaba).

Menurut Juajir Sumardi (1995, h. 18), Franchise dari aspek unsurnya masyarakat adanya 4 unsur utama, yaitu :

- 1.Pemberian hak untuk berusaha dalam bisnis tertentu;
- 2.Lisensi untuk menggunakan tanda pengenal perusahaan biasanya suatu merek dagang atau merek jasa, yang akan menjadi ciri pengenal dari bisnis franchise.
- 3.Lisensi untuk menggunakan rencana pemasaran dan bantuan yang luas oleh franchisor kepada franchisee dan;
- 4.Pembayaran oleh franchisee kepada franchisor berupa sesuatu yang bernilai bagi franchisor selain dari harga borongan bonafide atas barang yang terjual.

Ruang Lingkup Kontrak Franchise

Jika dilihat dari ruang lingkup dan konsepnya, kontrak *franchise* berada antara kontrak lisensi dan distributor. Dengan adanya pemberian izin oleh pemegang Hak Milik Intelektual atau *know-how* lainnya kepada pihak lain untuk menggunakan merek ataupun prosedur tertentu merupakan unsur dari perjanjian lisensi, sedangkan di sisi lain adanya *quality control* dari *franchisor* terhadap produk-produk pemegang lisensi yang harus sama dengan produk-produk lisensor yang seakan-akan *franchisor* merupakan distributor.

Menurut Salim H,S (2003, h,166) sebagaimana dalam kontrak lisensi, pada kontrak *franchise* pemegang *franchise* wajib membayar sejumlah royalty untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian. Royalty kadang-kadang bukan dari persentase keuntungan melainkan dari berapa unit. Selain membayar royalty, pemegang franchise juga dikenakan kewajiban yang telah ditetapkan oleh *franchisor* untuk mendesain perusahaannya sedemikian rupa sehingga menyerupai dengan desain *franchisor*. Berkaitan dengan manajemen, *franchisor* memberikan asistensi dalam hal manajemen kepada pemegang *franchise* yang dimana franchisor telah menetapkan harga dan menarik tarif untuk asistensi tersebut. Berkaitan pembuatan produk, pemegang *franchise* diwajibkan membeli bahan baku dari *franchisor*, hal ini dilakukan demi quality control. Namun,

di pihak lain melalui kontrak lisensi maupun franchise diharapkan terjadinya alih teknologi antara *lisensor/franchisor* terhadap *licensee/franchisee*.

Isi dan Bentuk Kontrak *Franchise*

Dalam perjanjian *franchise* harus memuat klausul yang di atur di dalam ketentuan Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, yaitu :

1. Nama dan alamat para pihak;
2. Jenis hak kekayaan intelektual;
3. Kegiatan usaha;
4. Hak dan kewajiban para pihak;
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba;
6. Wilayah usaha;
7. Jangka waktu perjanjian;
8. Tata cara pembayaran imbalan;
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
10. Penyelesaian sengketa; dan
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

Isi dan bentuk praktek waralaba

- a. Persetujuan lisensi (*Licensing agreement or Tradename Licensing*)
Dalam kontrak ini, pemilik lisensi memberikan kewenangan kepada pengusaha tertentu untuk menggunakan, misalnya teknologi produksi untuk menghasilkan makanan, minuman dll.
- b. Hak-hak *franchisee*, Misalnya hak menggunakan merk dagang franchisor.
- c. Hak akan design yang sama untuk lokasi dan penampilan lainnya, Lazimnya *franchisor* memaksakan lokasi dan penampilan yang seragam dan dikerjakan oleh *franchisor*.
- d. Program latihan, Dijadikan sebagai syarat utama karena kualitas barang dan jasa merupakan elemen bisnis yang sangat penting
- e. Bantuan operasional
Bantuan ini dapat dilakukan franchisor sebelum *franchisee* efektif ata secara terus menerus selama berlakunya jangka waktu kontrak
- f. Pembelian, *Franchisor* mewajibkan *franchisee* untuk membeli barang mentah (termasuk pelayanan jasa) hanya dari *franchisor* dengan spesifikasi dan merk tertentu.
- g. Iklan
- h. *Quality control*
Franchisor sangat ketat dengan control ini sebab keberhasilan bisnisnya tergantung pada mutu barang dan jasa
- i. Biaya untuk *franchisor* (*fee*)
- j. Pembukuan
- k. Perubahan
- l. Pengalihan
- m. Berakhirnya kontrak
- n. *Contract enforcement*
- o. Hal-hal lain.

Subjek dan Objek Kontrak *Franchise*

Dalam kontrak *franchise* terdapat subjek dan objek. Subjek hukum dalam perjanjian *franchise* yaitu *franchisor* dan *franchisee*; *franchisor* adalah perusahaan yang member lisensi, baik berupa paten, merk perdagangan, merk jasa maupun lainnya kepada *franchisee*, sedangkan

franchisee adalah perusahaan yang menerima lisensi dari franchisor. Dan yang menjadi objek *franchise* adalah *lisensi*, yakni izin yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

Hak dan Kewajiban Antara *Franchisor* dengan *Franchisee*

- Hak dan kewajiban *franchisor*

Kewajiban dari *franchisor* adalah menyerahkan lisensi kepada *franchisee*, sedangkan yang menjadi hak dari *franchisor* adalah :

- 1) Logo merk dagang (*trade-mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik (*goodwill*).
- 2) Format atau pola usaha
- 3) Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, design, dan program khusus
- 4) Hak cipta atas bagian dari hal diatas dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam bentuk undang-undang hak cipta.

- Hak dan kewajiban *franchisee*

Hak dari *franchisee* adalah menerima lisensi, sedang kewajibannya adalah membayar royalty kepada *franchisor* dan menjaga kualitas barang dan jasa yang di-*franchise*.

Penggolongan *Franchise*

East Asian executif Report pada tahun 1983, menggolongkan *Franchise* menjadi 3 macam, yaitu sebagai berikut:

- 1) ***Product franchise***, disini penerima *franchise* hanya bertindak mendistribusikan saja produk dari patnernya dengan pembatasan areal seperti pengecer bahan bakar shell.
- 2) ***Processing franchise or manufacturing franchise***. Disini pemberi *franchise* hanya memegang peranan memberi pengetahuan atau resep dari suatu proses produksi seperti minuman coca-cola dan fanta.
- 3) ***Bussines format/ system franchise***, disini pemberi *franchise* sudah memiliki cara yang unik dalam menyajikan produk dalam satu paket, kepada konsumen seperti donkin donuts, KFC, Pizza Hut dan lain-lain.

Bentuk Dan Substansi Perjanjian *Franchise*

Dalam Pasal 2 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 259/ MPP/ Kep/ 7/ 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba telah ditentukan bentuk *franchise* atau perjanjian waralaba yaitu **bentuknya tertulis**. Perjanjian ini dibuat dalam Bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku Hukum Indonesia. Sebelum membuat perjanjian tertulis tersebut frenchisor atau pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis secara benar kepada frenchisee atau penerima waralaba, mengenai hal-hal berikut:

1. Identitas pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama-lamanya dua tahun terakhir
2. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba
3. Persyaratan yang harus dipenuhi oleh penerima waralaba
4. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba
5. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba
6. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perjanjian waralaba.
7. Hal-hal lain yang perlu diketahui oleh penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba (pasal 5 keputusan menteri perindustrian dan perdagangan nomor: 259/ MPP/ Kep/ 7/ 1997 tentang ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba)

Disamping itu, penerima waralaba utama wajib memberitahukan secara tertulis dokumen autentik kepada penerima waralaba lanjutan bahwa penerima waralaba utama memiliki hak atau izin membuat perjanjian waralaba lanjutan dari pemberi waralaba.

Sifat perjanjian franchise

- 1) Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum
- 2) Memberi kemungkinan pewaralaba/ franchisor tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/ pola usaha dan hal-hal khusus yang dikembangkan untuk suksesnya usaha tersebut
- 3) Memberi kemungkinan pewaralaba/ franchisor mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya
- 4) Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh pewaralaba/ franchisee.

Pendaftaran Dan Kewenangan Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Setelah perjanjian franchise ditanda tangani oleh para pihak, maka penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian franchise atau waralaba beserta keterangan tertulis pada Departemen Perdagangan dan Perindustrian c.q. Pejabat yang berwenang menerbitkan surat tanda pendaftaran usaha waralaba (STPUW) untuk memperoleh STPUW. Tujuan pendaftaran ini adalah untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara waralaba.

Jangka Waktu Berlakunya Perjanjian Franchise

Walaupun para pihak diberikan kebebasan untuk menentukan jangka waktu berakhirnya perjanjian franchise, namun dalam pasal 12 PP no 42/2007, pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurang-kurangnya 5 tahun, jangka waktu itu dapat diperpanjang. Penentuan jangka waktu 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang kembali penting sebab dengan jangka waktu yang relatif pendek seandainya terjadi pengakhiran perjanjian, maka Penerima Waralaba (*franchisee*) dapat rugi karena investasi *franchise*, *franchise fee*, royalti, serta *fee* lainnya telah banyak dikeluarkan tetapi belum mendapat kompensasi keuntungan dari bisnis *franchise* yang dijalankan.

Sanksi

Bagi para pihak baik itu Pemberi Waralaba (*franchisor*) maupun Penerima Waralaba (*franchisee*) jika tidak memenuhi persyaratan dengan tidak memenuhi masing-masing hak dan kewajibannya sehingga menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak dan tetap melaksanakan kegiatan usaha, dikenakan sanksi hukum berdasarkan PP 42/2007 berupa: peringatan tertulis sebanyak tiga kali jika tidak dilaksanakan dikenakan denda sebesar Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah) serta pencabutan surat tanda pendaftaran waralaba. Apabila timbul persengketaan diantara Pemberi Waralaba (*franchisor*) dan Penerima Waralaba (*franchisee*) dapat diselesaikan melalui cara damai atau jalur pengadilan.

Dasar Hukum mengenai perjanjian franchise di Indonesia

1. Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba (Franchise).

Pengaturan tentang masalah franchise di Indonesia saat ini secara khusus telah diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba (Franchise) yang telah diundangkan pada tanggal 18 juni 1997, karena Pemerintah beranggapan bahwa sistem franchise ini merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan kegiatan perekonomian negara kita yang sedang lesu dan memberikan kesempatan kepada masyarakat khususnya kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha melaksanakan bisnisnya. Oleh karena itulah Pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan tersebut.

2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Segala peraturan yang mengatur tentang franchise tetaplah harus tunduk pada peraturan dan ketentuan dalam KUHPerdata. Ketentuan mengenai perjanjian dalam KUHPerdata itu diatur dalam buku III yang mempunyai sifat terbuka, dimana dengan sifatnya yang terbuka itu akan memberikan kebebasan berkontrak kepada para pihaknya, dengan adanya asas kebebasan berkontrak memungkinkan untuk setiap orang dapat membuat segala macam perjanjian. Perjanjian Lisensi harus tunduk pada ketentuan umum Hukum perdata pasal 1319 KUHPerdata yang berisi “Semua Perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat didalam bab ini dan bab yang lalu”.

Selain asas kebebasan berkontrak suatu perjanjian juga harus menganut asas konsensualitas, dimana asas tersebut merupakan dasar dari adanya sebuah perjanjian yang akan dibuat oleh para pihak dimana adanya kata sepakat antara para pihak dalam perjanjian. Didalam perjanjian diperlukan kata sepakat, sebagai langkah awal sahnya suatu perjanjian yang diikuti dengan syarat-syarat lainnya maka setelah perjanjian tersebut maka perjanjian itu akan berlaku sebagai undang- undang bagi para pihaknya hal itu diatur dalam pasal 1338 ayat 1 KUHPerdata yang berbunyi :

“ Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Disamping kedua asas diatas ada satu faktor utama yang harus dimiliki oleh para pihak yaitu adanya suatu itikad baik dari masing-masing pihak untuk melaksanakan perjanjian. Asas tentang itikad baik itu diatur didalam pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata yang berbunyi : “Suatu Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”.

Didalam membuat suatu perjanjian para pihak harus memenuhi ketentuan pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian :

- a. Adanya kata sepakat diantara para pihak.
- b. Kecakapan para pihak dalam hukum.
- c. Suatu hal tertentu.
- d. Kausa yang halal.

3. Undang-undang Nomor 15 tahun 2001 tentang Merek.

Ketentuan undang-undang nomor 15 tahun 2001 tentang merek merupakan salah satu peraturan yang menjadi dasar hukum dari terbentuknya suatu perjanjian franchise merek dagang dan juga merupakan faktor utama serta memegang peranan yang sangat penting di dalam adanya suatu franchise. Franchise merupakan pengkhususan dari merek.

4. Undang-undang Nomor 2 tahun 1992 tentang Usaha Asuransi

Setiap bentuk usaha apapun dan dalam bentuk apapun pastilah akan mempunyai resiko didalam perjalanannya. Bentuk resiko yang akan dihadapi oleh para pihak dalam bisnis franchise adalah resiko kerugian. Namun hal tersebut oleh para pihak dapat diatasi dengan cara memasukan usaha franchisenya kedalam asuransi, dengan asuransi maka para pihak tidak perlu memikirkan resiko kerugian yang akan diderita, dengan asuransi resiko kerugian bisa ditutup atau paling tidak resiko tersebut bisa diperkecil.

5. Keputusan Menteri

Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 295/MPP/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Setiap usaha waralaba (Franchise) yang akan berdiri dan memulai usahanya harus mendaftarkan diri agar usahanya tersebut sah atau legal menurut hukum yang berlaku. Kewajiban bagi setiap penerima waralaba (franchise) untuk mendaftarkan usahanya diatur dalam pasal 11 ayat 1 dimana jelaskan :

“Bahwa setiap penerima waralaba (Franchisee) atau penerima waralaba (Franchisee) lanjutan, wajib mendaftarkan pernjjian waralaba nya beserta keterangan tertulis sebagaimana yang dimaksud didalam pasal 5 keputusan ini pada departemen perindustrian dan perdagangan

Cq Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW”.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode yuridis normatif, yaitu pendekatan yang dilakukan dengan cara meneliti terlebih dahulu peraturan perundang-undangan yang relevan dengan permasalahan yang diteliti atau melihat dari aspek hukum normatif.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan penelitian kepustakaan (*Library Research*) studi kepustakaan digunakan terutama untuk mengumpulkan data-data melalui pengkajian terhadap peraturan perundang-undangan, literature-literatur, tulisan-tulisan pakar hukum yang berkaitan dengan penulisan ini. Dalam penelitian ini jenis-jenis data dan bahan hukum yang digunakan, adalah :

- Bahan Hukum Primer
Bahan Hukum Primer terdiri dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penelitian ini.
- Bahan Hukum Sekunder
Bahan Hukum Sekunder terdiri dari buku-buku, surat kabar, majalah, jurnal, artikel.
- Bahan Hukum Tersier kamus hukum dan politik.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Kedudukan Franchisee Dalam Perjanjian Franchise (Waralaba)

Perjanjian franchise merupakan transaksi bisnis, dalam hal ini juga dapat dimasukkan dalam hukum perdata internasional (HPI) karena adanya unsur-unsur asing antara franchisor dan franchisee, bila masing-masing negara mempunyai pengertian yang berlainan maka diketahui hukum mana yang akan digunakan dalam perjanjian franchise tersebut. Ada beberapa kemungkinan mengenai hukum yang harus dipergunakan dalam perjanjian franchise. Hal ini disebabkan karena hak-hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang harus dilaksanakan menurut perjanjian franchise dapat terjadi atau berlangsung di negara yang bersangkutan atau dari negara ke tiga.

Di dalam perjanjian franchise ini hukum yang berlaku dapat ditentukan oleh para pihak sendiri atau berdasarkan asas- asas umum berlaku pada kontrak internasional. Melengkapi pendapat diatas, British franchise Assosiation (BFA) mendefinisikan franchise sebagai perjanjian lisensi yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee yang berisi :

1. Memberikan hak kepada franchisor untuk melakukan pengwasan yang berlanjut selama periode berlangsung .
2. Mengharuskan franchisor untuk memberikan bantuan kepada franchisee dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subyek franchisenya (berhubungan dengan pemberian pelatihan dan merchandising dan lain-lain).
3. Mewajibkan franchisee untuk secara berkala, selama franchise berlangsung, harus membayar sejumlah uang sebagai pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee.
4. Bukan merupakan suatu transaksi antara perusahaan induk (Holding Company) dengan cabangnya atau antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.

Hubungan hukum yang terjadi antara pihak Franchisor dengan pihak Franchisee dijabatani oleh suatu kontrak yang disebut Franchise Agreement. Tidak ada hubungan lain selain dari itu. Karena itu pula setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggung jawabkan sendiri oleh masing-masing pihak tersebut dan biasanya prinsip-prinsip tanggung jawab masing-masing ini ditemukan dengan tegas dalam kontrak franchise tersebut. Tetapi disamping prinsip hukum yang umum tentang tanggung jawab masing-masing dalam hal-hal tertentu terasa tidak adil jika hal tersebut diterapkan secara

konsekuen, sehingga kemudian berkembang teori-teori hukum (di Indonesia masih merupakan hukum yang dicita-citakan – *Ius Constituendum*) yang membebankan juga pertanggung jawaban kepada pihak Franchisor atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak Franchisee terhadap pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pihak Franchisee beralih kedudukannya dari semula seperti tanggung jawab distributor ke tanggung jawab yang berlaku bagi seorang agen. Adapun yang merupakan justifikasi yuridis terhadap ditariknya tanggung jawab seorang Franchisee menjadi tanggung jawab Franchisor atas tindakan yang dilakukan oleh pihak franchise, adalah :

a. Justifikasi Interen, dalam hal ini jika terdapat pengaruh atas campur tangan yang cukup besar dari pihak franchisor terhadap jalannya bisnis franchise yang sebenarnya dikelola oleh pihak Franchisee.

b. Justifikasi Eksteren, yakni jika terdapat kesan kepada masyarakat sedemikian rupa sehingga seolah-olah tindakan tersebut dilakukan oleh atau atas nama pihak Franchisor Perjanjian Franchise dibuat oleh para pihak, yaitu Franchisor dan franchisee, yang keduanya berkualifikasi sebagai subyek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. (Juajir Sumardi, 1995, h,76).

Perjanjian Franchise adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik *Franchise* (*Franchisor*) dengan Pemegang Franchise (*Franchisee*) dimana pihak pihak franchisor memberikan hak kepada pihak *Franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang barang (produk) dan atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Dengan memperhatikan pengertian perjanjian franchise sebagaimana dikemukakan diatas, maka dapat disimpulkan adanya beberapa unsur dalam suatu perjanjian franchise yaitu :

- e. Adanya suatu perjanjian yang disepakati;
- f. Adanya pemberian hak dari franchisor kepada franchisee untuk memproduksi dan memasarkan produk dan atau jasa;
- g. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu;
- h. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari franchisee kepada franchisor.

Perjanjian Franchise meskipun sebagai perjanjian lisensi yang seharusnya didaftarkan (*registration*), namun sebelum dikeluarkannya PP No. 16 tahun 1997 dalam praktek seringkali dilakukan secara di bawah tangan. Kontrol terhadap perjanjian franchise sebagai bentuk penanaman modal asing menjadi terlewatkan, bahkan akan memunculkan peluang sengketa didalamnya , namun dengan adanya Peraturan Pemerintah tersebut sebagaimana ditegaskan dalam pasal 7 ayat (1) telah mewajibkan Franchisee (penerima waralaba) untuk mendaftarkan perjanjian franchise beserta keterangan tertulis paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak berlakunya perjanjian franchise. Meskipun demikian praktek semacam itu tetap dipandang sah sepanjang ketentuan yang diatur dalam perjanjian franchise melindungi kepentingan para pihak, serta adanya kebebasan berkontrak di dalamnya. Mengingat pula bahwa ketentuan yang mengatur secara khusus tentang bisnis franchise belum ada terutama menyangkut praktek bisnis yang sehat.

Namun demikian bukan berarti tidak adanya pembatasan dalam bisnis tersebut kaitannya dengan materi kontrak yang terikat oleh prinsip-prinsip kontrak yang fair. Pembatasan atas asas kebebasan berkontrak lebih dikarenakan oleh sering terjadinya ketidak seimbangan atau ketidak sederajatan kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) yang dimiliki salah satu pihak. Jelasnya bahwa sebuah perjanjian semestinya harus menjelaskan secara detail dan komprehensif terhadap keinginan para pihak, dan menghindari suatu pengertian atau perumusan yang ambivalen (mengandung interpretasi ganda atau keraguan).

Kedetailan dalam kontrak didukung dengan itikad baik (*good faith*), maka pembatasan kebebasan berkontrak untuk menciptakan keadilan dalam hubungan kontrak atau perjanjian para

pihak. Pada prinsipnya batas-batas yang menjadi toleransi dari suatu kontrak atau perjanjian yang dilakukan oleh para pihak yaitu tidak bertentangan dengan :

- 1) Ketertiban umum (*Public policy*),
- 2) Keputusan serta kesusilaan, dan
- 3) Asas itikad baik dan Undang-undang.

Oleh karena keterbatasan dari asas kebebasan berkontrak tersebut dimungkinkan adanya campur tangan negara melalui pengaturan perundang-undangan ataupun keputusan pengadilan yang berkaitan dengan hukum kontrak. Asas Itikad baik merupakan asas yang valid dan harus dipertahankan di dalam hukum perjanjian (termasuk dalam perjanjian franchise), meskipun itikad baik saja tidak cukup dalam suatu perjanjian. Itikad baik dalam suatu perjanjian paling tidak meliputi 2 (dua) aspek, yaitu periode pra kontrak (*negosiasi/bargaining*) dan pada pelaksanaan perjanjian. Jelaslah bahwa ada tidaknya itikad baik tidak terlepas dari persoalan apakah pihak yang satu telah melakukan "*the obligation to exert due diligence*" dan pihak yang lain telah melakukan "*the obligation to provide adequate information*".

Ada beberapa cara yang dapat digunakan oleh Franchisee didalam memberikan perlindungan hukum :

1. Menilai kecocokan untuk menjadi Franchise

Dengan semakin meningkatnya persaingan dalam bisnis franchise dan hampir sebagian besar dari para pengusaha nasional (franchise local) belum siap dalam menghadapi persaingan dalam era perdagangan bebas maka harus diambil beberapa kebijakan atau upaya-upaya untuk melindungi dan memajukan para franchisor local agar dapat bersaing dengan para franchisor asing sehingga keberadaan dari usaha franchisee lokal tidak tertinggal sangat jauh baik dari perkembangan maupun pertumbuhannya. Upaya-upaya yang harus dilakukan untuk melindungi dan memajukan franchise terutama dari peran serta pemerintah diantaranya, yaitu :

- a. Mendorong Perusahaan Nasional (BUMN, BUMD, swasta dan Koperasi) yang memenuhi syarat indeks franchisebilty sebagai franchisor local dan bonafit. Menyediakan fasilitas kredit murah
- b. Membentuk suatu badan yang berfungsi sebagai pusat pengembangan franchise yang mempunyai tugas menyelenggarakan kegiatan kegiatan yang wajib diikuti oleh para anggotanya seperti pelatihan konsultasi dan konseling jika terdapat masalah yang dihadapi anggotanya didalam menjalankan usaha franchisenya, membuat pameran yang bertujuan untuk memperkenalkan hasil atau produk dari usaha franchise dan melakukan temu usaha untuk membahas solusi dari permasalahan yang timbul dalam bidang franchise. Pusat pengembangan ini harus dilaksanakan dengan kerjasama antara pihak pemerintah dan pihak swasta. Biaya untuk pusat pengembangan franchise ini diperoleh dari subsidi pemerintah yang didapatkan dari dana kontribusi wajib BUMN. Membuat pola-pola *business opportunity*, dalam rangka penciptaan lapangan kerja, pemerataan kesempatan berusaha dan menimbulkan jiwa kewirausahaan dikalangan masyarakat untuk mengembangkan bisnis franchise.
- c. Melindungi dan mendorong usaha lokal yang memiliki potensi dan berorientasi ekspor seperti Es Teller 77, rumah makan Sederhana, ayam bakar wong solo dll, untuk memperkenalkan produknya sehingga dikenal oleh masyarakat dunia. disamping itu juga menumbuhkan kecintaan dan kebanggaan pada masyarakat akan produksi buatan dalam negeri.
- d. Pemerintah juga perlu membentuk suatu badan koordinasi yang bekerja secara focus dalam rangka melakukan pengembangan untuk produksi nasional, Badan koordinasi tersebut mempunyai fungsi :
 1. Memfasilitasi dan membuat kebijakan pengembangan dan pemanfaatan produksi dalam negeri secara lintas sektoral yang tidak bertentangan dengan kebijakan dalam WTO.
 2. Melakukan koordinasi dan sinkronisasi dalam rangka pendaya gunaan sumber daya dan

sumber dana bagi pengembangan produksi yang dihasilkan oleh franchise.

3. Menjalankan kebijakan yang memberikan insentif kepada usaha-usaha yang mengeksport produknya

2. Menimbang Keuntungan dan Kerugian Franchise

Menurut Amir Karamoy dalam sukses usaha lewat waralaba, ada tiga alasan bagi pemberi waralaba untuk mewaralabakan bisnisnya :

- 1) Kekurangan modal untuk ekspansi usaha/pasar yang lebih luas.
- 2) Kekurangan personil untuk menjalankan usahanya.
- 3) Melakukan perluasan (dan penetrasi) pasar secara cepat.

Robert L. Purvin, Jr dalam Franchise Fraud, menyatakan bahwa sekurangnya delapan alasan mengapa pengusaha memilih untuk mewaralabakan usahanya, alasan-alasannya adalah :

- 1) *There is rapid business expansion* (pengembangan/perluasan usaha secara cepat);
- 2) *Capital formation comes from franchisees who provide the capital for their own operations* (modal sepenuhnya berasal dari penerima waralaba);
- 3) *The typical franchisor receives a percentage of gross revenues and does not incur risk for the profit or loss of the franchise locations* (pemberi waralaba menerima persentase atas penghasilan penerima waralaba tanpa menanggung kerugian penerima waralaba);
- 4) *Franchisees provide self-motivated branch management with a vested interest in the success of the franchise* (penerima waralaba membentuk sendiri manajemen operasional usahanya).
- 5) *The franchise pays for training and management training actually becomes a profit center for the franchisor* (penerima waralaba membayar seluruh biaya pelatihan yang diselenggarakan oleh pemberi waralaba ini berarti pemberi waralaba dapat memperoleh penghasilan lebih dari kegiatan pelatihannya tersebut);
- 6) *The franchising of the company product or service makes actual system expansion a profit center* (waralaba membentuk sistemnya sendiri sebagai pencari laba);
- 7) *The capital formation from franchising is off balance sheet in other words since the franchisor is not borrowing the capital to build the branch operation, no liability hits the balance sheet and consequently franchise businesses frequently have very positive debt/equity ratios* (rasio keuangan ekuitas yang positif, karena tidak perlu mengeluarkan modal yang besar);
- 8) *The ultimate benefit is that the franchisor who usually receives a percentage of gross revenue, instead of percentage of profit can be profitable even when the branches are losing money* (pemberi waralaba memperoleh penghasilan dari hasil penjualan dan bukan keuntungan penerima waralaba).

3. Melakukan Penilaian terhadap Franchisor

Untuk memberikan penilaian terhadap franchisor pihak franchisee bisa memberikan ilustrasi mengenai tahap-tahap yang berbeda-beda dari perkembangan seorang franchisor beserta masalah-masalah yang bisa timbul pada setiap tahap.

4. Menilai Proposisi Bisnis Franchisor

Franchise/Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia, sesuai dengan ketentuan pasal 2 PP No.16 tahun 1997.

5. Mengembangkan Petunjuk Operasional

Untuk mengembangkan petunjuk operasional perlu ikut campurnya sektor yuridis untuk menata bisnis franchise ini antara lain agar tercapainya keadilan dan ketertiban dalam praktek bisnis franchise sehari-hari yang diperkirakan semakin marak, ini diikuti campurnya sektor yuridis tersebut ditandai dengan munculnya atau disarankannya beberapa tindakan hukum yang mau tidak mau melibatkan banyak pihak termasuk pihak pemerintah sebagai yang memegang

otoritas bisnis. Hal-hal yang perlu dilakukan secara yuridis dalam rangka tertib hukum untuk pengembangan petunjuk operasional tentang franchise.

4. SIMPULAN

Franchise merupakan suatu Perikatan, yang tunduk pada ketentuan umum mengenai Perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Disamping itu Franchise didalam melibatkan hak pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, yang dimaksudkan dengan hak atas intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten, dan yang dimaksudkan dengan penemuan atau ciri khas usaha yaitu sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Dalam kontrak *franchise* terdapat subjek dan objek. Subjek hukum dalam perjanjian *franchise* yaitu *franchisor* dan *franchisee*; *franchisor* adalah perusahaan yang member lisensi, baik berupa paten, merk perdagangan, merk jasa maupun lainnya kepada *franchisee*, sedangkan *franchisee* adalah perusahaan yang menerima lisensi dari franchisor. Dan yang menjadi objek *franchise* adalah *lisensi*, yakni izin yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

Hubungan hukum yang terjadi antara pihak Franchisor dengan pihak Franchisee dijembatani oleh suatu kontrak yang disebut Franchise Agreement. Tidak ada hubungan lain selain dari itu. Karena itu pula setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggung jawabkan sendiri oleh masing-masing pihak tersebut dan biasanya prinsip-prinsip tanggung jawab masing-masing ini ditemukan dengan tegas dalam kontrak franchise tersebut. Tetapi disamping prinsip hukum yang umum tentang tanggung jawab masing-masing dalam hal-hal tertentu terasa tidak adil jika hal tersebut diterapkan secara konsekuen, sehingga kemudian berkembang teori-teori hukum (di Indonesia masih merupakan hukum yang dicita-citakan – *Ius Constituendum*) yang membebaskan juga pertanggung jawaban kepada pihak Franchisor atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak Franchisee terhadap pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pihak Franchisee beralih kedudukannya dari semula seperti tanggung jawab distributor ke tanggung jawab yang berlaku bagi seorang agen.

5. REFERENSI

Buku

Gunawan Widjaja, 2003. *Waralaba*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.

Juajir Sumardi , 2005, *Aspek – Aspek Hukum Franchise Dan Perusahaan*, Jakarta, P.T Raja Grafindo Persada

Juajir Sumardi, 1995, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Salim H.S.,S.H.,M.S, 2003, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika.

Subekti.R, 2002, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Jakarta,P.T Pradnya Paramitha.

Peraturan Perundang - undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 Tentang *Waralaba*

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang *Penyelenggaraan Waralaba*.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor: 259/ MPP/ Kep/ 7/ 1997,Tentang *Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba*

Artikel/Makalah/Jurnal/Website/Kamus

Makalah Ibu Ani Yunita, S.H. Di dapat pada saat seminar ilmiah. 2013. Ruang sidang FH UMY

Moch. Najib Imanullah. “*Pengaruh Berlakunya Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Terhadap Pertumbuhan Warlaba di Surkarta*”. Jurnal Yustisia, Edisi 80. Agustus

Maxmanroe. “Definisi Waralaba atau Franchise”. 14 Januari 2013 <http://www.pengusaha.co/thread-104-definisi-waralaba-atau-franchise.html>Diakses pada tanggal 17 Maret 2018.

Zehan Widiastuti. “Perkembangan Waralaba di Indonesia”. 09 April 2014. <http://zehanwidiastuti.wordpress.com/2014/04/09/perkembangan-waralaba-di-indonesia/>Diakses pada tanggal 17 Maret 2018