

PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-  
UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN  
PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT  
TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA

SKRIPSI

Nama: Sri Puji Astuti  
NPM: 050023221X



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM KEKHUSUSAN IV (HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI)  
DEPOK  
JANUARI 2011

PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-  
UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN  
PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT  
TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA

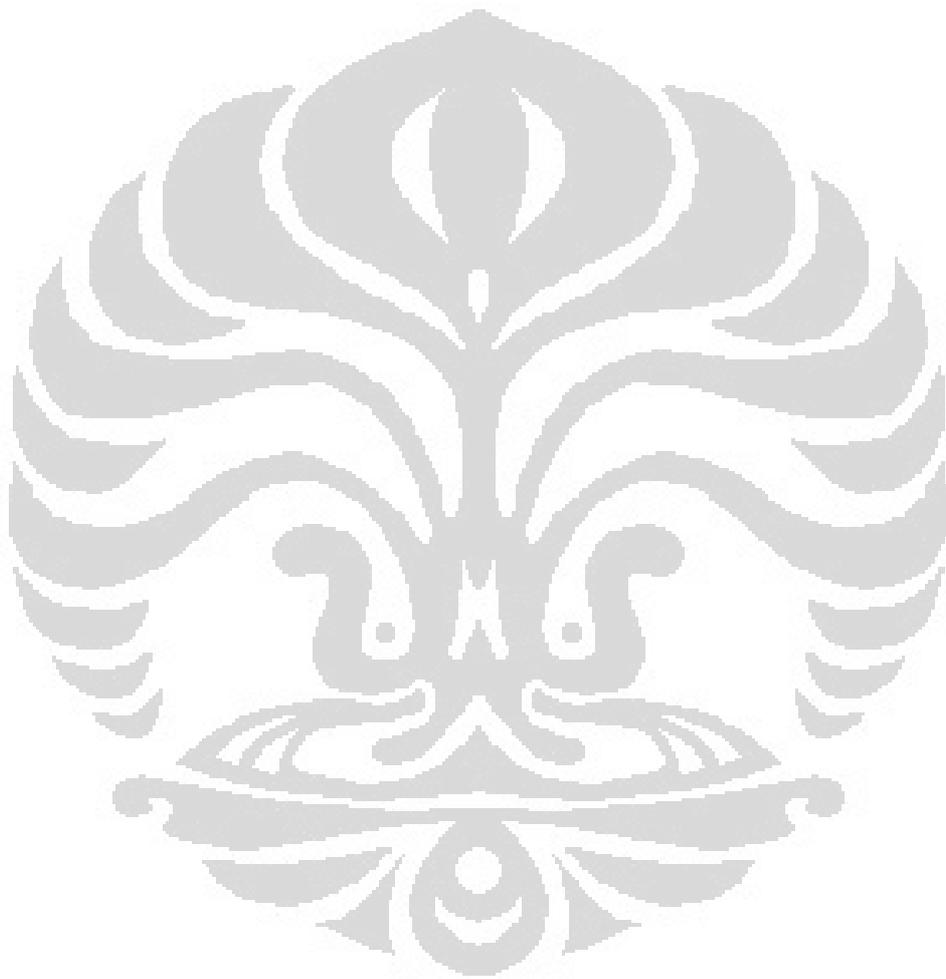
SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada  
Fakultas Hukum Universitas Indonesia

Nama: Sri Puji Astuti  
NPM: 050023221X



UNIVERSITAS INDONESIA  
FAKULTAS HUKUM  
PROGRAM KEKHUSUSAN IV (HUKUM TENTANG KEGIATAN EKONOMI)  
DEPOK  
JANUARI 2011



**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

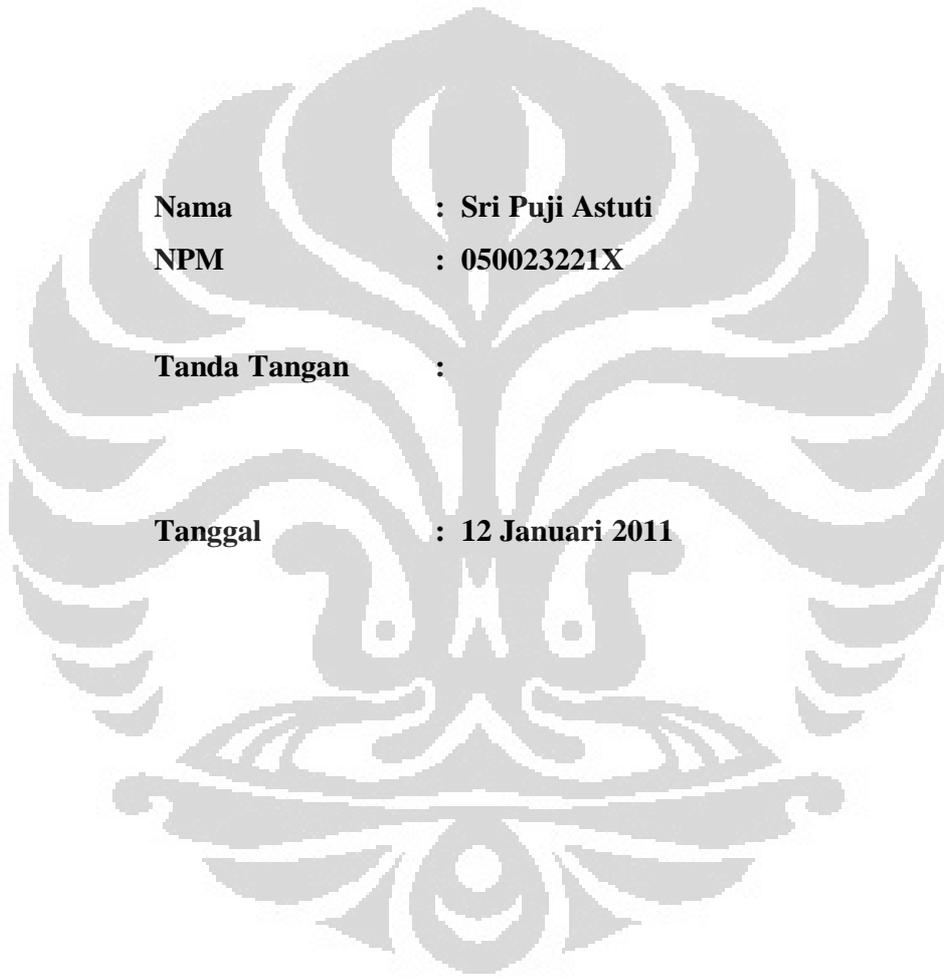
**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Sri Puji Astuti**

**NPM : 050023221X**

**Tanda Tangan :**

**Tanggal : 12 Januari 2011**



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Sri Puji Astuti NPM

: 050023221X

Program Studi : Hukum Keperdataan

Judul Skripsi : “PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA”

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Program Studi Hukum Keperdataan, Fakultas Hukum, Universitas Indonesia.

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharnoko,, S.H., M.L.I. ( )

Pembimbing : Ditha Wiradiputra, S.H., M.E. ( )

Penguji : Myra R. Budi S, S.H., M.H. ( )

Penguji : Purnawidhi W. P, S.H., M.H. ( )

Penguji : A. Budi Cahyono., S.H., M.H. ( )

Ditetapkan di : Depok

Tanggal : 12 Januari 2011

## KATA PENGANTAR

Syukur alhamdulillah, segala puji bagi Allah S.W.T, Tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulisan skripsi berjudul: “Penerapan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia” ini dapat diselesaikan. Skripsi ini disusun sebagai persyaratan untuk mencapai gelar derajat S-1 Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

Penulis menyadari bahwa selama proses penulisan skripsi ini penulis banyak sekali mendapatkan bantuan tenaga, pemikiran, waktu, materi, informasi, maupun do'a serta dorongan yang tidak terhingga dari berbagai pihak. Karena itu dari lubuk hati yang paling dalam dan dengan tulus penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga kepada yang terhormat:

- 1) Ibu DR. Siti Hajati Hoesin, S.H., M.H, Wakil Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 2) Bapak Suharnoko, S.H., M.L.I. selaku Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam memberikan bimbingan kepada penulis.
- 3) Bapak Ditha Wiradiputra, S.H., M.E. selaku pembimbing II yang telah merelakan banyak dari waktunya untuk memberikan bimbingan dan arahan, koreksi serta saran dan masukan yang sangat berarti terhadap penyempurnaan penulisan skripsi ini.
- 4) Ibu Surini Ahlan Syarif, S.H., M.H. selaku Ketua Bidang Studi Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- 5) Bapak Purnawidhi W. Purbacaraka, S.H., M.H, selaku Ketua Sub. Program Sarjana Ekstensi Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang sangat membantu sehingga skripsi ini dapat diwujudkan.

- 6) Bapak A. Budi Cahyono, S.H., M.H. selaku penguji, yang pertanyaannya, sanggahannya, koreksi serta masukannya menyempurnakan penulisan skripsi ini.
- 7) Segenap dosen Ekstensi Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah banyak memberikan tambahan ilmu pengetahuan kepada penulis.
- 8) Seluruh keluarga, sahabat, teman-teman serta seluruh pihak yang penulis tidak dapat sebutkan satu-per-satu yang telah banyak memberikan dukungan, pertolongan, do'a serta motivasinya hingga skripsi ini selesai disusun.

Penulis menyadari skripsi ini disusun dalam segala keterbatasan sehingga jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu penulis membuka diri dan mengharap segala saran maupun kritik bagi perbaikan dalam penulisan berikutnya. Penulis berharap, tulisan ini dapat bermanfaat bagi civitas akademik dan pembaca lainnya.

Depok, 12 Januari 2011

Penulis

Sri Puji Astuti

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademik Universitas Indonesia, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Sri Puji Astuti NPM  
: 050023221X

Program Studi : Hukum Keperdataan

Fakultas : Hukum

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (non-exclusive royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA”

beserta perangkat yang ada. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada tanggal : 12 Januari 2011

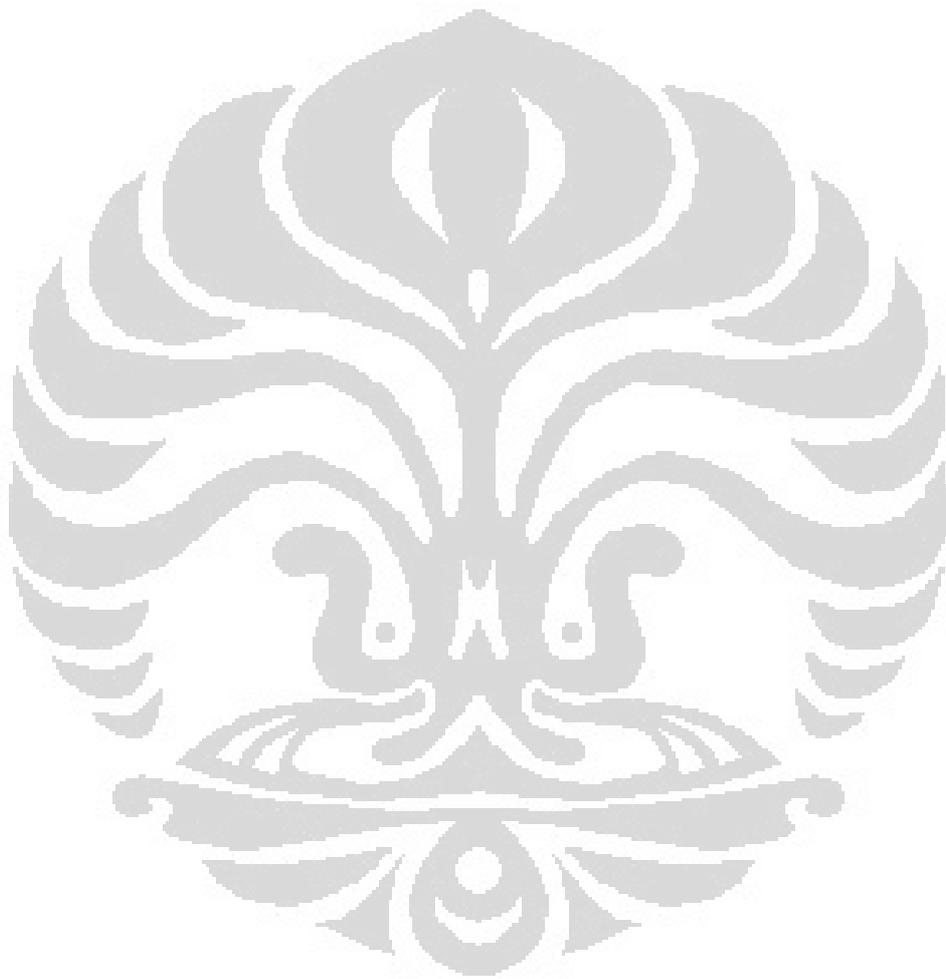
Yang menyatakan

(Sri Puji Astuti)

## ABSTRAK

Nama : Sri Puji Astuti  
Program Studi : Program Kekhususan IV (Hukum Tentang Kegiatan Ekonomi).  
Judul : Penerapan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia .

Era globalisasi yang membuat belahan bumi seperti tidak terbatas ini membuat perkembangan bisnis *franchise* (waralaba) di belahan bumi yang lain dengan cepat memberikan perubahan terhadap perkembangan sistim perekonomian Indonesia yaitu dengan maraknya praktek-praktek sistim bisnis waralaba internasional dan bahkan waralaba nasional berkembang pesat di Indonesia. Skripsi ini berjudul Penerapan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia. Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah jenis penelitian hukum normatif dengan tipe penelitian deskriptif. Skripsi ini membahas mengapa waralaba termasuk bidang usaha yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, serta kaitannya dengan diterbitkannya Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 6 Tahun 1999 tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian Yang Berkaitan dengan Waralaba, serta kaitannya pula dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Skripsi ini membahas pula mengenai bentuk-bentuk perjanjian waralaba yang bagaimana yang dikecualikan dan apakah pengaturan yang ada benar-benar telah secara adil melindungi hak-hak para pihak yang terlibat di dalam perjanjian waralaba tersebut. Perjanjian waralaba yang bagaimana yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah perjanjian waralaba yang didalamnya terkandung adanya pengalihan hak lisensi dan merek dagang dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba, dimana klausul-klausul dalam perjanjian tersebut tidak menimbulkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Sedangkan perjanjian waralaba yang dapat menyebabkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat tidak termasuk yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan belum jelasnya batasan-batasan pengecualian, untuk menghindari kerancuan implementasi ketentuan perlunya sosialisasi yang lebih intensif terhadap ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dalam hal ini yang berkaitan dengan bentuk-bentuk larangan dan batasan pengecualian sebagaimana dimaksud oleh Pasal 50 huruf b, sehingga semua pihak yang terkait lebih memahami dalam mengimplementasikan ketentuan perundang-undangan tersebut secara benar. Sebagai bentuk perlindungan, perlunya diatur secara tegas yang mewajibkan para pemilik suatu waralaba mendaftarkan kandungan HaKI dalam waralaba-nya, sehingga hasil inovasinya terlindungi sebagai HaKI.



## DAFTAR ISI

Halaman Pernyataan Orisinalitas .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Kata Pengantar .....	iii
Pernyataan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir untuk Kepentingan Akademis .	v
Abstrak .....	vi
Daftar Isi .....	vii

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2 Pokok Permasalahan .....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Definisi Operasional .....	10
1.5 Metode Penelitian .....	11
1.5.1 Jenis Penelitian .....	11
1.5.2 Bahan Penelitian .....	12
1.5.2.1 Bahan Hukum Primer .....	12
1.5.2.2 Bahan Hukum Sekunder .....	13
1.5.2.3 Bahan Hukum Tersier .....	14
1.5.3 Teknik Pengumpulan Bahan Penelitian .....	14
1.5.4 Analisis .....	14
1.5.5 Sistimetika Penulisan .....	14

### **BAB 2 TINJAUAN UMUM TENTANG WARALABA DAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT**

2.1 Waralaba .....	17
2.1.1 Pengertian Waralaba .....	17
2.1.2 Sejarah Waralaba .....	19
2.1.3 Bentuk-Bentuk Waralaba .....	21
2.1.4 Keuntungan dan Kelemahan dalam Bisnis Waralaba .....	23
2.2 Perjanjian Waralaba .....	24
2.2.1 Subyek dan Obyek dalam Perjanjian Waralaba .....	24
2.2.1.1 Subjek Perjanjian Waralaba .....	24
2.2.1.2 Objek Perjanjian Waralaba .....	27
2.2.2 Isi Perjanjian Waralaba .....	27
2.2.3 Ciri Perjanjian Waralaba .....	29
2.3 Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat .....	30
2.3.1 Persaingan Usaha Secara Umum .....	30
2.3.2 Monopoli Secara Umum .....	32
2.3.3 Pengaturan Persaingan Usaha Di Indonesia .....	33
2.4 Hal-hal yang Diatur dalam Hukum Persaingan Usaha .....	35
2.4.1 Perjanjian yang Dilarang .....	35
2.4.2 Kegiatan yang Dilarang .....	39
2.4.3 Posisi Dominan yang Dilarang .....	40
2.4.4 Hal-hal yang Dikecualikan dalam Hukum Persaingan Usaha .....	40
2.5 Hak Kekayaan Intelektual dalam Kaitannya dengan Waralaba .....	43
2.6 Pengaturan Waralaba dalam Sistem Hukum Indonesia .....	47

2.7	Pengaturan Waralaba dalam Kaitannya dengan Perlindungan Hak Para Pihak .....	52
<b>BAB 3</b>	<b>ANALISIS PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA</b>	
3.1	Ruang Lingkup Pengecualian.....	55
3.2	Pengecualian terhadap Perjanjian Waralaba .....	56
3.3	Alasan Waralaba Termasuk Bidang Usaha yang Dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 .....	69
3.4	Sanksi Hukum Atas Pelanggaran Aturan Pengecualian terhadap Perjanjian Waralaba .....	70
3.5	Contoh Kasus .....	76
<b>BAB 4</b>	<b>Penutup</b>	
4.1	Kesimpulan.....	85
4.2	Saran.....	87
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	89
	<b>LAMPIRAN .....</b>	93
	- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007	
	- Peraturan KPPU Nomor : 6 Tahun 2009	
	- Keputusan KPPU Nomor : 57/KPPU/Kep/III/2009	
	- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 12/M-DAG/Per/3/2006	
	- Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008	
	- Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia	

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang Permasalahan

Perkembangan yang terjadi dalam dunia bisnis ternyata menghasilkan pranata-pranata bisnis baru yang kemudian menciptakan pranata hukum baru pula. Banyak dari pranata-pranata bisnis maupun pranata hukum baru tersebut pada mulanya tidak dikenal dalam budaya maupun sistem hukum Indonesia.

Akibat adanya pengaruh globalisasi membuat dunia ini tidak terbatas sehingga tidak dapat dipungkiri bahwa kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi informasi serta teknologi transportasi membuat jarak belahan bumi yang satu dengan belahan bumi yang lain terasa begitu dekat. Teknologi-teknologi tersebut membawa dampak pada meluasnya arus globalisasi. Apa yang semula tidak dikenal pada suatu wilayah kemudian dengan mudah menjadi budaya atau tradisi di suatu wilayah yang lain. Salah satu diantara pranata-pranata bisnis baru dampak dari pada kemajuan teknologi, transportasi serta globalisasi yang diadopsi di Indonesia adalah pranata bisnis *franchise* (waralaba)<sup>1</sup>, dimana konsekuensi terhadap pranata hukumnya adalah adanya perjanjian *franchise* atau didalam kepustakaan hukum di Indonesia disebut atau diperkenalkan dengan istilah perjanjian waralaba. Pelaksanaan interaksi antara pranata-pranata bisnis para pihak tersebut tertuang dalam bentuk perjanjian atau perikatan, hal mana tentu membawa dampak atau konsekuensi tersendiri terhadap pranata hukum.

*Franchising* (pewaralabaan) pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian, *franchising* bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya, sama strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem *franchise* dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia dan manajemen, tidak terkecuali kerelaan pemilik

---

<sup>1</sup> Betsy-Ann Toffler dan Jane Imber, *Kamus Istilah Pemasaran*, (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2002).

merek untuk berbagi dengan pihak lain. *Franchising* juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan *franchisee*.

Perkembangan yang terjadi dalam bidang bisnis waralaba memang sangat pesat. Di Indonesia, waralaba masuk ke Indonesia pada dekade 70-an, ketika masuknya waralaba melalui bisnis rumah makan siap saji seperti Shakey Piza, KFC, Swensen dan Burger King.<sup>2</sup> Dengan perkembangan yang sangat pesat, pada saat ini bisnis waralaba tidak hanya meliputi rumah makan siap saji saja tetapi juga ke dalam bidang bisnis lainnya seperti jasa pemasaran, hotel, toko buku, minimarket, hypermarket, pusat kebugaran, penataan rambut atau lebih luas lagi salon kecantikan dan sebagainya. Waralaba ini tidak hanya waralaba yang berasal dari luar negeri, tetapi juga waralaba lokal.

Di Indonesia perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar 1995. Data Deperindag pada 1997 mencatat terdapat sekitar 259 perusahaan penerima waralaba di Indonesia. Setelah itu, usaha franchise mengalami kemerosotan oleh karena terjadinya krisis moneter. Para penerima waralaba asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat lemah. Hingga tahun 2000 *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia, hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elite politik. Barulah pada tahun 2003, usaha *franchise* di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat.<sup>3</sup>

Bisnis waralaba (*franchise*) akhir-akhir ini telah menjadi salah satu trendsetter yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Setidaknya dalam enam atau tujuh tahun terakhir ini, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha melalui waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada dua cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang

---

<sup>2</sup> Tri Raharjo, *Franchise di Indonesia dan Pengertiannya*, <http://www.salamfranchise.com/franchise-di-Indonesia-dan-Pengertiannya/>, diakses tanggal 12 Desember 2010.

<sup>3</sup> *Ibid.*

usaha (*business opportunity*) yang terkonversi menjadi waralaba. Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen. Oleh karena itu pihak-pihak yang terlibat dalam *franchising* (pewaralabaan) terbagi atas 2 segmen yakni: pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).

Hal yang menarik dari isu waralaba nasional adalah bahwa pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Fakta ini disebabkan karena pewaralaba lokal memberikan berbagai kemudahan dalam persyaratan pembelian waralaba mereka serta harga waralaba yang lebih terjangkau. Toleransi yang diberikan juga cukup luas ditambah promosi dan marketing yang terus menerus dan *up-to-date*. Pihak media di Indonesia juga memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan waralaba lokal, berbagai media bisnis telah banyak mengangkat waralaba sebagai suatu segmen liputan khusus, bahkan sekarang telah terdapat majalah yang hanya khusus mengupas dan mewartakan seluk beluk waralaba secara spesifik.

Jenis usaha waralaba yang ada di Indonesia sudah sangat beragam mulai dari *bakery*, *café*, *food & beverage*, internet, apotek, agen properti, salon, *retail*, pendidikan, hobi, perhiasan, cargo, bahkan sampai plumbing service pun sudah tersedia.<sup>4</sup>

Besarnya variasi usaha ini hendaknya memudahkan masyarakat untuk memilih yang benar-benar tepat untuk dirinya. Tidak sedikit pula jenis *franchise* lokal yang sudah benar-benar mantap menjaga kualitas dan membangun citra produknya sehingga mereka sudah mulai go international dengan mengikuti berbagai expo di mancanegara dan sudah membuka cabangnya di luar negeri. Prospek pasar masih luas dan menanti. Kita semua berharap suatu saat akan menjadi suatu epidemi di kalangan masyarakat Indonesia bahwa para pelaku waralaba baik *franchisor* maupun *franchisee* memiliki profesionalisme dan etos kerja yang tinggi, sehingga berhasil melahirkan sistem yang benar-benar teruji, produk serta sumber daya manusia yang

---

<sup>4</sup> Ibid.

berkualitas, sehingga bisnis waralaba kita dapat bersaing bahkan mengungguli apa yang berkembang di luar negeri berkaitan dengan bisnis waralaba ini.

Masyarakat telah sangat mengenal brand McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Bread Talk, Starbucks, Pizza Hut. Nama-nama merek dagang tersebut adalah merek dagang waralaba asing. Dalam pengoperasiannya mereka menjual *master franchise*. *Master franchise* ini berhak untuk mengelola sendiri atau menjualnya kembali kepada *franchisee* yang lain pada suatu teritori (cakupan area) tertentu sesuai kesepakatan.

Pertumbuhan bisnis waralaba yang begitu cepat di Indonesia sangat didorong oleh peran serta dari merek-merek waralaba lokal seperti Primagama, Alfamart, Martha Tilaar, Roti Buana, Nasi Uduk Gondangdia, Slimply Fresh Laundry dan berbagai nama lainnya. Merek-merek lokal tersebut diarahkan oleh Pemerintah untuk bernaung di bawah AFI (Asosiasi Franchise Indonesia) yaitu asosiasi resmi dalam bisnis waralaba yang diakui oleh Pemerintah. Asosiasi ini merupakan anggota dari IFA (International Franchise Association) yang adalah organisasi *franchise* skala internasional. AFI didirikan pada tanggal 22 November 1991 dengan bantuan dari ILO (*International Labour Organization*) dan Pemerintah Indonesia.<sup>5</sup>

Pengertian tentang waralaba, Pemerintah mengeluarkan peraturan dalam bentuk Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997, dimana di dalam Pasal 1 ayat (1) menyebutkan definisi waralaba sebagai “perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut di dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa”. Pengertian Peraturan Pemerintah Nomor 16 tersebut disempurnakan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yang memberikan pengertian waralaba yang lebih khusus. Hal ini dapat dilihat pada Pasal 1 ayat (1) yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha

---

<sup>5</sup> Sekretariat AFI, <http://www.franchiseindonesia.org/home/>, Diakses tanggal 12 Januari 2010.

dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba.<sup>6</sup> Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 mengatur bahwa perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia.<sup>7</sup> Perjanjian *franchise* (waralaba) dilaksanakan oleh pemberi dan penerima *franchise* (waralaba) untuk saling menguntungkan satu sama lain. Perlindungan terhadap pemberi waralaba haruslah dilakukan karena dalam perjanjian waralaba atau pemberian waralaba, pemberi waralaba memberikan keberhasilan dari pada sistim bisnis yang sekian lama telah dijalankannya kepada penerima waralaba dengan berbagai ciri khas kegiatan usahanya menyangkut berbagai metode yang digunakan dalam menjalankan usaha tersebut. Oleh karena alasan itulah maka dalam perjanjian waralaba, hak-hak pemilik waralaba yang juga pemilik rahasia merek dagang atau merek jasa tersebut dengan segala keberhasilannya dan ke-khasannya tersebut benar-benar harus dilindungi.

Sebagaimana diatur oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tersebut diatas, perjanjian waralaba hanya dapat diselenggarakan dengan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Hal tersebut dimaksudkan untuk melindungi kepentingan semua pihak terkait dengan akibat hukum yang melekat pada perjanjian dimaksud juga termasuk perlindungan terhadap hak atas kekayaan intelektual pemberi *franchise* atau waralaba. Selain terkait dengan rahasia merek dagang atau merek jasa, perjanjian waralaba juga terkait dengan hak cipta serta hak paten.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Indonesia (a), *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-Dag/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba*, Pasal 1 angka 7.

<sup>7</sup> Indonesia (b), *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*, Pasal 1 angka 1

<sup>8</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hal. 97 - 107.

Pembangunan sistem hukum di Indonesia telah mengatur mengenai norma hukum hak atas kekayaan intelektual yang merupakan satu sistem pemberian perlindungan hukum bagi karya-karya intelektual yang mencakup jangkauan yang luas, dari pengetahuan tradisional (*traditional knowledge*) sampai program komputer dan internet di era ekonomi digital.<sup>9</sup> Hak atas kekayaan intelektual sangat diperlukan untuk mendorong penemuan, inovasi serta peningkatan mutu dan efisiensi industri, hasil penelitian serta pengembangan industri dan standarisasi.

Alasan hukum bahwa terhadap pelaku usaha yang melakukan kegiatan yang sama atau yang dapat disamakan akan mendapat perlakuan yang sama menurut prinsip dan standar hukum persaingan usaha yang berlaku, seperti memberikan jaminan adanya keadilan (*fairness*), kesamaan kesempatan (*equality*), dan perlakuan yang sama atau non-diskriminasi.<sup>10</sup>

Pendekatan tersebut juga akan mendorong proses penegakan hukum (*due process of law*) dilaksanakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundangan yang berlaku.<sup>11</sup> Ada perjanjian-perjanjian dan perbuatan-perbuatan yang jika tidak diberikan aturan pengecualian akan berbenturan dengan kebijakan-kebijakan yang lain, seperti kebijakan yang diperuntukkan guna membangun perekonomian bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pasal 50 Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 mengatur perjanjian-perjanjian dan perbuatan-perbuatan yang dikecualikan dari Undang-Undang Anti monopoli tersebut.<sup>12</sup>

Bisnis waralaba yang dalam dekade terakhir ini perkembangannya sangat pesat dan semakin meluas, bisnis ini juga mempunyai ciri sendiri sehingga pemerintah merasa perlu untuk mengatur atau mengelompokkan masalah perjanjian waralaba tersebut sebagai salah satu bentuk perjanjian yang termasuk dikecualikan

---

<sup>9</sup> A Zen Umar Purba, *Pokok-pokok Kebijakan Pembangunan Sistem HaKI Nasional*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 13, April 2001, hal 4.

<sup>10</sup> Mustafa Kamal Rokan, *Hukum Persaingan Usaha: Teori dan Prakteknya di Indonesia*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2010), hal.229.

<sup>11</sup> *Ibid*, hal. 230.

<sup>12</sup> *Ibid*.

dalam praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pengecualian tersebut diatur dalam ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ketentuan dalam Pasal 50 huruf b ini adalah ketentuan yang bersifat pengecualian. Dalam konteks Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 perlu dipertegas bahwa perjanjian yang dikecualikan adalah perjanjian yang mengatur sistem waralaba dan pengalihan hak lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba.<sup>13</sup> Adapun mengenai perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persainagn usaha tidak sehat walaupun berkaitan dengan waralaba tidak termasuk yang dikecualikan.<sup>14</sup> Hal tersebut juga diatur didalam Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.

Dalam dunia usaha, persaingan harus dipandang sebagai hal yang positif. Persaingan yang sempurna merupakan wujud dari suatu kondisi pasar yang ideal. Masalah persaingan usaha tidak hanya melibatkan para pelaku bisnis saja. Guna menciptakan sistem persaingan usaha yang baik atau sehat maka diperlukan peran pemerintah atau negara. Negara pada dasarnya berperan untuk menciptakan keseimbangan yang diwujudkan dalam berbagai peraturan perundang-undangan.

Dalam menjalankan kegiatan usaha, para pelaku usaha membutuhkan adanya jaminan kepastian hukum dalam rangka mendukung tercapainya persaingan usaha yang *fair* dengan tujuan mencapai efisiensi bisnis serta kesejahteraan rakyat dengan memperhatikan kepentingan umum. Jaminan kepastian hukum ini diwujudkan dalam peraturan perundang-undangan. Peraturan perundang-undangan yang dibuat oleh Pemerintah diharapkan dapat mendukung kemajuan dan berkembangnya dunia bisnis yang sedang berjalan.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 239.

<sup>14</sup> *Ibid*.

Dikeluarkannya Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) mengakibatkan adanya berbagai pendapat di kalangan pengusaha. Pengusaha mengkhawatirkan dikeluarkannya Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 huruf b tentang Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba yang merupakan pengecualian penerapan dalam hal ini terhadap praktek bisnis waralaba, menyebabkan Indonesia tidak menarik lagi bagi investor di bidang waralaba.<sup>15</sup> Ketua Umum Asosiasi Franchise Indonesia khawatir aturan yang dikeluarkan oleh KPPU tersebut dikarenakan KPPU menerima keluhan dari pengusaha yang sebenarnya terikat dalam perjanjian peluang bisnis (*Business Opportunity/BO*), tetapi pengusaha tersebut tidak mengetahui kalau BO itu berbeda dengan *franchise* (waralaba). Memang pada awalnya pengusaha memulai usaha dari BO, setelah siap dan berkembang serta memenuhi syarat-syarat usaha yang disebut dengan *franchise* (waralaba).<sup>16</sup>

Pengaturan pemerintah dalam dunia waralaba disatu sisi memang merupakan bentuk perlindungan yang diberikan oleh pemerintah dalam menciptakan iklim berusaha di Indonesia khususnya dalam bidang waralaba, namun disisi lain bentuk perlindungan tersebut dapat pula menghambat perkembangan bisnis waralaba itu sendiri. Intervensi pemerintah khususnya dalam bentuk regulasi diharapkan dapat diterapkan secara jelas. Regulasi dimaksud haruslah dapat diharapkan mampu meningkatkan dan mendukung iklim usaha khususnya dalam kaitannya dengan pelaksanaan bisnis waralaba.

Kekhawatiran pengusaha sebenarnya dapat terjawab apabila pemahaman tentang perjanjian waralaba dan pengaturan tentang pengecualian perjanjian waralaba dalam praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat dipahami secara benar.

---

<sup>15</sup> Anonim, *Ketua Umum AFI: Pengusaha Khawatirkan Keluarnya Aturan Waralaba Dikecualikan dalam Penerapan UU No. 5 Tahun 1999*, Business News, 3 Oktober 2009, hal 8.

<sup>16</sup> *Ibid.*

## 1.2. Pokok Permasalahan

Berdasarkan uraian pada latar belakang permasalahan tersebut di atas maka, pokok permasalahan yang dapat diangkat dalam penulisan skripsi ini adalah :

1. Mengapa waralaba termasuk bidang usaha yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat?
2. Bagaimanakah bentuk waralaba yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 50 huruf b Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba serta kaitannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba?
3. Apakah pengaturan yang demikian tersebut telah melindungi para pihak yang terlibat di dalam perjanjian waralaba?

Untuk memperoleh jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang merupakan pokok permasalahan pada kajian ini maka diperlukan untuk melakukan serangkaian penelusuran dan pengkajian terhadap hakekat, tujuan serta sasaran dari pada pengecualian oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap perjanjian waralaba.

## 1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Tujuan yang bersifat umum  
Penelitian dan penulisan skripsi ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu hukum khususnya terhadap pranata hukum waralaba serta pranata hukum persaingan usaha. Dengan demikian penulisan skripsi ini diharapkan dapat memberikan masukan ilmiah terhadap ilmu hukum secara luas.
2. Tujuan yang bersifat khusus  
Secara khusus, penelitian dan penulisan skripsi ini bertujuan :

- a. Untuk mengetahui dan memahami tentang alasan waralaba termasuk yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat,
- b. Untuk mengetahui dan memahami tentang bentuk waralaba yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dan kaitannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- c. Untuk mengetahui dan memahami apakah pengaturan terhadap praktek bisnis waralaba dalam kaitannya dengan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat telah benar-benar melindungi para pihak yang terkait di dalam perjanjian waralaba atau belum.

#### 1.4. Definisi Operasional

Untuk menghindari adanya perbedaan pengertian atas beberapa istilah yang digunakan dalam penulisan skripsi ini maka penulis memberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. 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.<sup>17</sup>
2. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba<sup>18</sup>.
3. Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Indonesia (b), *Op. cit.* Pasal 1 angka 1

<sup>18</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 2

4. Perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun baik tertulis maupun tidak tertulis.<sup>20</sup>
5. Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasanya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>21</sup>
6. Persaingan usaha tidak sehat adalah persaingan antar pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.<sup>22</sup>

## **1.5. Metode Penelitian**

### **1.5.1. Jenis Penelitian**

Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan analisa dan konstruksi, yang dilakukan secara metodologis, sistematis, dan konsisten.<sup>23</sup> Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kepustakaan yang bersifat yuridis normatif, yang berarti cara pengumpulan data yang bahannya berupa peraturan perundang-undangan, yurisprudensi, kasus-kasus hukum, dan pendapat para ahli.<sup>24</sup> Metode ini melihat hukum sebagai apa yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan atau hukum dikonsepsikan sebagai kaidah atau norma

---

<sup>19</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 3

<sup>20</sup> Indonesia (c), *Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*, Pasal 1 angka 7

<sup>21</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 2

<sup>22</sup> *Ibid*, Pasal 1 angka 6

<sup>23</sup> Soerjono Soekanto, *Pengantar Penelitian Hukum*, (Jakarta: Penerbit UI), 1986, hal.42

<sup>24</sup> *Ibid*.

yang merupakan patokan berperilaku manusia yang dianggap pantas.<sup>25</sup> Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data yang dilakukan adalah studi kepustakaan. Penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka atau data sekunder belaka, dapat dinamakan penelitian hukum normatif atau penelitian kepustakaan.<sup>26</sup>

### 1.5.2. Bahan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum normatif yang menggunakan data sekunder, baik berupa bahan/sumber primer, bahan/sumber sekunder, maupun bahan/sumber tersier. Bahan/sumber primer, yakni bahan pustaka yang berisikan pengetahuan ilmiah yang baru atau mutakhir, ataupun pengertian baru tentang fakta yang diketahui maupun mengenai suatu gagasan (*ide*).<sup>27</sup> Bahan/sumber sekunder, yaitu bahan pustaka yang berisikan informasi tentang bahan primer.<sup>28</sup> Bahan/sumber tersier yaitu bahan-bahan yang memberi petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan primer maupun sekunder, disebut juga bahan penunjang, seperti kamus hukum.<sup>29</sup>

Penelitian ini dilakukan dengan mencari peraturan perundang-undangan yang terkait dengan waralaba serta bahan pustaka yang relevan dengan pokok permasalahan yang dibahas serta sejalan dengan tujuan penulisan. Bahan penelitian tersebut terdiri dari :

#### 1.5.2.1. Bahan hukum primer:

Bahan hukum primer adalah bahan hukum yang merupakan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, yang dalam penulisan ini antara lain :

---

<sup>25</sup> Amiruddin dan H. Zainal Asikin, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 118.

<sup>26</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamudji, *Penelitian Hukum Normatif*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), hal. 14.

<sup>27</sup> *Ibid*, hal.29.

<sup>28</sup> *Ibid*.

<sup>29</sup> Soerjono Soekanto, *op. cit.*, hal. 32.

- a. Undang-Undang Dasar 1945;
- b. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata);
- c. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;
- d. Undang Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;
- e. Undang Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk;
- f. Undang Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta;
- g. Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas;
- h. Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba;
- i. Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- j. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba;
- k. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba;
- l. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.
- m. Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor: 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.

#### **1.5.2.2. Bahan hukum sekunder:**

Bahan hukum sekunder ini memperjelas mengenai bahan hukum primer.

Bahan hukum sekunder adalah bahan hukum yang diperoleh dengan cara penelusuran melalui media cetak, media internet serta buku-buku, majalah-majalah yang terkait dengan penulisan ini yang antara lain berupa :

- a. Buku-buku ilmiah hukum;
- b. Makalah;

- c. Jurnal hukum;
- d. Artikel.

#### **1.5.2.3. Bahan hukum tersier :**

Bahan hukum tersier adalah bahan hukum yang memberikan petunjuk serta penjelasan terhadap bahan hukum primer dan sekunder. Dalam penulisan ini digunakan Kamus Hukum.

#### **1.5.3. Teknik Pengumpulan Bahan Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian normatif yang menggunakan data utama adalah data sekunder. Data sekunder atau data Kepustakaan ini diperoleh melalui penelitian kepustakaan (*library research*) yang bersumber pada data sekunder, baik berupa bahan hukum primer, sekunder, maupun tersier.

Dalam penelitian ini juga akan dilakukan penelitian lapangan untuk memperoleh data primer berupa wawancara dengan pelaku usaha yang sifatnya menunjang data sekunder

#### **1.5.4. Analisis**

Bahan hukum yang telah dikumpulkan dianalisis secara kualitatif dan diuraikan secara deskriptif.

#### **1.5.5. Sistematika Penulisan**

Dalam sistematika penulisan ini, penulis membagi tulisan menjadi 4 (empat) bab yang sekaligus merupakan gambaran sistematika antara bab yang satu dengan bab yang lain sehingga hubungan bab yang satu dengan yang lainnya terjalin dengan sistematis. Adapun perincian dari bab-bab tersebut adalah sebagai berikut :

##### **BAB I: PENDAHULUAN**

Bab ini berisi latar belakang permasalahan, pokok permasalahan, tujuan penulisan, definisi, metode penelitian dan sistematika penulisan.

**BAB II: TINJAUAN UMUM TENTANG WARALABA DAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT**

Dalam bab ini akan diuraikan hal-hal yang berkaitan tentang tinjauan waralaba antara lain mengenai pengertian waralaba, bentuk-bentuk waralaba, sejarah waralaba, para pihak yang akan terkait dalam suatu perjanjian waralaba, ciri khusus perjanjian waralaba, keuntungan dan kelemahan dalam bisnis waralaba. Adapun dalam kaitannya dengan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat akan dibahas tentang pengertian dari persaingan usaha secara umum, dasar hukum pengaturan larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat di Indonesia, bentuk-bentuk dari praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat secara umum, hak kekayaan intelektual dalam kaitannya dengan waralaba, serta menguraikan hal-hal yang dikecualikan dalam hukum persaingan usaha.

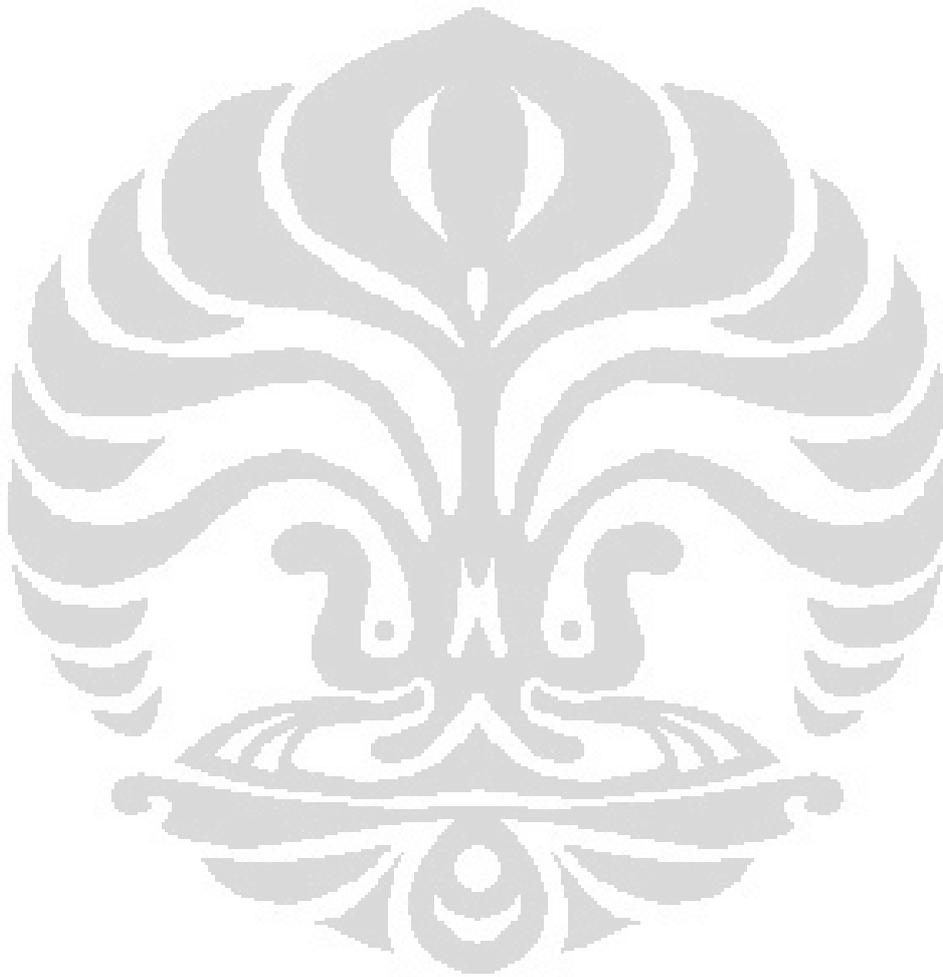
**BAB III: ANALISIS PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA.**

Dalam bab ini akan diuraikan tentang analisa mengapa waralaba dikategorikan sebagai usaha yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Bab ini juga membahas mengenai perjanjian waralaba sebagai usaha yang dikecualikan sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut serta membahas pula bentuk-bentuk perjanjian waralaba yang dikecualikan berdasarkan Peraturan Pelaksana Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, serta implementasinya terhadap praktek waralaba di Indonesia dalam kaitannya dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42

Tahun 2007 tentang waralaba. Dalam Bab III ini juga dibahas mengenai akibat hukum atas pelanggaran terhadap aturan pengecualian perjanjian waralaba.

#### BAB IV: PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dan saran.



## BAB II TINJAUAN UMUM TENTANG WARALABA DAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT

### 2.1 Waralaba

#### 2.1.1 Pengertian Waralaba

Pengertian “*franchise*” berasal dari bahasa latin, yaitu *francorum rex* yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Sedangkan “*franchise*” berasal dari bahasa Perancis abad pertengahan, diambil dari kata “*franc*” (bebas) atau “*francher*” (membebaskan), yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa.<sup>25</sup> Pemberi *franchise* disebut *franchisor* dan penerima *franchise* disebut *franchisee*. Kemudian istilah *franchise* coba di-Indonesiakan dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata “wara” (lebih atau istimewa) dan “laba” (untung) sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.<sup>26</sup> Waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan untuk saling menguntungkan, format waralaba ini khususnya diterapkan dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.<sup>27</sup>

Asosiasi *Franchise* Indonesia mengartikan waralaba sebagai suatu sistem pendistribusian akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individual atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.<sup>28</sup>

Pengertian waralaba selalu diartikan berbeda dengan lisensi. Padahal intinya hampir sama. Dalam praktek lisensi diartikan lebih sempit, yakni

---

<sup>25</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008), hal 6.

<sup>26</sup> *Ibid.*, hal. 7.

<sup>27</sup> V. Winarto, *Identifikasi Jenis Usaha Potensial Untuk Difranchisekan, Seminar Peluang Bisnis Waralaba (Franchise) dan Pengembangannya di Indonesia*, (Jakarta: Institut Pendidikan dan Pengembangan Manajemen, 1993), hal 8.

<sup>28</sup> Wikipedia, *Waralaba*, <http://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>, diakses tanggal 21 Desember 2010.

perusahaan atau seseorang pemilik lisensi (*licensor*) yang memberikan hak kepada pihak tertentu yaitu penerima lisensi (*licensee*) untuk memakai merek/hak cipta/paten atau hak atas kekayaan intelektual lainnya untuk memproduksi atau menyalurkan jasa/jasa pihak *licencor*. Imbalannya *licensee* membayar *fee*.<sup>29</sup>

Pengertian waralaba sebagai suatu lisensi ini juga tercermin dalam pengertian waralaba atau *franchise* sebagaimana tertuang dalam Black's Law Dictionary yaitu: "a *Franchise is a license from owner of a trademark or tradename permitting another to sell a product or service under the name or mark*".<sup>30</sup>

Pengertian tentang waralaba juga diatur dalam peraturan perundang-undangan Indonesia seperti pada Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Pengertian waralaba juga diatur didalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 dimana dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan tersebut waralaba diberikan definisi yang sama dengan definisi yang diberikan oleh Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007.

Dari beberapa pendapat dan definisi yang diberikan terhadap waralaba, dapat disimpulkan bahwa waralaba atau *franchise* adalah bentuk kerjasama bisnis yang didasari oleh adanya kesepakatan yang disusun dalam suatu perjanjian tertulis yang berisikan antara lain pemberian lisensi dari pemilik merek dagang atau nama dagang dimana si pemberi waralaba mengizinkan/memberikan hak istimewa kepada pihak lain yaitu *franchisee* atau terwaralaba untuk :<sup>31</sup>

- a. Hak untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu;
- b. Hak untuk melaksanakan kegiatan usaha dengan atau berdasarkan pada suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.

Namun demikian definisi yang secara legal formal berlaku di Indonesia adalah definisi yang diberikan oleh Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 dan

---

<sup>29</sup> Iman Syahputra, *Franchise:Perikatan HaKI yang Diperluas*, , <http://www.sains.org/HaKI/>, diakses pada 30 Desember 2010.

<sup>30</sup> Adrian Sutedi, *op.cit.*, hal. 7.

<sup>31</sup> Gunawan Widjaja, *Waralaba*, ( Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2003), hal. 75.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tersebut.

### 2.1.2 Sejarah Waralaba

Bisnis Waralaba berkembang pesat di dunia karena sejak awal munculnya, bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Pemilik waralaba dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama dan tidak berdasarkan suku, agama maupun ras.

Cikal bakal generasi *franchising* diperkenalkan pertama kali di Inggris pada awal tahun 1800-an ketika sistem “*tied house*” digunakan oleh para pembuat beer untuk memasarkan produk mereka. Lisensi dan pasokan beer diberikan oleh para pembuat beer kepada para penjual di teritori-teritori tertentu. Kemudian cara ini diikuti oleh para pebisnis lainnya.<sup>32</sup> Dilain pihak ada yang berpendapat bahwa waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Isaac Singer, pengusaha mesin jahit Singer pada tahun 1851 untuk memperluas jaringan penjualan/distribusi dan *service* perbaikan mesin. Perusahaan mesin jahit Singer memberikan hak dan keistimewaan kepada “*independent operators*” untuk menjual dan memberikan *service* perbaikan mesin kepada konsumen di teritori-teritori tertentu. Kemudian, ide waralaba tersebut dimatangkan oleh perusahaan otomotif General Motor pada tahun 1898.<sup>33</sup> Kemudian pada tahun 1920-an perusahaan-perusahaan minuman seperti Coca-Cola, Pepsi dan 7-Up menggunakan model *franchising* sebagai strategi bisnis mereka.<sup>34</sup> Pada tahun 1930-an hingga sebelum tahun 1950-an, perusahaan pom bensin di Amerika Serikat menggunakan format *franchising* untuk menambah jumlah outlet penjualannya.<sup>35</sup> Di Inggris perkembangan waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg pada

---

<sup>32</sup> International Franchise Business Management (IFBM), *Panduan Franchise Terlengkap dan Pertama di Indonesia*, (Jakarta: Jakarta International Franchise Business Management ,2007), hal. 5.

<sup>33</sup> *Ibid.*

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> *Ibid.*

tahun 1960an. Waralaba bukannya merupakan suatu hal baru di Indonesia.<sup>36</sup> Menurut Amir Karamoy, walaupun Pertamina tidak pernah secara tegas menyatakan bahwa perusahaannya menjalankan sistem bisnis waralaba, Pertamina dapat dikatakan sebagai pelopor waralaba di Indonesia. Pengoperasian unit-unit pompa bensin oleh Pertamina tersebut telah memenuhi kriteria sebagai suatu usaha waralaba.<sup>37</sup>

Saat ini perkembangan bisnis waralaba di Indonesia dan di dunia sudah menyebar ke berbagai bidang usaha. Mayoritas perusahaan-perusahaan yang memanfaatkan sistem waralaba menganggap waralaba adalah sistem distribusi yang efisien untuk pendistribusian barang dan jasa. Praktek bisnis semacam praktek bisnis waralaba di Indonesia dapat ditelusuri jauh diawal tahun 1980an, ketika itu ada 6 (enam) perusahaan yang telah menggunakan waralaba sebagai strategi ekspansi usaha.<sup>38</sup> Perusahaan-perusahaan tersebut tidak hanya bergerak di bidang restoran *fastfood* tetapi juga di bidang jasa konsultasi, mini market, dan sistem pendidikan. Waralaba lokal di bidang restoran misalnya: California Fried Chicken (CFC), Es Teller 77, Ny. Tanzil Fried Chicken, di bidang perumahan, Homes 21 Realty. Di bidang pendidikan antara lain adalah Oxford Course Indonesia dan LP3I. Di bidang retail minimarket, Tri-M Convenient Store.<sup>39</sup>

Keberhasilan *franchaisor-franchaisor* asing memperluas pasar dengan cara mengembangkan lebih banyak lagi gerai-gerainya di Indonesia menginspirasi pengusaha-pengusaha lokal seperti Es Teler 77, Salon Rudy Hadisuwarno, Kursus-Kursus Bahasa Inggris dan lain-lain untuk turut terjun dalam praktek bisnis waralaba ini. Sebagai usaha yang cukup cepat mampu memberikan keuntungan bagi pemberi dan penerima waralaba secara timbal balik, maka bisnis waralaba ini dengan cepat dapat menciptakan pelaku usaha baru sehingga bisnis waralaba ini sangat turut membantu memperkuat struktur perekonomian Indonesia dengan

---

<sup>36</sup> Amir Karamoy, *Sukses Usaha Lewat Waralaba (Tanya Jawab Berbagai Aspek Waralaba)*, ( Jakarta: PT. Jurnalindo Aksara Grafika, 1996), hal. 5.

<sup>37</sup> *Ibid.*

<sup>38</sup> International Franchise Business Management (IFBM) , *Op., cit.* hal. 9.

<sup>39</sup> *Ibid*

mengembangkan potensi usaha kecil dan menengah serta membuka banyak lapangan kerja baru.

### 2.1.3 Bentuk-Bentuk Waralaba

Para ahli menggolongkan bentuk dari waralaba dengan bermacam-macam penggolongan atau bentuk. Jenis atau bentuk waralaba dapat dibagi menjadi *Product-and-trade-name franchising* dan *Business-format franchising*.<sup>40</sup> Jenis Pertama: *Product-and-trade-name franchising* dikenal sebagai *franchising retailing*. *Franchise* jenis ini digunakan untuk memperluas usaha dan pemasaran dengan cara memberikan lisensi kepada pihak lain untuk membuat dan memasarkan suatu produk di territorial yang telah disepakati, sedangkan jenis kedua: *Business-format franchising* populer dengan sebutan *franchising business*.<sup>41</sup> *Franchise* jenis ini digunakan untuk memperluas usaha dan pemasaran dengan cara tidak hanya memberikan lisensi kepada pihak lain untuk membuat dan memasarkan suatu produk diteritorial yang disepakati, namun juga memberikan bantuan/konsultasi pengoperasian usaha.

Bentuk waralaba dapat juga terbagi menjadi *franchise distribusi* dan *franchise format*.<sup>42</sup>, dengan penjelasan sebagai berikut:

1. *Franchise distribusi*, yakni suatu *franchise* yang dalam aktivitasnya hanya bersangkutan paut dengan pendistribusian barang atau jasa dan tidak memproduksi barang atau jasa tersebut.
2. *Franchise format*, yakni suatu *franchise* yang dalam aktifitasnya memproduksi sekaligus mendistribusikan barang atau jasa dengan syarat harus mengikuti format yang ditetapkan oleh pemilik (*franchisor*).

Secara teroris, penggolongan bentuk waralaba oleh ahli yang lain yaitu Adrian Sutedi S.H., M.H membaginya menjadi:<sup>43</sup>

<sup>40</sup> International Franchise Business Management (IFBM), *op.*, *cit.* hal 11.

<sup>41</sup> *Ibid.*

<sup>42</sup> Saidin, *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2004), hal. 516.

<sup>43</sup> Adrian Sutedi, *op. cit.*, hal. 14 - 15.

1. *Distributionship (Product Franchise)*; Dalam waralaba ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menjual barang-barang hasil produksinya. Pemberian lisensi ini bisa bersifat eksklusif ataupun non-eksklusif. Sering terjadi *franchisee* diberi hak eksklusif untuk memasarkan di suatu wilayah tertentu.
2. *Chain-Style-Business*; Jenis waralaba inilah yang paling banyak dikenali masyarakat. Dalam jenis ini, *franchisee* mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama *franchisor*. Sebagai imbalan dari penggunaan kegiatan bisnis *franchisor*, maka *franchisee* harus mengikuti metode-metode standar pengoperasian dan berada di bawah pengawasan *franchisor* dalam hal bahan-bahan yang digunakan, pilihan tempat usaha, desain tempat usaha, jam penjualan, persyaratan para karyawan, dan lain-lain.
3. *Manufacturing* atau *Processing Plants*; dalam waralaba jenis ini, *franchisor* memberitahukan bahan-bahan serta tata cara pembuatan suatu produk, termasuk formula-formula rahasianya yang terdapat didalamnya. *Franchisee* memproduksi, kemudian memasarkan barang-barang itu sesuai standar yang telah diterapkan *franchisor*. Waralaba jenis ketiga ini merupakan waralaba jasa, waralaba barang dan waralaba distribusi.

Kombinasi dari pada ketiga bentuk waralaba tersebut terdapat di Indonesia yang umumnya dapat ditemui pada usaha restoran cepat saji seperti Mc Donalds ataupun Kentucky Fried Chicken.<sup>44</sup>

Di Indonesia sistem waralaba setidaknya dibagi menjadi 4 (empat) jenis, yaitu sebagai berikut :<sup>45</sup>

1. Waralaba dengan sistem format bisnis;
2. Waralaba bagi keuntungan;
3. Waralaba kerja sama investasi;
4. Waralaba produk dan merek dagang.

Dari keempat jenis sistem waralaba tersebut, sistem waralaba yang berkembang di Indonesia saat ini ialah waralaba produk dan merek dagang serta waralaba sistem format bisnis.

---

<sup>44</sup> *Ibid.*

<sup>45</sup> *Ibid.*

Dalam praktek juga terdapat penggolongan bermacam-macam waralaba berdasarkan kriterianya:<sup>46</sup>

1. Berdasarkan kriteria berupa negara asal waralaba, waralaba dapat dibagi ke dalam waralaba domestik dan waralaba internasional.
2. Berdasarkan kriteria motif para pihak, waralaba dapat dibagi menjadi waralaba lokal dan penanaman modal asing.
3. Berdasarkan kriteria jenis produk waralaba, waralaba dapat dibagi ke dalam waralaba perdagangan barang dan waralaba perdagangan jasa.
4. Berdasarkan kriteria berupa peranan yang dipercayakan kepada penerima waralaba, waralaba dapat dibagi menjadi waralaba distribusi produk, *business opportunity* dan waralaba format bisnis.

#### 2.1.4 Keuntungan dan Kelemahan Bisnis Waralaba

Faktor atau kecenderungan untuk menanggung resiko serta meraih keuntungan sangatlah akrab dalam dunia bisnis, demikian pula berbisnis dengan menggunakan sistem waralaba. Akan tetapi dalam sistem waralaba memiliki keuntungan tertentu dibandingkan dengan berbisnis dengan cara konvensional. Keuntungan tersebut antara lain adalah bahwa bisnis waralaba:

- a. Menciptakan kemitraan yang saling menguntungkan;
- b. Memberikan kesempatan berusaha bagi pemula dengan investasi relatif kecil dan sebagai perluasan pasar bagi *franchisor*;
- c. Meningkatkan lapangan kerja baru.
- d. Memperkecil risiko kegagalan usaha mengingat produk dan namanya yang telah dikenal masyarakat luas;
- e. Dukungan manajemen produksi, pelayanan dan pemasaran yang telah teruji;
- f. Menghemat waktu, tenaga dan biaya untuk proses *trial and errors*;
- g. Risiko bisnis dapat dibagi kepada pihak lain.<sup>47</sup>

Waralaba akan sangat menguntungkan bagi para pemula yang akan memulai menjalankan bisnisnya mengingat sistem waralaba dapat mengurangi

---

<sup>46</sup> Sonny Sumarsono, “*Manajemen Bisnis Waralaba*”, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hal. 5.

<sup>47</sup> Adrian Sutedi, *op.cit.* hal. 127.

biaya tinggi untuk memulai suatu usaha, mengurangi resiko kegagalan, adanya peran dari pemilik waralaba yang memberikan khususnya berkaitan dengan penguasaan pengelolaan operasional sehari-hari dengan diberikannya pelatihan yang terus-menerus selama menjalankan usaha supaya berkelanjutan.<sup>48</sup> Bagi pemberi waralaba, *franchisor*, sistem waralaba dapat mengembangkan dengan cepat usahanya dengan menggunakan modal dan motifasi penerima waralaba (*franchisee*), dapat dengan cepat mengembangkan jangkauan teritori dengan tidak banyak memperkerjakan karyawan.

Waralaba merupakan bentuk usaha yang relatif menguntungkan. Namun demikian bukan berarti bentuk usaha ini tidak mempunyai kelemahan. Penerima waralaba haruslah mentaati peraturan yang ditetapkan oleh pemilik waralaba, *franchisor*, dimana ketaatan adalah keharusan dalam integritas jaringan waralaba.<sup>49</sup> Penerima waralaba juga akan terkena masalah apabila pemilik waralaba berada dalam kesulitan, baik dalam masalah ekonomi/keuangan, organisasi dan struktural. Dalam hal keuntungan kotor, penerima waralaba (*franchisee*) bisa memperoleh keuntungan yang lebih kecil daripada perusahaan *franchisor*, karena perusahaan *franchisor* tidak terbebani biaya langsung yang dikenakan terhadap jaringan. Kelemahan bisnis waralaba bagi pemberi waralaba (*franchisor*) antara lain jika tidak tepat memilih penerima waralaba (*franchisee*) maka akan dapat dengan mudah menghancurkan reputasi pemberi waralaba (*franchisor*).

## **2.2 Perjanjian Waralaba**

### **2.2.1 Subyek dan Obyek Perjanjian Waralaba**

#### **2.2.1.1 Subjek Perjanjian Waralaba**

Sebagai suatu bentuk perjanjian, dalam perjanjian waralaba terdapat pihak-pihak. Para pihak yang terkait di dalam perjanjian waralaba adalah subyek perjanjian waralaba yang mana terdiri dari:

1. *Franchisor* atau pemberi waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau

---

<sup>48</sup> *Ibid.* hal. 129.

<sup>49</sup> *Ibid.*, hal. 135-136.

menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya.<sup>50</sup>

2. *Franchisee* atau penerima waralaba, adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>51</sup>

*Franchisor* atau Pemberi waralaba dalam praktek bisnis waralaba yang ada dapat meliputi:

- a. Pemberi waralaba berasal dari luar negeri;
- b. Pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;
- c. Pemberi waralaba berasal dari dalam negeri dan/atau dari luar negeri.<sup>52</sup>

*Franchisee* atau Penerima Waralaba dalam praktek bisnis waralaba pada dasarnya meliputi:

- a. Penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri;
- b. Penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri;
- c. Penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri dan/atau waralaba luar negeri.<sup>53</sup>

Menurut Pasal 1315 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi bahwa: Pada umumnya tak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji dari pada untuk dirinya sendiri.<sup>54</sup> Asas tersebut dinamakan asas kepribadian suatu perjanjian.<sup>55</sup> Mengikatkan diri tersebut adalah ditujukan dengan maksud memikul kewajiban-kewajiban atau menyanggupi melakukan sesuatu, adapun minta ditetapkannya suatu janji dimaksudkan untuk memperoleh hak-hak atas sesuatu atau dapat

---

<sup>50</sup> Adrian Sutedi, *op. cit.*, hal.12.

<sup>51</sup> *Ibid.*

<sup>52</sup> Sonny Sumarsono, *op.cit.*, hal. 5.

<sup>53</sup> *Ibid.*

<sup>54</sup> Indonesia (d), *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Pasal 1315.

<sup>55</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: Internusa, 2004), hal 29.

menuntut sesuatu.<sup>56</sup> Dengan demikian perikatan hukum yang diakibatkan oleh adanya suatu perjanjian mengikat pihak-pihak yang menjadi subyek-subyek dari pada perjanjian tersebut dan tidak mengikat pihak lain kecuali dengan mekanisme tertentu.

Agar suatu perjanjian terpenuhi syarat sahnya, catatan penting yang harus diperhatikan sebelum melaksanakan perjanjian adalah harus terpenuhinya syarat sahnya subyek hukum dimata hukum, yaitu bahwa subyek hukum harus cakap menurut hukum. Pada prinsipnya setiap orang dalam kategori dewasa menurut hukum dan sehat pikiran adalah cakap menurut hukum. Adapun Pasal 1330 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan orang-orang yang dianggap tidak cakap untuk melakukan tindakan hukum, orang-orang dimaksud adalah:<sup>57</sup>

- a. Orang-orang yang belum dewasa;
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;
- c. Orang perempuan, dalam hal-hal yang ditetapkan oleh Undang-undang, dan pada umumnya semua orang kepada siapa Undang-Undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.<sup>58</sup>

Selain harus memenuhi ketentuan yang diatur oleh Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dalam hal para pihak merupakan artificial subyek hukum seperti Badan-Badan Hukum, maka para pihak yang hendak mewakili artificial subyek hukum tersebut harus memenuhi ketentuan perundangan yang mengaturnya. Sebagai contoh seorang anggota Direksi sebuah Perseroan Terbatas dalam mana hendak mewakili perseroannya untuk melakukan perjanjian dengan pihak lain maka anggota Direksi tersebut haruslah terlebih dahulu telah memenuhi ketentuan perundangan yang mengatur mengenai Perseroan Terbatas.

Masing-masing pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba memiliki hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan. Hak dan kewajiban para pihak harus tertuang secara rinci di dalam perjanjian waralaba tersebut.

---

<sup>56</sup> *Ibid.*

<sup>57</sup> Indonesia (d), *op. cit.*, Pasal 1330.

<sup>58</sup> *Ibid.*

### 2.2.1.2 Objek Perjanjian Waralaba

Disisi lain dalam perjanjian waralaba, yang menjadi obyek perjanjian pada dasarnya meliputi banyak bidang. Tidak hanya berkaitan dengan benda berwujud tetapi juga benda tidak berwujud.<sup>59</sup> Obyek perjanjian waralaba pada dasarnya dapat berupa barang ataupun jasa yang dilisensikan dari pemilik waralaba kepada penerima waralaba.<sup>60</sup> Dengan demikian obyek perjanjian waralaba sangatlah luas karena tidak hanya berkaitan dengan produk barang saja melainkan dapat berupa jasa seperti misalnya jasa pendidikan, jasa pengiriman barang, juga dapat berupa merek dagang seperti salon kecantikan dan sebagainya.

Sesuai dengan Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang dapat menjadi obyek perjanjian yang sah antara lain adalah suatu hal tertentu. Suatu hal tertentu ini adalah suatu prestasi yang harus dipenuhi oleh para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian, oleh karenanya untuk mencegah timbulnya perselisihan maka obyek perjanjian tersebut harus dinyatakan dengan cukup jelas.

### 2.2.2 Isi Perjanjian Waralaba

Sebelum bisnis waralaba diatur secara khusus yaitu dengan diberlakukannya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, para pelaku bisnis waralaba memiliki persoalan yang sangat besar ketika mereka hendak membuat perjanjian waralaba mengingat tidak adanya rujukan ketentuan yang secara khusus bisa dijadikan pedoman standar etika dalam melakukan kontrak perjanjian kerja-sama waralaba, sehingga mereka harus sangat cermat dan teliti dalam memperjuangkan atau melindungi kepentingan masing-masing untuk dituangkan dalam perjanjian dengan tetap menjunjung tinggi hak serta kepentingan pihak lainnya yaitu partner usaha.<sup>61</sup>

Perjanjian waralaba pada hakekatnya dibuat dengan menyesuaikan pada situasi yang ada dan yang disepakati oleh para pihak, dengan demikian tidaklah mungkin membuat keseragaman terhadap isi perjanjian. Akan tetapi ada beberapa

<sup>59</sup> Gunawan Widjaja, *op.cit.*, hal. 81.

<sup>60</sup> Adrian Sutedi, *op. cit.*, hal. 89.

<sup>61</sup> *Ibid.*, hal. 80.

klausul yang diharapkan tercantum dalam perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba pada dasarnya memuat klausula-klausula berkenaan dengan ketentuan-ketentuan, komitmen-komitmen, persyaratan-persyaratan yang dikehendaki oleh *franchisor* serta hak dan kewajiban bagi *franchisee* yang tentunya dengan terlebih dahulu mengindahkan aturan-aturan perundangan yang berlaku. Klausula-klausula tersebut antara lain adalah sebagai berikut:

- a. Nama, alamat dan kedudukan para pihak;
- b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
- c. Nama dan jenis hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen, cara penjualan, penataan, pendistribusian yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek perjanjian waralaba;
- d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak;
- e. Wilayah pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- i. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.<sup>62</sup>

Perjanjian waralaba adalah salah satu aspek perlindungan hukum terhadap para pihak dari perbuatan salah satu pihak yang dapat mengakibatkan kerugian pihak lain. Perjanjian adalah Undang-Undang bagi para pihak yang membuatnya, sehingga apabila salah satu pihak melanggar apa yang telah disepakati dan dituangkan dalam perjanjian maka pihak lain dapat menuntutnya sesuai hukum yang berlaku.<sup>63</sup>

---

<sup>62</sup> *Ibid.*, hal. 35.

<sup>63</sup> Adrian Sutedi, *loc. cit.*, hal. 80.

Dengan telah diaturnya bisnis waralaba secara khusus maka pada saat ini praktek bisnis waralaba memiliki dasar hukum yang pasti. Dasar hukum bisnis waralaba yang pokok sebagai rujukan para pelaku bisnis waralaba adalah Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat beserta Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba, Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor: 57/KPPU/Kep/III/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Sebagaimana diatur dalam Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis, dan bahkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 ditekankan bahwa perjanjian waralaba haruslah dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

### **2.2.3 Ciri Perjanjian Waralaba**

Setiap bentuk bisnis waralaba mempunyai ciri-ciri tersendiri, namun pada umumnya dalam setiap perjanjian waralaba selalu mengandung kerahasiaan terhadap sistem, formula, resep, konsep ataupun racikan yang sifatnya rahasia. Sistem yang digunakan dalam sebuah bisnis waralaba berhubungan juga dengan metode yang digunakan oleh pemberi waralaba. Ciri lain dari pada perjanjian waralaba adalah bahwa perjanjian waralaba cenderung bersifat eksklusif, suatu pihak yang telah menerima waralaba dari salah satu *franchisor* tidak

diperbolehkan untuk melakukan kegiatan usaha sejenis atau usaha yang dapat menimbulkan persaingan bagi *franchisor* tersebut.

Selain ciri subjek hukum yang terkait terikat secara eksklusif, perjanjian waralaba juga mempunyai kekhasan yang lain. Berdasarkan ketentuan yang tertuang dalam Bab II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 disebutkan bahwa pada intinya waralaba harus memiliki ciri khusus yaitu:

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

## **2.3 Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat**

### **2.3.1 Persaingan usaha secara umum**

Beberapa istilah hukum yang digunakan untuk persaingan usaha (*competition law*) adalah hukum antimonopoli (*anti monopoly law*) dan hukum antitrust (*antitrust law*). Di Indonesia secara resmi digunakan istilah Persaingan Usaha yaitu sebagaimana ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Menurut Ari Siswanto, Hukum persaingan usaha (*competition law*) adalah instrumen hukum yang menentukan tentang bagaimana persaingan itu harus dilakukan.<sup>64</sup>

Menurut Hermansyah, Hukum persaingan usaha adalah perangkat aturan hukum yang mengatur mengenai segala aspek yang berkaitan dengan persaingan usaha, yang mencakup hal-hal yang boleh dilakukan dan hal-hal yang dilarang dilakukan oleh pelaku usaha.<sup>65</sup>

---

<sup>64</sup> Ari Siswanto, *Hukum Persaingan Usaha*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), hal.3.

<sup>65</sup> Hermansyah, *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hal. 2.

Kamus Lengkap Ekonomi menyebutkan *competition law* (hukum persaingan) adalah bagian dari perundang-undangan yang mengatur tentang monopoli, penggabungan dan pengambilalihan, perjanjian perdagangan yang membatasi dan praktik anti persaingan.<sup>66</sup>

Adapun pengertian praktek monopoli menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat menyebutkan bahwa monopoli adalah penguasaan atas produksi dan atau pemasaran barang dan atau atas penggunaan jasa tertentu oleh satu pelaku usaha atau satu kelompok pelaku usaha. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang yang sama menyebutkan bahwa praktek monopoli adalah sebagai pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan atau pemasaran atas barang dan atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.<sup>67</sup> Persaingan usaha tidak sehat itu sendiri didefinisikan sebagai persaingan antara pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa yang dilakukan dengan cara tidak jujur atau melawan hukum atau menghambat persaingan usaha.<sup>68</sup>

Kegiatan ekonomi masyarakat pada hakekatnya dilakukan oleh pihak-pihak yang dalam Undang-Undang ini disebut sebagai pelaku usaha. Definisi pelaku usaha sebagaimana diatur pada pasal 1 angka 5 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah setiap orang perorangan atau badan usaha, baik yang berbentuk badan hukum atau badan hukum yang didirikan dan berkedudukan atau melakukan kegiatan dalam wilayah hukum negara Republik Indonesia, baik sendiri maupun bersama-sama melalui perjanjian, menyelenggarakan berbagai kegiatan usaha dalam bidang ekonomi.<sup>69</sup>

---

<sup>66</sup> Christopher Pass dan Bryan Lowes, *Kamus Lengkap Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga), Edisi Kedua.

<sup>67</sup> Indonesia (c), *op., cit.* Pasal 1 butir 1 dan Pasal 1 Butir 2.

<sup>68</sup> *Ibid*, Pasal 1 Butir 6.

<sup>69</sup> *Ibid*, Pasal 1 Butir 5.

Dalam menjalankan kegiatannya, para pelaku usaha selalu berinteraksi dengan pelaku usaha lainnya. Setiap pelaku usaha yang beretika pasti menginginkan kegiatan ekonomi dapat dijalankan secara adil dan seimbang, sehingga mampu menciptakan iklim persaingan yang sehat diantara mereka. Namun dalam proses interaksi tersebut para pelaku usaha dalam menjalankan kegiatan ekonominya masing-masing akan menemukan suatu fase dimana akan saling berkompetisi untuk memperlihatkan keunggulannya masing-masing, fase ini biasa disebut persaingan.<sup>70</sup>

### 2.3.2 Monopoli Secara Umum

Didalam teori ilmu hukum terdapat dua metode pendekatan yang sangat mendasar untuk mengukur tindakan monopoli atau persaingan tidak sehat yang dilarang. Dua pendekatan dimaksud adalah pendekatan yang disebut *Per Se (Per Se Illegal/Per Se Rule)* dan pendekatan *Rule of Reason*.<sup>71</sup> Kedua pendekatan ini bertujuan sama, yaitu bagaimana tindakan pelaku usaha tidak menghambat persaingan dalam berusaha, dengan demikian inefisiensi dan merugikan konsumen dapat dihindari. Namun demikian didalam praktek, untuk mengukur ada tidaknya tindakan monopoli atau persaingan usaha tidak sehat yang dilarang dapat pula dilakukan dengan pendekatan-pendekatan lain yang dipandang dapat mencegah timbulnya persaingan usaha tidak sehat.

Pendekatan *per se illegal*, adalah suatu perbuatan yang secara *inheren/by itself/in itself* bersifat dilarang atau illegal.<sup>72</sup> Lebih jelas diterangkan bahwa *per se illegal* itu adalah suatu terminologi yang menyatakan bahwa suatu tindakan dinyatakan melanggar hukum dan dilarang secara mutlak serta tidak diperlukan pembuktian apakah tindakan tersebut memiliki dampak negatif terhadap persaingan usaha.<sup>73</sup> Perbuatan-perbuatan yang dapat dikategorikan sebagai tindakan *per se illegal* ini adalah seperti halnya perjanjian penetapan harga,

<sup>70</sup> Anonim, *persaingan*, <http://www.artikata.com/arti-376318-persaingan.php>, diakses tanggal 21 Desember 2010.

<sup>71</sup> Mustafa Kamal Rokan, *op. cit*, hal . 59.

<sup>72</sup> Hermansyah, *op., cit*, hal 78.

<sup>73</sup> *Ibid*, hal 79.

perjanjian pembagian wilayah serta perjanjian pemboikotan terhadap produk lain. Larangan yang bersifat *per se illegal* ini adalah bentuk larangan yang sifatnya tegas sehingga ada kepastian yang jelas bagi para pelaku usaha dalam melaksanakan norma-norma larangan dalam persaingan usaha. Kebalikan dari pendekatan *Per Se Illegal* adalah *Rule of Reason*, yaitu penerapan hukum dengan mempertimbangkan alasan-alasan dilakukannya suatu tindakan atau suatu perbuatan oleh pelaku usaha.<sup>74</sup>

Pendekatan *per se illegal* diterapkan terhadap tindakan-tindakan tertentu yang jelas-jelas melanggar hukum persaingan usaha dengan sertamerta dapat ditentukan sebagai tindakan yang illegal. Berbeda dengan pelanggaran yang dapat dievaluasi dengan pendekatan *per se illegal*, pendekatan *rule of reason* tidak bisa secara mudah melihat ilegalitas tindakan tanpa menganalisis akibat tindakan tersebut terhadap kondisi persaingan. Dalam penerapan pendekatan *rule of reason* diperlukan disiplin ilmu diluar ilmu hukum. Tidak semua perjanjian yang menghalangi perdagangan secara luas itu melanggar hukum, hanya perjanjian-perjanjian yang dapat mematikan timbulnya persaingan yang dilarang. Proses pembuktian terhadap pelanggaran terhadap larangan yang bersifat *rule of reason* inipun lebih sulit.

### 2.3.3 Pengaturan Persaingan Usaha di Indonesia

Secara umum hukum persaingan usaha bertujuan untuk menjaga iklim persaingan antara para pelaku usaha serta menjadikan persaingan yang terjadi antar para pelaku usaha adalah suatu persaingan yang sehat yang menguntungkan semua pihak termasuk konsumen.

Keberhasilan menciptakan iklim persaingan usaha yang sehat tidak terlepas dari keberadaan hukum. Hukum pada dasarnya merupakan satu kesatuan nilai yang abstrak yang mencoba melindungi semua pihak di dalam masyarakat termasuk karya masyarakat itu sendiri dan semua kepentingan dalam masyarakat untuk sebesar-besarnya kepentingan kemanusiaan. Hukum harus mampu memberikan nuansa aman di dalam tata pergaulan kehidupan di dalam masyarakat, mengingat kemajuan yang ada saat ini khususnya teknologi tidak saja

---

<sup>74</sup> *Ibid.*

membawa manfaat bagi kehidupan manusia, tetapi dapat pula memberikan atau menciptakan malapetaka yang bersifat fatal.<sup>75</sup>

Dunia usaha dan pelaku usaha memerlukan suatu syarat esensial ketika berbisnis, yaitu adanya jaminan kepastian hukum (*legal certainty*). Oleh sebab itu, berbagai regulasi perundang-undangan telah diberlakukan dalam rangka mendukung tercapainya proses persaingan usaha yang *fair* dengan tujuan mencapai kesejahteraan rakyat serta efisiensi nasional (*maximation of consumer welfare and efficiency*) dengan memperhatikan kepentingan umum.

Salah satu cara untuk mewujudkan jaminan kepastian hukum adalah dengan mengatur masalah persaingan usaha dalam peraturan perundang-undangan dan mengawalinya bagaimana pelaksanaan dari pada ketentuan perundang-undangan tersebut diterapkan. Selama ini perlindungan terhadap persaingan usaha yang sehat diatur dalam berbagai regulasi. Pada awalnya pengaturan masalah persaingan usaha di Indonesia belum diatur secara khusus dalam sebuah ketentuan perundangan namun menyebar dalam berbagai peraturan perundang-undangan. Perangkat hukum yang mengawal untuk tidak terjadinya masalah persaingan usaha adalah antara lain melalui pengaturan perjanjian yang diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dengan demikian semua perjanjian termasuk perjanjian waralaba dapat dibenarkan sejauh tidak menyalahi ketentuan yang diatur oleh Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut.

Kitab Undang-Undang Hukum Pidana juga mengatur mengenai larangan dan ancaman pidana bagi pihak-pihak yang melakukan perdagangan curang. Mengenai lisensi dan merek dapat merujuk pada Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 yang telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek. Perlindungan mengenai desain industri diatur oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1984 dan mengenai Hak Cipta serta pemberian lisensi atas Hak Cipta diatur dalam Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 yang telah diperbaharui dengan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 1987, serta yurisprudensi. Ketentuan perundangan lainnya yang telah berhasil menyelesaikan masalah-masalah yang berkaitan dengan persaingan usaha tidak sehat atau perdagangan curang juga dijadikan sebagai rujukan.

---

<sup>75</sup> Sri Redjeki Hartono, *Menyongsong Sistem Hukum Ekonomi Berwawasan Asas Keseimbangan*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 5, 1998.

Sejarah hukum persaingan usaha mencapai klimaksnya pada saat diundangkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Secara tegas tujuan pembentukan dari Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut dituangkan dalam Pasal 3 dan secara implisit dituangkan pula di bagian konsiderans. Pengaturan persaingan sehat oleh suatu Negara sering memiliki ciri khas tersendiri mengikuti kepentingan nasionalnya masing-masing, namun pada dasarnya pengaturan larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat pada dasarnya dibuat berdasarkan doktrin hukum yang sama.

## **2.4 Hal-Hal Yang Diatur Dalam Hukum Persaingan Usaha**

Hukum persaingan usaha pada prinsipnya mengatur tindakan dan praktek bisnis yang dilarang. Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat membagi tindakan-tindakan yang dilarang tersebut menjadi 3 (tiga) kategori yaitu perjanjian yang dilarang (Bab III), kegiatan yang dilarang (Bab IV) dan posisi dominan (BabV). Dua kategori yang pertama (“perjanjian yang dilarang” dan “kegiatan yang dilarang”) tampak lebih ditekankan pada pengaturan perilaku (*behavior*) yang mengarah pada akibat yang tidak dikehendaki, sedangkan kategori “posisi dominan” lebih dititikberatkan pada larangan penggunaan struktur tertentu (posisi dominan) untuk bersaing secara tidak *fair*.<sup>76</sup>

### **2.4.1 Perjanjian yang Dilarang**

Dibawah judul kategori perjanjian yang dilarang pada Bab III Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, perjanjian yang dilarang tersebut dibedakan menjadi 10 (sepuluh) tindakan yang dapat dikategorikan sebagai perjanjian yang dilarang. Perjanjian-perjanjian dimaksud antara lain adalah:

---

<sup>76</sup> Arie Siswanto, *op., cit.* hal 81.

### A. Perjanjian Yang Bersifat Oligopoli

Secara implisit dapat ditafsirkan bahwa oligopoli adalah penguasaan produksi dan atau pemasaran barang dan jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat oleh beberapa pelaku usaha secara bersama-sama dengan pembuatan perjanjian.<sup>77</sup>

### B. Perjanjian Penetapan Harga

Larangan pembuatan perjanjian penetapan harga oleh pelaku usaha diatur dalam Pasal 5 sampai dengan 8 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.<sup>78</sup>

Penentuan harga "*price fixing*" bisa terjadi secara horizontal maupun secara vertikal, dapat dianggap sebagai hambatan perdagangan karena membawa akibat buruk terhadap persaingan harga.<sup>79</sup> Penetapan sebagaimana diatur dalam ketentuan Undang-Undang Nomor 5 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Tahun 1999 tersebut diatas dapat terwujud dalam beberapa bentuk perjanjian yang antara lain adalah dengan cara *horizontal price fixing*, *vertical price fixing*, *price discrimination*, *predatory pricing (anti dumping)* dan *resale price*.

Dengan adanya praktek-praktek perjanjian penerapan harga oleh para pelaku usaha sebagaimana diuraikan di atas maka kebebasan untuk menentukan harga secara independen tidak dapat dilakukan. Kebijakan yang seperti ini yang kemudian dapat mengakibatkan timbulnya praktek persaingan usaha yang tidak sehat dimana pada ujung dari pada praktek yang demikian adalah kerugian yang harus ditanggung oleh konsumen.

### C. Perjanjian Pembagian Wilayah

Larangan terhadap dibuatnya perjanjian pembagian wilayah dengan tujuan untuk membagi wilayah pemasaran atau lokasi pasar yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan tidak sehat diatur

---

<sup>77</sup> *Ibid*, hal 82.

<sup>78</sup> Indonesia (c), *op.cit.* Pasal 5-8.

<sup>79</sup> Arie Siswanto, *op.cit.*, hal. 39.

dalam pasal 9 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Yang dimaksud dengan pembagian wilayah pemasaran atau alokasi pasar adalah:<sup>80</sup>

1. Membagi wilayah pemasaran atau lokasi pasar berarti membagi wilayah untuk memperoleh atau memasok barang, jasa, atau barang dan jasa;
2. Menetapkan dari siapa saja dapat memperoleh atau memasok barang, jasa, atau barang dan jasa.

#### **D. Pemboikotan**

Pemboikotan dalam konteks persaingan usaha merupakan tindakan mengorganisir suatu kelompok untuk menolak hubungan usaha dengan pihak tertentu. Pemboikotan yang secara tegas diatur oleh Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah pemboikotan yang dilakukan dengan perjanjian. Pengaturan mengenai pemboikotan terdapat pada Pasal 10 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, pasal tersebut membedakan perjanjian pemboikotan menjadi 2 (dua) yaitu perjanjian horizontal antar pesaing untuk menghalangi pelaku usaha lain (pihak ketiga) melakukan usaha yang sama baik untuk tujuan pasar dalam dan luar negeri, serta perjanjian horizontal antar pesaing untuk membatasi pelaku usaha lain (pihak ketiga) dalam menjual atau membeli barang dan atau jasa dari pasar yang sama.<sup>81</sup>

#### **E. Kartel**

Pemahaman mengenai kartel secara awam adalah suatu kerjasama antar produsen-produsen produk tertentu dengan maksud mengawasi produksi, penjualan serta harga atas produknya dengan tujuan akhirnya adalah untuk menguasai peredaran atas produk tertentu tersebut. Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak mendefinisikan kartel secara tegas. Namun memahami kandungan makna Pasal 11 Undang-Undang dimaksud dapat dirumuskan bahwa *kartel* adalah perjanjian horizontal untuk

---

<sup>80</sup> Indonesia (c), *op. cit*, Penjelasan Pasal 9.

<sup>81</sup> Arie Siswanto, *op.cit*, hal. 85.

mempengaruhi harga dengan mengatur produksi dan atau pemasaran suatu barang dan atau jasa yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>82</sup> Perjanjian yang demikian tidak dibenarkan oleh Undang-Undang antimonopoli.

#### **F. Trust**

Trust ini hampir sama dengan kartel yaitu membuat memiliki kontrol akan produk yang beredar sehingga dapat mengontrol harga daripada produk tertentu tersebut. Tidak ada definisi yang tegas mengenai apa yang dimaksud dengan *trust* dalam Pasal 12 Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat namun dapat kita konstruksikan *trust* sebagai pembentukan gabungan perusahaan atau perseroan yang lebih besar, dengan tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidup masing-masing perusahaan atau perseroan anggotanya, yang bertujuan untuk mengontrol produksi dan atau pemasaran atas barang atau jasa, sehingga dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>83</sup>

#### **G. Oligopsoni**

Praktek oligopsoni dilarang oleh Undang-Undang anti monopoli. Oligopsoni ini merupakan lawan dari pada oligopoli. Pasal 13 Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengarang mengenai oligopsoni. Oligopsoni adalah penguasaan pembelian atau penerimaan pasokan oleh beberapa pelaku usaha sehingga mereka bisa mengendalikan barang atau jasa dalam pasar yang bersangkutan.<sup>84</sup> Jika dalam praktek oligopoli hanya terdapat dua atau tiga pelaku sebagai penjual suatu produk tertentu, maka sebaliknya dalam pasar oligopsoni hanya terdapat dua atau tiga pembeli yang membeli produk tertentu.

---

<sup>82</sup> Arie Siswanto, *Ibid.*, hal 85.

<sup>83</sup> *Ibid*, hal. 86.

<sup>84</sup> *Ibid*.

## H. Integrasi Vertikal

Integrasi vertikal adalah suatu penguasaan serangkaian proses produksi atas barang tertentu mulai dari hulu sampai hilir atau proses yang berlanjut atas suatu layanan jasa tertentu oleh pelaku usaha tertentu.<sup>85</sup> Meskipun secara perhitungan ekonomis praktek integrasi vertikal ini dapat menghasilkan produk secara efisien dalam arti dapat menghasilkan produk dengan harga murah namun praktek semacam ini dapat menimbulkan persaingan tidak sehat maka dari itu praktek semacam ini dilarang.

## I. Perjanjian Tertutup

Perjanjian tertutup adalah perjanjian yang dapat membatasi kebebasan pelaku usaha tertentu untuk memilih sendiri pembeli, penjual atau pemasok bagi usahanya. Perjanjian tertutup ini diatur dalam Pasal 15 Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Nomor 5 Tahun 1999.

## J. Perjanjian dengan Pihak Luar Negeri

Membuat suatu perjanjian dengan pihak luar negeri dalam suatu praktek bisnis adalah merupakan hal yang biasa. Namun membuat perjanjian-perjanjian tertentu dengan pihak-pihak di luar negeri juga diatur oleh undang-undang. Pasal 16 Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli kita mengatur bahwa pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain di luar negeri yang memuat ketentuan yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat.<sup>86</sup>

### 2.4.2 Kegiatan yang Dilarang

Kegiatan adalah suatu aktifitas yang dilakukan oleh satu atau lebih pelaku usaha yang berkaitan dengan proses dalam menjalankan kegiatan usahanya. Kegiatan-kegiatan para pelaku usaha dalam menjalankan usahanya juga akan dapat menimbulkan terjadinya praktek monopoli dan atau persaingan usaha yang tidak sehat, oleh karenanya Pemerintah merasa perlu untuk mengatur

<sup>85</sup> Indonesia (c), *op. cit*, Penjelasan Pasal 14.

<sup>86</sup> Arie Siswanto, *op.cit*, hal. 87.

kegiatan-kegiatan yang seperti apa yang harus tidak diperbolehkan. Adapun jenis-jenis dari kegiatan yang dilarang menurut Undang-Undang Nomor 5 Tentang Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah Monopoli yang diatur dalam pasal 17, Monopsoni diatur dalam pasal 18, Penguasaan pangsa pasar diatur dalam pasal 19 sampai dengan pasal 21, serta Persekongkolan yang diatur dalam pasal 22 sampai dengan pasal 24.<sup>87</sup>

### 2.4.3 Posisi Dominan Yang Dilarang

Posisi dominan adalah keadaan dimana seorang atau sekelompok kecil pelaku usaha tidak memiliki pesaing yang berarti di pasar yang bersangkutan. Mempunyai posisi yang dominan dalam dunia usaha akan sangat menguntungkan bagi diri pelaku usaha tersebut karena akan dapat dengan mudah mendikte pasar sesuai dengan kehendaknya untuk meraih kepentingan bagi dirinya. Tindakan pelaku usaha tersebut akan dapat mengakibatkan timbulnya praktek persaingan usaha yang tidak sehat, oleh karena itu Pemerintah sangat berkepentingan untuk mengatur praktek yang demikian itu.

Ada empat kategori tindakan posisi dominan yang dilarang oleh Undang-Undang tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, tindakan-tindakan dimaksud adalah posisi dominan secara umum yang disalahgunakan yang diatur dalam pasal 25, jabatan rangkap yang diatur dalam pasal 26, pemilikan saham yang dilarang yang diatur dalam pasal 27, serta tindakan penggabungan, peleburan dan pengambilalihan yang diatur dalam pasal 28 dan 29.<sup>88</sup>

### 2.4.4 Hal-Hal Yang Dikecualikan Dalam Hukum Persaingan Usaha

Tidak semua perjanjian, kegiatan dan posisi dominan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dilarang. Perjanjian, kegiatan dan posisi dominan tertentu dianggap sebagai pengecualian. Meskipun perjanjian, kegiatan dan posisi dominan tersebut akan menimbulkan terjadinya praktek monopoli, akan tetapi untuk kasus-kasus tertentu dianggap tidak melanggar ketentuan Undang-Undang

---

<sup>87</sup> Hermansyah, *op. cit*, hal 38.

<sup>88</sup> Arie Siswanto, *op.cit*, hal. 90-92.

Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, sepanjang perjanjian, kegiatan dan posisi dominan tersebut`menenuhi ketentuan yang diatur atau dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut. Pengecualian dimaksud dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat diatur dalam pasal 50 dan pasal 51.

Adapun yang dinyatakan sebagai pengecualian menurut pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut adalah:<sup>89</sup>

- a. perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau
- b. perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu, dan rahasia dagang, serta perjanjian dengan waralaba; atau
- c. Perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan; atau
- d. Perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan; atau
- e. Perjanjian kerja sama penelitian untuk meningkatkan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas; atau
- f. Perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia; atau
- g. Perjanjian dan atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri; atau
- h. Pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil; atau
- i. Kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.

Dan yang dinyatakan sebagai pengecualian menurut pasal 51 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut adalah monopoli dan atau pemusatan kegiatan yang berkaitan dengan produksi dan atau pemasaran barang dan atau jasa

---

<sup>89</sup> Indonesia (c), *op. cit*, Pasal 50.

yang menguasai hajat hidup orang banyak serta cabang-cabang produksi yang penting bagi Negara diatur dengan Undang-Undang dan diselenggarakan oleh Badan Usaha Milik Negara dan atau badan atau lembaga yang dibentuk atau ditunjuk oleh Pemerintah.<sup>90</sup>

Tentunya pengecualian-pengecualian yang diberikan kepada pihak-pihak yang memperoleh pengecualian-pengecualian tersebut tidak serta-merta dapat melanggar aturan main mengenai monopoli serta persaingan usaha tidak sehat. Perjanjian yang berkaitan dengan waralaba, meskipun Undang-Undang tidak membarikan penjelasan, pengecualian ini juga berlaku secara terbatas. Meskipun pelaku usaha melaksanakan bisnisnya secara waralaba tidak dapat begitu saja menjalankan usahanya sehingga mengakibatkan monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.<sup>91</sup>

Tindakan anti persaingan berbeda dengan tindakan persaingan curang. Tindakan antipersaingan merupakan satu kategori untuk menunjuk jenis-jenis tindakan yang bersifat menghalangi atau mencegah persaingan. Dengan kata lain tindakan yang termasuk dalam kategori antipersaingan ini adalah bertujuan untuk menghindari persaingan. Sedangkan persaingan curang adalah tindakan tidak jujur yang dilakukan dalam kondisi persaingan. Dengan demikian tindakan persaingan curang tidak akan selalu berakhir pada tidak adanya persaingan. Hal ini berbeda dengan tindakan anti persaingan yang sejak awal tidak menginginkan adanya persaingan.

Pengaturan tentang anti persaingan persaingan curang diakomodasi dalam Undang-Undang termasuk Undang Undang No.5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Undang-Undang ini menyatakan bahwa persaingan usaha tidak sehat dapat terjadi diantara para pelaku usaha dalam tahap produksi maupun pemasaran (distribusi) barang atau jasa. Persaingan dikatakan tidak sehat apabila dilakukan dengan cara tidak jujur, melawan hukum, atau menghambat persaingan usaha.

---

<sup>90</sup> *Ibid.*, Pasal 51.

<sup>91</sup> Mustafa Kamal Rokan, *op. cit.*, hal . 230.

## 2.5 Hak Kekayaan Intelektual dalam Kaitannya dengan Waralaba

Secara substantif pengertian HaKI dapat dideskripsikan sebagai “Hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia”. Penggambaran ini pada dasarnya memberikan kejelasan bahwa HaKI memang menjadikan karya-karya yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual manusia sebagai inti dan objek pengaturannya. Pemahaman mengenai HaKI karenanya merupakan pemahaman mengenai hak atas kekayaan yang timbul atau lahir karena kemampuan intelektual tadi.<sup>92</sup>

Sistem bisnis waralaba disamping berkaitan erat dengan bidang hukum perjanjian, terkait pula dengan bidang hukum hak milik intelektual atau hak atas kekayaan intelektual (HaKI). Definisi teknis waralaba yang diberikan oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 menyebutkan bahwa 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.<sup>93</sup>

Melihat dari definisi tersebut di atas, salah satu yang membuat waralaba memiliki kekhasan adalah bahwa untuk dapat dikategorikan sebagai waralaba, suatu bisnis tersebut disyaratkan untuk memiliki ciri khas yang tentunya memiliki nilai jual yang tidak semua orang memilikinya. Ciri khas seperti karakter produknya, bisnis prosesnya atau sekedar kemasaannya seringkali dianggap sebagai sebuah kekayaan intelektual. Lebih jauh dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Pasal 5 juga mengatur bahwa perjanjian waralaba antara lain harus memuat klausul mengenai jenis hak atas kekayaan intelektual.<sup>94</sup>

Dalam menyebarkan bisnisnya, waralaba mengandalkan hak atas kekayaan intelektual yang melekat pada bisnis/produk yang dijual. Dari hak atas kekayaan intelektual dan adanya kepastian hukum terhadap hak atas kekayaan intelektual suatu waralaba dapat dipercaya, berkembang, dan mendatangkan keuntungan.

---

<sup>92</sup> Suyud Margono, *Hukum Anti Monopoli*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2009), hal. 171.

<sup>93</sup> Indonesia (b), *op., cit.* Pasal 1 Butir 1.

<sup>94</sup> Adrian Sutedi, *op.cit.*, hal. 34.

Hak atas kekayaan intelektual saat ini tidak hanya mengatur masalah merek, paten dan cipta saja. Hak atas kekayaan intelektual (HaKI) pada intinya terdiri dari beberapa jenis, secara “konvensional” dipilih dalam dua kelompok, yaitu:<sup>95</sup>

- a. hak cipta (*copyright*);
- b. hak atas kekayaan industri (*industrial property*), berisikan:
  - 1) paten (*patent*)
  - 2) merek (*trademark*)
  - 3) desain industri (*industrial design*)
  - 4) rahasia dagang (*trade secret*).

Unsur hak atas kekayaan intelektual yang sangat menonjol dalam waralaba adalah masalah rahasia dagang. Rahasia dagang (*trade secret*) adalah informasi di bidang teknologi atau bisnis yang tidak diketahui oleh umum, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiaannya oleh pemiliknya.<sup>96</sup> Di Indonesia pengaturan masalah rahasia dagang diatur dalam Undang Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Rahasia dagang dianggap lahir pada saat seseorang menemukan informasi yang mempunyai nilai ekonomis, yang karena pertimbangan tertentu oleh penemunya sengaja disimpan sendiri dan dipertahankan sebagai informasi yang bersifat rahasia.<sup>97</sup>

Sebagai salah satu bentuk hak milik maka hak rahasia dagang dapat beralih dan dialihkan. Pasal 5 ayat 1 Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang menyebutkan peristiwa-peristiwa hukum yang dapat mengakibatkan beralihnya hak rahasia dagang. Pengalihan tersebut dapat dilakukan melalui proses pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perUndang-Undangan. Khusus untuk pengalihan hak atas dasar perjanjian diperlukan adanya suatu pengalihan hak yang

---

<sup>95</sup> Suyud Margono, *op., cit.* Hal.175.

<sup>96</sup> Iman Sjahputra Tunggal, *Aspek-aspek Hukum Rahasia Dagang*, (Jakarta: Harvarindo, 2000).

<sup>97</sup> Ahmad M. Ramli, *Perlindungan Rahasia Dagang Dalam Undang-Undang No.30 tahun 2000 dan Perbandingannya dengan Ketentuan Amerika Serikat dan Kanada*, *Jurnal Hukum Bisnis* Volume 13 April 2001, hal.13.

didasarkan pada pembuatan suatu akta, terutama akta otentik. Hal ini penting mengingat aspek yang dijangkau begitu luas dan pelik selain untuk menjaga kepentingan masing-masing pihak yang mengadakan perjanjian pengalihan hak atas rahasia dagang tersebut.

Disamping itu, Pasal 6 dan Pasal 7 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang mengatur bahwa pemegang hak rahasia dagang atau pemegang hak rahasia dagang juga dapat memberikan lisensi kepada pihak lain berdasarkan perjanjian lisensi untuk melaksanakan atau menggunakan hak rahasia dagang dalam kegiatan yang bersifat komersial. Selama memberikan lisensi, pemilik rahasia dagang tetap boleh melaksanakan sendiri atau memberi lisensi kepada pihak ketiga dan seterusnya terkait dengan rahasia dagang yang dimilikinya. Dengan demikian perjanjian lisensi bersifat non eksklusif, artinya tetap memberikan kemungkinan kepada pemilik rahasia dagang untuk memberikan lisensi kepada pihak ketiga lainnya.<sup>98</sup> Pada perjanjian lisensi biasa hanya meliputi satu bidang kegiatan saja, misalnya pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu atau pun lisensi pembuatan satu/beberapa jenis barang tertentu. Sedangkan pada perjanjian waralaba, pemberian lisensi melibatkan berbagai macam hak milik intelektual, seperti nama perniagaan, merek, model dan desain.

Pada dasarnya waralaba berkenaan dengan pemberian izin oleh pemberi waralaba kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi penggunaan hak-hak pemilik waralaba yang berada di bidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadang kala disebut dengan pemberian lisensi. Perjanjian lisensi biasa tidak sama dengan perjanjian waralaba.

Berkaitan dengan perjanjian waralaba, pemilik waralaba pada dasarnya adalah juga pemilik rahasia dagang atas berbagai metode, sistem, modul dan formula yang berkaitan dengan masalah bisnis yang dijalankan, maka dari itu pemilik waralaba adalah juga pemilik dari rahasia dagang. Dengan pemilik waralaba yang juga pemilik rahasia dagang berarti pemilik rahasia dagang yang mana adalah pemberi waralaba memberikan izin kepada penerima waralaba untuk

---

<sup>98</sup> *Ibid*, hal 16.

turut mengetahui dan menggunakan rahasia dagang serta menikmati manfaat ekonomis.

Sebagai pemilik rahasia dagang, pemberi waralaba mempunyai hak-hak tertentu terutama dalam kaitannya dengan lamanya pemberian hak rahasia dagang dan ketentuan-ketentuan lainnya seperti *royalty* atau *franchisee fee*. Hak-hak tersebut tertuang dalam perjanjian waralaba. Sifat serta luasnya hak-hak yang diberikan kepada penerima waralaba menyangkut wilayah operasi dan pemberian hak-hak secara formal untuk menggunakan merek, rahasia dagang dan hak-hak atas kekayaan intelektual lainnya. Pencantuman hak-hak kepada penerima waralaba untuk digunakan atau dimanfaatkan di wilayah operasional usahanya tersebut berkaitan dengan pertimbangan komersial.

Masalah waralaba tidak terlepas dari hak atas kekayaan intelektual, disamping kepemilikan atas kekhasan juga terdapatnya unsur alih teknologi. Hal ini berkaitan dengan masalah lisensi. Jangka waktu pemberian lisensi tidak terpisahkan dengan perjanjian waralabanya. Hal ini sesuai dengan ketentuan Pasal 44 ayat 2 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Hak Cipta yang menyatakan bahwa perjanjian lisensi berlaku untuk jangka waktu yang tidak lebih lama dari jangka waktu perlindungan merek terdaftar yang bersangkutan. Sedangkan tentang jangka waktu perlindungan merek adalah sepuluh tahun.<sup>99</sup> Adapun ketentuan Pasal 36 ayat (1) memberikan kesempatan kepada pemilik merek terdaftar untuk memperpanjang pendaftaran mereknya setiap kali untuk jangka waktu yang sama. Namun, adanya kewajiban waralaba membayar *appointment fee* dan *intial fee* untuk jangka waktu tiga puluh tahun menunjukkan bahwa para pihak sebenarnya menghendaki perjanjian tersebut berlangsung untuk jangka waktu yang lebih lama dari jangka waktu pemberian hak merek pemberi waralaba sebagaimana dimaksud Pasal 7 Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1992 tentang Hak Cipta.

Dengan demikian, waralaba dalam perspektif Hak Kekayaan Intelektual adalah suatu pemberian lisensi atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan secara bersama-sama dua jenis Hak Kekayaan Intelektual tertentu, yaitu Merek (termasuk merek dagang, merek jasa dan indikasi asal) dan Rahasia Dagang. Hak pemanfaatan

---

<sup>99</sup> Adrian Sutedi, *op.cit.*, hal. 91.

dan penggunaan kedua jenis Hak Kekayaan Intelektual tersebut tidak dapat dipisahkan. Dalam hal Hak Kekayaan Intelektual yang diberikan hanyalah hak untuk menjual atau mendistribusikan produk barang atau jasa dengan menggunakan merek tertentu saja, yang tidak disertai dengan kewenangan dan atau tindakan untuk melakukan suatu hal tertentu baik dalam bentuk pengelolaan atau pengolahan lebih lanjut yang memberikan tambahan nilai pada produk barang yang dijual tersebut, maka hal yang demikian tidak jauh berbeda dari suatu bentuk pendistribusian barang.<sup>100</sup> Dengan demikian HaKI merupakan unsur yang sangat signifikan dalam waralaba tanpa ada HaKI yang terdapat dalam waralaba maka dapat dikatakan suatu usaha bukanlah waralaba, oleh karena itu perlindungan hukum HaKI dalam perjanjian waralaba menjadi sangat penting dalam mendukung usaha waralaba. Waralaba sebagai subsektor perdagangan memerlukan perlindungan yang memadai.

## 2.6 Pengaturan Tentang Waralaba dalam Sistem Hukum Indonesia

Keterkaitan akan pranata hukum dengan bidang bisnis semakin hari semakin erat bersamaan dengan semakin terbukanya sekat-sekat (*border*) antara satu Negara dengan Negara yang lain. Aspek hukum merupakan hal yang sangat signifikan eksistensinya dan pentingnya dalam berbisnis, dimana yang paling mendasar adalah hal yang berkaitan dengan pengaturan sebagai perwujudan dari pada perlindungan terhadap *stakeholders*-nya. Kegiatan yang dilakukan oleh para pelaku usaha serta pembuatan perjanjian antara para pelaku usaha adalah hal yang sangat krusial perlu diatur agar dapat tercapainya iklim usaha yang *fair* dan sehat. Terwujudnya kepastian hukum sebagai wujud perlindungan sangat dipertaruhkan sebagai tangga menuju keberhasilan berbisnis para pelaku bisnis/usaha secara efisien. Hal tersebut harus dapat diciptakan oleh Pemerintah sebagai regulator yang dituangkan dalam bentuk pengaturan atau regulasi secara baik.

Sebagaimana telah diuraikan pada bab sebelumnya, bahwa sebelum adanya pengaturan secara khusus terhadap praktek bisnis waralaba. Pelaksanaan perjanjian waralaba diatur dengan merujuk pada Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dimana semua bentuk perjanjian dapat dibenarkan sejauh dilakukan secara sah serta tidak bertentangan dengan Undang-Undang dan

---

<sup>100</sup> Gunawan Widjaja, *Salam Franchise.com* diakses tanggal 8 April 2008.

kesusilaan. Ketentuan hukum bisnis waralaba pada waktu itu juga merujuk pada ketentuan Undang-Undang yang telah terbit terlebih dahulu seperti Undang-Undang tentang Merek, Hak Cipta, Paten, Undang-Undang tentang Perindustrian khususnya yang menyangkut desain produk industri dan Undang-Undang lainnya serta yurisprudensi-yurisprudensi yang dapat dijadikan rujukan.<sup>101</sup>

Melengkapi Undang-Undang dan ketentuan lain yang telah ada yang juga mengatur mengenai waralaba, Pemerintah memandang perlu mengatur sistem bisnis waralaba secara khusus mengingat perkembangan bisnis ini menunjukkan kemajuan yang sangat pesat. Waralaba bukan lagi menjadi monopoli perusahaan asing melainkan banyak perusahaan-perusahaan lokal yang telah mempraktekan sistem bisnis ini dan perlu mendapat perlindungan. Pengaturan pemerintah dalam mengantisipasi perkembangan bisnis waralaba ditunjukkan dengan semakin komprehensif dan tegasnya Pemerintah bersama-sama Dewan Perwakilan Rakyat meregulasi bisnis waralaba ini.

Guna memberikan kepastian hukum bagi pelaksana bisnis waralaba dan menciptakan tertib usaha dengan cara waralaba, serta memberikan perlindungan hukum kepada para pihak yang terlibat di dalam perjanjian waralaba termasuk konsumen sebagai penikmat produk perjanjian waralaba, pemerintah menerbitkan Peraturan Pemerintah yang pada awalnya pengaturan dimaksud terdapat dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah tersebut dilahirkan dengan mempertimbangkan untuk melakukan pengaturan agar usaha dengan cara waralaba dapat dipraktekan secara tertib, usaha dengan cara waralaba dapat meningkatkan kesempatan usaha nasional dan konsumen dari pada usaha dengan cara waralaba dapat terlindungi hak dan kepentingannya. Dalam perkembangannya, untuk lebih menertibkan usaha dengan cara waralaba serta sebagai upaya untuk merangsang tumbuhnya lapangan kerja serta kesempatan berusaha, Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba tersebut dicabut dan kemudian diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tersebut memperbaiki peraturan sebelumnya dan dirancang dengan landasan untuk melakukan

---

<sup>101</sup> ~~Yoz,~~ *Pedoman KPPU Soal Waralaba Dikritik Pebgusaha Franchise*, <http://www.hukumonline.com>, Diakses pada 20 Mei 2009.

pembinaan terhadap praktek bisnis waralaba di Indonesia secara umum, serta menciptakan iklim usaha yang dapat mendorong pengusaha waralaba Indonesia terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh dan memiliki daya saing serta tidak hanya sebagai *franchisee* akan tetapi dapat menjadi *franchisor* lokal yang handal.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang terdiri dari 9 bab dan 22 pasal diharapkan dapat memberikan kepastian hukum bagi Pemberi dan Penerima Waralaba dalam melaksanakan hubungan bisnisnya. Dalam regulasi tersebut diatur persyaratan yang sangat ketat bagi perusahaan yang ingin mewaralabakan bisnisnya. Guna tujuan perlindungan, Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas operasional usaha dan bonafiditas pemberi Waralaba, baik waralaba luar negeri maupun waralaba dari dalam negeri, agar terciptalah transparansi informasi yang dapat membantu secara optimal para *franchisee* dalam memasarkan produknya.

Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menentukan bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:<sup>102</sup>

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

Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba menyebutkan waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam ayat (2)-nya diatur bahwa jika perjanjian tersebut dalam bahasa asing maka perjanjian tersebut harus di terjemahkan dalam bahasa Indonesia

---

<sup>102</sup> Indonesia (b), *op., cit.* Pasal 3.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tersebut tidak hanya mengatur tentang perjanjian waralaba secara umum, tetapi juga mengatur sanksi-sanksi hukum terkait dengan pelaksanaan perjanjian waralaba. Sanksi-sanksi tersebut berupa sanksi administrasi dan denda yang diatur dalam Bab VII Pasal 16 sampai dengan Pasal 18. Ketentuan Pasal 16 menyebutkan bahwa:<sup>103</sup>

- (1) Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administrasi bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10 dan/atau Pasal 11.
- (2) Sanksi-sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. Peringatan tertulis;
  - b. Denda; dan/atau;
  - c. Pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

Ketentuan Pasal 18 menyebutkan bahwa:<sup>104</sup>

- (1) Sanksi administratif berupa denda sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf b, dikenakan kepada pemberi waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 atau penerima waralaba yang tidak melakukan pendaftaran perjanjian waralaba sebagaimana dimaksud didalam Pasal 11 setelah diterbitkan surat peringatan tertulis ketiga.
- (2) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan paling banyak Rp. 100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (3) Sanksi administrasi berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 ayat (2) huruf c, dikenakan kepada pemberi waralaba yang tidak melakukan pembinaan kepada penerima waralaba sebagaimana dimaksudkan dalam Pasal 8 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.

Keberhasilan jalannya perekonomian menuntut peran serta yang cukup besar dari seluruh pelaku ekonomi, baik perusahaan berukuran kecil, menengah

---

<sup>103</sup> Indonesia (b), *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007*, Pasal 16.

---

<sup>104</sup> *Ibid.* Pasal 18.

maupun besar juga Pemerintah. Disinilah peran dan tugas Pemerintah untuk dapat menciptakan iklim yang dapat mendorong menggerakkan seluruh komponen untuk berperan sesuai dengan porsinya. Setiap pengusaha yang menjalankan bisnis waralaba, baik pengusaha kecil, sedang, maupun besar harus mendaftarkan usahanya.

Dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba maka pemerintah juga telah memperbaharui peraturan pelaksanaan khususnya berkaitan dengan pendaftaran bisnis waralaba, yaitu Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) No. 31 Tahun 2008 tentang waralaba. Permendag No. 31 Tahun 2008 pada dasarnya memperjelas perbedaan antara bisnis waralaba dan peluang usaha (*business opportunity*) yang baru dalam tahapan menuju bentuk waralaba.

Peraturan-peraturan pokok yang menjadi dasar hukum operasional bisnis waralaba dewasa ini antara lain adalah:

1. Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian Yang Berkaitan Dengan Waralaba.
3. Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI Nomor: 57/KPPU/Kep/III/2009 Tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.
4. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Lembaran Negara Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara Nomor 4742).
5. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

7. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
8. Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha RI Nomor 2 Tahun 2009 Tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat Terhadap Perjanjian Yang Berkaitan Dengan Hak Atas Kekayaan Intelektual.

Disamping peraturan-peraturan pokok tersebut diatas, peraturan-peraturan lain yang juga merupakan rujukan pelaksanaan usaha/bisnis waralaba adalah:

1. Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Usaha;
2. Peraturan Pemerintah Nomor 44 Tahun 1977 tentang Kemitraan, LN Tahun 1977, LN Nomor 91;
3. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2007 Tentang Penanaman Modal;
4. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, LN Tahun 2008 Nomor 93, LN Nomor 4744;

Pemerintah menerbitkan aturan yang begitu komprehensif terhadap praktek bisnis waralaba sedemikian rupa dimaksudkan untuk lebih melindungi telaksanakannya perjanjian waralaba dengan lebih baik bagi *stakeholders* bisnis ini, yaitu *franchisor* maupun *franchisee* juga konsumen penikmat jasa bisnis dimaksud.

## **2.7 Pengaturan Waralaba Kaitannya dengan Perlindungan Hak Para Pihak**

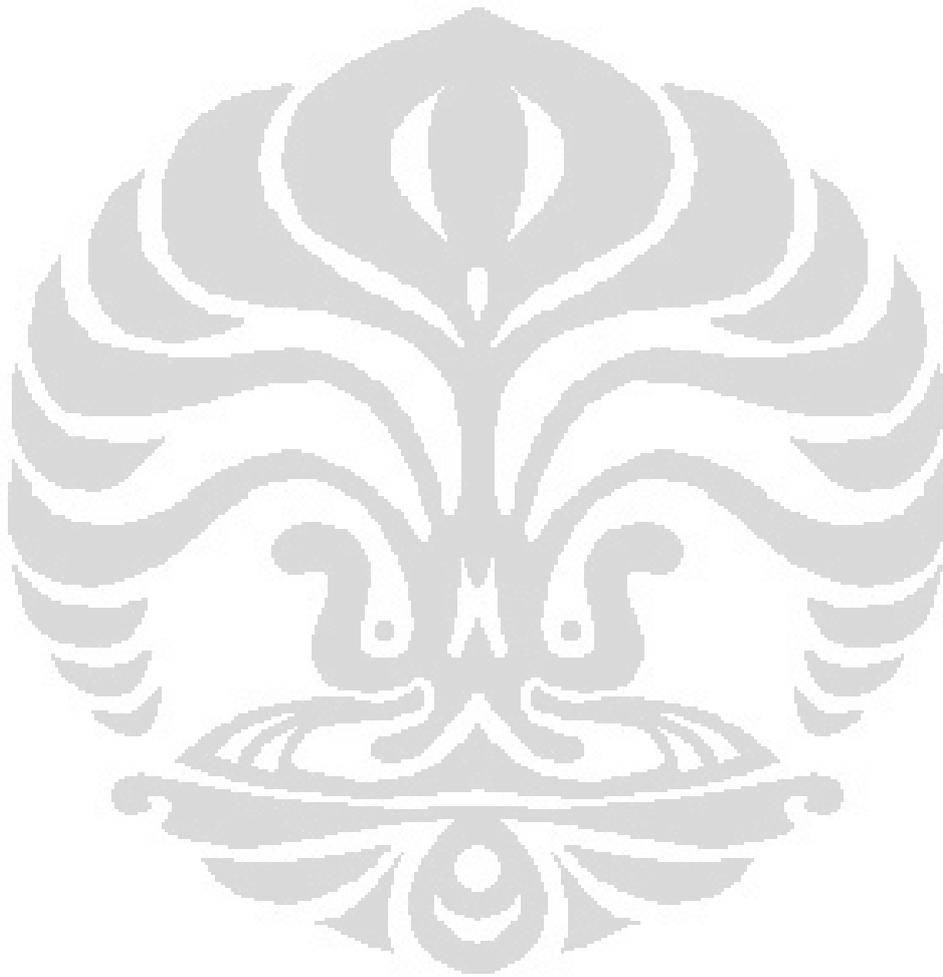
Keberadaan waralaba yang semakin marak beberapa tahun terakhir ini tidak mungkin dihindari lagi. Waralaba merupakan strategi yang efektif untuk mengembangkan jejaring bisnis sebuah entitas usaha dengan tidak menghilangkan karakter perusahaan yang sudah menjadi ciri khas waralaba yang bersangkutan. Dalam lingkungan persaingan bisnis yang makin ketat dan kondisi siklus produk yang pendek, pelaku usaha harus memiliki strategi untuk tetap berdaya saing. Identifikasi keunggulan kekayaan intelektual dan penggunaannya secara tepat merupakan upaya yang sangat strategis untuk tetap mempertahankan daya saing

bisnisnya dan waralaba adalah jawaban yang paling tepat untuk mengkonversi kekayaan intelektual menjadi laba/keuntungan secara material.

Pengaturan tentang waralaba memang diharapkan dapat menjadi bentuk kemitraan yang baik diantara para pelaku usaha sekaligus merupakan perlindungan bagi para pihak yang berkaitan. Pengaturan bahwa pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran adalah salah satu bentuk perlindungan terhadap calon penerima waralaba. Prospektus yang harus disampaikan sebelum terjadinya kesepakatan dalam perjanjian waralaba sebagaimana diatur dalam Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Pasal 1 angka 6 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba dimaksudkan agar pemberi waralaba (*Franchisor*) memberikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba (*Franchisee*) yang sekurang-kurangnya mengenai: (a) Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir; (b) Hak Atas Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang menjadi obyek Waralaba; (c) Persyaratan-persyaratan; (d) Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan; (e) Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba; (f) Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perpanjangan Perjanjian Waralaba; (g) Hal-hal lain yang perlu diketahui oleh Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan Perjanjian Waralaba.

Perjanjian waralaba timbul dari naluri manusia atau kebutuhan masyarakat dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari untuk mempertahankan hidupnya. Terhadap kontrak perjanjian waralaba berlaku ketentuan KUH Perdata berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak sepanjang tidak bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum dan kesusilaan sebagaimana yang tercantum dalam Pasal 1338 ayat (1). Namun demikian, prinsip bahwa pasal-pasal dalam Hukum Perjanjian pada Buku III KUH Perdata tentang Perikatan merupakan hukum pelengkap atau *optional law* yang artinya pasal-pasal dalam hukum perikatan boleh dikesampingkan jika para pihak yang membuat perjanjian menghendaki dan ingin membuat ketentuan sendiri menyimpang dari ketentuan

pasal-pasal hukum perikatan. Pembuatan ketentuan tersendiri membuat posisi para pihak tidak seimbang dalam kontrak waralaba, oleh karenanya sebagai wujud perlindungan terhadap para pihak yang terkait dengan perjanjian, Pemerintah perlu mengatur untuk menyeimbangkan kedudukan para pihak melalui produk hukum dalam peraturan perundang-undangan.



**BAB III**  
**ANALISIS PENERAPAN KETENTUAN PASAL 50 HURUF b UNDANG-UNDANG NOMOR 5 TAHUN 1999 TENTANG LARANGAN PRAKTEK MONOPOLI DAN PERSAINGAN USAHA TIDAK SEHAT TERHADAP PERJANJIAN WARALABA NASI UDUK GONDANGDIA**

**3.1 Ruang Lingkup Pengecualian**

Sebagai reaksi oleh maraknya praktek monopoli, konglomerasi serta praktek-praktek Korupsi, Kolusi dan Nepotisme (KKN), banyak tuntutan dari khalayak masyarakat untuk dikeluarkannya Undang-Undang Anti Monopoli. Permasalahan monopoli, konglomerasi serta KKN pada umumnya mengakibatkan terjadinya ketidak-adilan bagi masyarakat dan berdampak buruk terhadap tata kelola perekonomian nasional, khususnya dalam menghadapi perkembangan perekonomian dunia pada era globalisasi saat ini yang semangat etika berbisnis-nya adalah *free competition*. Keinginan khalayak masyarakat tersebut telah terakomodasi dengan telah diundangkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 mengatur perjanjian-perjanjian dan perbuatan-perbuatan yang dikecualikan dari Undang-Undang tersebut. Yang dikecualikan dari Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tersebut adalah :<sup>105</sup>

- a. Perbuatan dan atau perjanjian yang bertujuan melaksanakan peraturan perundang-undangan yang berlaku; atau
- b. Perjanjian yang berkaitan dengan hak atas kekayaan intelektual seperti lisensi, paten, merek dagang, hak cipta, desain produk industri, rangkaian elektronik terpadu dan rahasia dagang, serta perjanjian yang berkaitan dengan waralaba; atau
- c. Perjanjian penetapan standar teknis produk barang dan atau jasa yang tidak mengekang dan atau menghalangi persaingan; atau
- d. Perjanjian dalam rangka keagenan yang isinya tidak memuat ketentuan untuk memasok kembali barang dan atau jasa dengan harga yang lebih rendah daripada harga yang telah diperjanjikan; atau

---

<sup>105</sup> Indonesia (c), *op., cit.* Pasal 50.

- e. Perjanjian kerjasama penelitian untuk peningkatan atau perbaikan standar hidup masyarakat luas; atau
- f. Perjanjian internasional yang telah diratifikasi oleh Pemerintah Republik Indonesia; atau perjanjian dan atau perbuatan yang bertujuan untuk ekspor yang tidak mengganggu kebutuhan dan atau pasokan pasar dalam negeri; atau
- g. Pelaku usaha yang tergolong dalam usaha kecil; atau
- h. Kegiatan usaha koperasi yang secara khusus bertujuan untuk melayani anggotanya.

### **3.2 Pengecualian Terhadap Perjanjian Waralaba**

Bisnis waralaba mengalami perkembangan dengan pesat. Perkembangan ini akan terus melaju peningkatannya bersama dengan laju arus globalisasi. Oleh karena itu Pemerintah membuka kesempatan bagi berkembangnya waralaba agar masyarakat luas dapat ikut berperan serta menggerakkan roda perekonomian melalui bisnis waralaba. Mempertimbangkan hal-hal tersebut, Pemerintah memberikan kelonggaran dalam pengaturan bisnis waralaba dengan cara memberikan pengecualian-pengecualian terhadap pengaturan bisnis waralaba sebagaimana pengecualian-pengecualian yang diatur dalam Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Pengecualian terhadap perjanjian waralaba dimaksud pada dasarnya merupakan prinsip dasar pengaturan yang esensial guna menjaga dan melindungi kerahasiaan akan terdapatnya hak atas kekayaan intelektual yang terkandung didalam suatu perjanjian waralaba.

Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat memberikan pengecualian terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba. Pembuat undang-undang tersebut memandang bahwa Pasal 50 huruf b cukup jelas sehingga tidak diberikan penjelasan lebih lanjut. Meskipun tidak ditegaskan dalam penjelasan undang-undang, pengecualian tersebut hanya berlaku secara terbatas yaitu sejauh isi perjanjian yang dibuat berkaitan dengan waralaba tersebut tidak menghalangi persaingan dan tidak

melanggar undang-undang yang berlaku. Pihak-pihak yang terkait dalam perjanjian waralaba tidak dapat dengan begitu saja dan tetap harus dengan etika bisnis yang sehat, dalam membuat suatu perjanjian tidak boleh mengakibatkan timbulnya monopoli dan/atau persaingan usaha tidak sehat.

Bila kita merujuk pada latar belakang daripada pedoman pelaksanaan ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba, disebutkan bahwa:<sup>106</sup> perkembangan jenis usaha dalam bentuk waralaba di Indonesia mengalami kemajuan yang pesat di berbagai bidang, antara lain di bidang makanan cepat saji (*fast food*), jasa konsultasi, minimarket, jasa kesehatan, rekreasi dan hiburan, serta sistem pendidikan. Perkembangan jenis usaha dalam bentuk waralaba tidak dapat dihindari seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang semakin pesat di era globalisasi.

Terkait dengan perkembangan jenis usaha serta bentuk waralaba yang pesat tersebut, Pemerintah menyadari perlu untuk memberikan ruang gerak bagi perkembangan waralaba agar masyarakat, usaha mikro kecil dan menengah serta koperasi dapat ikut berperan aktif dalam mendorong pertumbuhan ekonomi secara kondusif. Oleh karena itu, dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, diadakan pengecualian untuk berlakunya ketentuan Undang-Undang tersebut terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba, yakni sebagaimana diatur dalam Pasal 50 huruf b. Unsur-unsur dalam ketentuan Pasal 50 huruf b khususnya mengenai perjanjian yang berkaitan dengan Waralaba tersebut mencakup:<sup>107</sup>

#### 1. Perjanjian

Mengenai perjanjian harus mengacu pada ketentuan Pasal 1 butir 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan

---

<sup>106</sup> Indonesia (e), Keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Republik Indonesia No. 57/2009 tentang Pedoman Pelaksanaan Ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang No 5 tahun 1999 Tentang larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba.

<sup>107</sup> *Ibid.* Bab II.D.

Usaha Tidak Sehat disebutkan bahwa: “perjanjian adalah suatu perbuatan satu atau lebih pelaku usaha untuk mengikatkan diri terhadap satu atau lebih pelaku usaha lain dengan nama apapun, baik tertulis maupun tidak tertulis.” Prinsip pembuatan perjanjian mengacu pada ketentuan Pasal 1320 dan Pasal 1338 KUH Perdata.

## 2. “Yang berkaitan dengan”

Frase ”yang berkaitan dengan” harus dapat dibuktikan bahwa perjanjian yang dibuat oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba benar-benar memenuhi kriteria waralaba sebagaimana ditentukan dalam peraturan perundang-undangan yaitu:

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat;

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (vide Pasal 26 huruf c, Pasal 29, Pasal 35, Pasal 36 ayat (1), Pasal 39 ayat (1) dan ayat (2), dan Pasal 40);

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

## 3. Waralaba

Pengertian Waralaba, kriteria waralaba, ketentuan yang harus dimuat dalam perjanjian waralaba, dan semua yang terkait dengan waralaba mengacu pada ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Dari ketiga unsur tersebut harus benar-benar dipertimbangkan baik oleh pemberi waralaba maupun penerima waralaba dalam memformulasikan suatu perjanjian di bidang waralaba, agar dapat diterapkan ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Apabila pelaku usaha waralaba melakukan tindakan yang mengakibatkan terjadinya praktek persaingan usaha tidak sehat dan praktek monopoli, pelaku usaha tersebut dapat terkena ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Oleh karenanya Komisi Pengawasan Persaingan Usaha (KPPU) pada tanggal 7 Desember 2009 melalui Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha Nomor 6 Tahun 2009 mengeluarkan pedoman pengecualian penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun

1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba.

Bisnis waralaba memang dikecualikan dari larangan praktek monopoli oleh Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Banyak kalangan yang berpendapat bahwa bisnis waralaba berpotensi menimbulkan praktek-praktek monopoli dan persaingan tidak sehat, maka apabila bisnis waralaba dikecualikan secara mutlak, waralaba sebagai suatu metode perluasan usaha sangat potensial mengarah pada praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Melalui Keputusan Komisi Nomor 57 Tahun 2009 tentang Pengecualian Penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 terhadap Perjanjian yang Berkaitan dengan Waralaba, Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) seolah memberikan klarifikasi dan penjelasan kepada khalayak khususnya para pemberi dan penerima waralaba bagaimana memaknai dan memahami ketentuan yang diatur oleh Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut sehingga dalam merumuskan perjanjian yang berkaitan dengan waralaba tidak akan mengakibatkan terjadinya praktek-praktek monopoli dan persaingan usaha yang tidak sehat.

Tujuan diterbitkannya Keputusan Komisi Nomor 57 Tahun 2009 khususnya terhadap penerapan persaingan usaha dalam perjanjian waralaba tidak lain adalah guna menjaga kepentingan umum dan tercapainya peningkatan efisiensi ekonomi nasional yang merupakan upaya peningkatan kesejahteraan rakyat, mengatur guna dapat menjamin terwujudnya iklim usaha yang kondusif sehingga terjaminnya kesempatan berusaha yang sama bagi seluruh pelaku usaha baik pelaku usaha besar, menengah dan kecil, mencegah praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat serta menciptakan efektivitas dan efisiensi dalam kegiatan usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Dalam kaitannya dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, perlu dipertegas bahwa perjanjian yang dikecualikan adalah perjanjian yang mengatur sistem waralaba dan pengalihan hak lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Adapun mengenai perjanjian yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat walaupun terkait dengan waralaba tidak

termasuk yang dikecualikan. Namun, jika perjanjian yang berkaitan dengan waralaba terdapat unsur yang ternyata dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, maka ketentuan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tetap dapat diterapkan kepada pelaku usaha yang mengadakan perjanjian tersebut.<sup>108</sup>

Prinsip pengecualian yang dapat dikenakan pengecualian berdasarkan Pasal 50 huruf b terhadap perjanjian waralaba dimana klausul-klausul yang terdapat didalam perjanjian waralaba tersebut merupakan hal yang esensial yaitu untuk menjaga identitas dan reputasi jaringan waralaba, atau untuk menjaga kerahasiaan HaKI yang terkandung dalam konsep waralaba. Maka, dalam perjanjian diperbolehkan memuat ketentuan/klausul yang mengatur mengenai kewajiban-kewajiban bagi penerima waralaba dalam menjamin konsep waralaba dan HaKI yang dimiliki oleh pemberi waralaba. Ketentuan/klausul yang esensial dimaksud antara lain adalah diwajibkannya untuk menggunakan metode usaha yang ditetapkan oleh pemberi waralaba, mengikuti standar perlengkapan dan penyajian yang ditentukan pemberi waralaba, tidak mengubah lokasi waralaba tanpa sepengetahuan pemberi waralaba, dan tidak membocorkan HaKI yang terkait dengan waralaba kepada pihak ketiga, bahkan setelah berakhirnya masa berlakunya perjanjian waralaba.<sup>109</sup>

Dalam perjanjian waralaba dapat pula mengandung ketentuan/klausul yang berpotensi menghambat persaingan. Kriteria perjanjian waralaba yang berpotensi melanggar prinsip larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat sehingga ketentuan Pasal 50 huruf b tidak dapat diterapkan, yaitu sebagai berikut:<sup>110</sup>

1. Penetapan harga jual (*resale price maintenance*).

Pemberi waralaba membuat perjanjian dengan penerima waralaba yang memuat penetapan harga jual yang harus diikuti oleh penerima waralaba. Penerima waralaba sebagai pelaku usaha mandiri pada dasarnya memiliki kebebasan untuk menetapkan harga jual barang dan/atau jasa yang didapatnya dari pemberi

---

<sup>108</sup> Mustafa. *op., cit.* Hal. 239-240.

<sup>109</sup> *Ibid*, Hal. 243.

<sup>110</sup> *Ibid*, Hal. 244 - 246.

waralaba. Dari perspektif persaingan usaha, penetapan harga jual dalam waralaba dilarang karena akan menghilangkan persaingan harga antara penerima waralaba. Hal tersebut menimbulkan harga yang seragam diantara penerima waralaba dan akibatnya konsumen dihadapkan pada harga yang seragam pula. Penetapan harga yang demikian tidak dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Namun demikian, untuk menjaga nilai ekonomis dari usaha waralaba, maka pemberi waralaba diperbolehkan membuat rekomendasi harga jual kepada penerima waralaba, sepanjang harga jual tersebut tidak mengikat penerima waralaba.

2. Persyaratan untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa hanya dari pemberi waralaba atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemberi waralaba.  
Perjanjian waralaba memuat persyaratan yang mengharuskan penerima waralaba untuk membeli barang atau jasa yang menjadi bagian dari konsep waralaba hanya dari pemberi waralaba atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemberi waralaba. Persyaratan tersebut dapat dikecualikan sepanjang dilakukan untuk mempertahankan identitas dan reputasi dari waralaba yang biasanya dimaksudkan untuk menjaga konsep waralaba yang telah diciptakan oleh pemberi waralaba. Meskipun demikian, pemberi waralaba tidak boleh melarang penerima waralaba untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa dari pihak lain sepanjang barang dan atau jasa tersebut memenuhi standar kualitas yang disyaratkan oleh pemberi waralaba. Penetapan pembelian pasokan hanya dari pemberi waralaba atau pihak tertentu dapat menimbulkan hambatan bagi pelaku usaha lain yang mampu menyediakan pasokan dengan kualitas yang sama. Untuk itu pemberi waralaba tidak diperbolehkan menetapkan secara mutlak akses pembelian atau pasokan yang diperlukan oleh penerima waralaba sepanjang hal itu tidak mengganggu konsep usaha waralaba.
3. Persyaratan untuk membeli barang dan/jasa lain dari pemberi waralaba.  
Pemberi waralaba mengharuskan penerima waralaba untuk bersedia membeli barang atau jasa lain dari Pemberi Waralaba a (tie-in). Perjanjian waralaba yang memuat kewajiban kepada penerima waralaba untuk membeli produk lain dari

pemberi waralaba tidak dipandang sebagai pelanggaran persaingan usaha, sepanjang hal tersebut dimaksudkan untuk mempertahankan identitas dan reputasi waralaba. Perlu diketahui bahwa, kewajiban untuk membeli produk lain yang bukan menjadi bagian dari paket waralaba tidak dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

4. Pembatasan wilayah.

Pemberi waralaba melakukan pembatasan wilayah dengan cara menetapkan wilayah tertentu kepada penerima waralaba. Dalam perjanjian waralaba biasanya memuat klausul tentang wilayah usaha. Klausul tersebut dimaksudkan untuk membentuk sistem jaringan waralaba. Dalam hal demikian, maka pengaturan wilayah usaha tidak dipandang sebagai pelanggaran persaingan usaha, sehingga dapat dikecualikan. Namun demikian, pembatasan wilayah yang tidak dilakukan dalam rangka membentuk sistem jaringan waralaba melainkan untuk membatasi pasar dan konsumen tidak dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

5. Persyaratan untuk tidak melakukan kegiatan usaha yang sama selama jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian waralaba.

Pemberi waralaba mensyaratkan agar penerima waralaba selama jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian waralaba tidak melakukan kegiatan usaha yang sama dengan usaha pemberi waralaba tersebut. Syarat tersebut dapat dikecualikan dari ketentuan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 jika dapat dibuktikan bahwa tujuannya adalah untuk melindungi hak atas kekayaan intelektual pemberi waralaba, atau untuk menjaga identitas dan reputasi waralaba.

Dengan demikian jika klausul-klausul tersebut diatas terkandung didalam suatu perjanjian waralaba maka yang demikian tersebut berpotensi melanggar tujuan dari pada diterbitkannya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, atau dengan kata lain jika isi atau konten suatu perjanjian waralaba tidak mengandung 5 (lima) hal sebagaimana diuraikan diatas maka perjanjian waralaba tersebut dapat dikategorikan sebagai yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Jika

berpotensi melahirkan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat maka hal-hal tersebut tidak termasuk dalam pengecualian yang dimaksud dalam Pasal 50 huruf b dimaksud.

Sebenarnya pemberi waralaba dapat mengatur dalam perjanjian yang dibuatnya mengenai penetapan harga jual, persyaratan untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa hanya dari pemberi waralaba, persyaratan membeli barang dan/atau jasa dari pemberi waralaba, mengatur mengenai pembatasan wilayah serta mengatur mengenai persyaratan untuk tidak melakukan kegiatan usaha yang sama selama jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian waralaba. Mengenai pengaturan harga jual oleh pemberi waralaba dibolehkan atau dapat dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 itu, sepanjang pengaturan atau penetapan harga oleh pemberi waralaba tersebut dimaksudkan agar penerima waralaba tidak menetapkan harga yang dapat merusak identitas serta gambaran dari waralaba, namun jika pengaturan atau penetapan harga dapat mengarah kepada pembentukan kartel harga sehingga menghilangkan persaingan harga maka yang demikian tidak dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Dari perpektif persaingan usaha, penetapan harga jual dalam waralaba dilarang karena akan menghilangkan persaingan harga antar penerima waralaba. Pemberi waralaba diperbolehkan membuat rekomendasi harga jual kepada penerima waralaba sepanjang harga jual tersebut tidak mengikat.

Mengenai terdapatnya klausul dalam perjanjian waralaba yang mengatur mengenai persyaratan untuk membeli pasokan barang dan/atau jasa hanya dari pemberi waralaba atau pihak lain yang ditunjuk oleh pemberi waralaba, jika penetapan ketentuan tersebut dimaksudkan untuk menjaga standar kualitas produk waralaba maka hal tersebut dapat dikategorikan sebagai yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Namun jika klausul tersebut condong membatasi persaingan pada pasar bersangkutan sehingga berdampak pada in-efisien secara ekonomis maka hal tersebut tidak dapat dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999. Persyaratan untuk membeli barang dan/jasa lain dari pemberi waralaba pada dasarnya dapat dibenarkan atau dianggap tidak melanggar

prinsip persaingan usaha sepanjang tujuannya adalah untuk menjaga standar kualitas dari konsep waralaba itu sendiri, namun demikian dapat pula disadari bahwa kewajiban yang demikian dapat menghalangi masuknya produk substitusi kedalam pasar dan dapat menghambat persaingan. Oleh karena itu jika kewajiban membeli barang lain yang tidak terkait dengan kebutuhan waralaba dan dapat menghambat masuknya atau menjadi *entry barrier* bagi pelaku usaha lain maka hal ini tidak dapat dikenakan pasal pengecualian terhadap penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Ketentuan mengenai pembatasan wilayah biasanya diatur dalam perjanjian waralaba guna mengatur sistem jaringan waralaba. Pemberi waralaba pada dasarnya diperbolehkan untuk mengatur wilayah eksklusif bagi penerima waralaba dengan maksud untuk membatasi kegiatan penerima waralaba melakukan operasional usaha di dalam wilayah yang diperjanjikan dan melarang penerima waralaba untuk melakukan kegiatan diluar wilayah yang diperjanjikan. Klausul yang demikian dapat dikategorikan sebagai yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Telaah terhadap persyaratan-persyaratan tersebut dari perspektif persaingan usaha pada intinya harus sesuai dengan nilai-nilai persaingan usaha sehat diantaranya adalah tidak meniadakan persaingan diantara penerima waralaba, tidak menghambat perkembangan teknologi, dan juga tidak adanya pembatasan wilayah yang mengarah pada pembatasan pasar dan mengakibatkan konsumen tidak memiliki pilihan lain.

Ada kekhususan tertentu seperti adanya kewajiban menerima pasokan bahan baku dari pemilik waralaba ke penerima waralaba. KPPU memahami bahwa waralaba memiliki kekhasan usaha dibanding sektor usaha lainnya. Misal, dalam pasal 9 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 disebutkan bahwa pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba. KPPU akan menerapkan secara hati-hati peraturan komisi ini, mengingat ada keharusan untuk memperbesar bisnis waralaba terutama di sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Beberapa kriteria waralaba yang umumnya sering muncul dalam perjanjian waralaba adalah penetapan harga,

persyaratan untuk membeli pasokan dari pemberi waralaba atau pihak tertentu, persyaratan untuk membeli barang jasa pemberi waralaba. Namun KPPU meminta soal pasokan barang jasa tidak dikhususkan namun juga diberikan kesempatan kepada distributor lain. KPPU menilai penerima waralaba sebagai pelaku usaha mandiri sesungguhnya memiliki kebebasan untuk menetapkan harga jual barang atau jasa yang didapatnya dari pemberi waralaba.

Selain ketentuan mengenai Hak atas Kekayaan Intelektual, penerapan ketentuan pengecualian waralaba dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut sebenarnya telah serasi dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pasal 26 Undang-Undang UMKM telah mengatur pola kemitraan dengan sistem waralaba. Di Pasal 29 di undang-undang yang sama kemudian menyebutkan bahwa pelaku usaha yang ingin mewaralabakan bisnisnya harus memberikan prioritas bagi usaha kecil dan menengah. Selain itu waralaba juga harus mengutamakan penggunaan barang yang berasal dari dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang diharuskan dalam waralaba tersebut, pewaralaba juga secara berkesinambungan diharuskan untuk memberikan pelatihan baik dalam bentuk bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba. Ketentuan prioritas penggunaan produksi dalam negeri dan kemitraan dengan UMKM di Undang-Undang UMKM sebenarnya juga telah diadopsi oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 pada Pasal 9.

Berdasarkan pembahasan diatas maka dapat dilihat bahwa pengecualian terhadap waralaba tidaklah bersifat mutlak, mengingat apabila dikecualikan secara mutlak maka waralaba sebagai suatu metode perluasan usaha akan sangat potensial mengarah pada praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Perjanjian serta pelaksanaan perjanjian waralaba harus senantiasa dipantau oleh Pemerintah bersama Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) agar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat dapat berjalan secara baik sesuai tujuan diundangkannya.

Agar tidak melanggar hakekat dari pada tujuan dibentuknya Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, maka Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dalam menentukan kriteria waralaba sebagaimana yang diatur oleh Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba harus dengan seksama, hati-hati dan bijaksana. Setidaknya kriteria waralaba harus memenuhi panduan sebagai berikut:<sup>111</sup>

1. Kriteria perjanjian waralaba dan pendaftarannya sebagaimana diatur dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 10, Pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba harus terpenuhi;
2. Pembuatan perjanjian harus tetap mengacu pada ketentuan Pasal 1 angka 7 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 jo. Pasal 1320 dan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata;
3. Perjanjian waralaba merupakan bentuk kemitraan sebagaimana diatur dalam Pasal 26 huruf c jo. Pasal 29, Pasal 35, dan Pasal 36 ayat (1) Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah; dan
4. Isi Perjanjian Waralaba tidak berpotensi melanggar prinsip Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Untuk menghindari adanya “broker” waralaba yang menciptakan inefisiensi maka perlu diperhatikan adanya kemungkinan memberikan hak waralaba lebih lanjut. Jika penerima waralaba diberi hak menunjuk lebih lanjut penerima waralaba lanjutan, penerima waralaba utama diwajibkan mempunyai dan melaksanakan sendiri minimal melakukan waralaba pada satu tempat usaha.

Untuk mengamankan penerima waralaba dari bertindak curang dalam memanfaatkan *know how* yang diperoleh dari pemilik waralaba, pemilik waralaba biasanya sangat berhati-hati didalam membuat perjanjian waralaba. Hal-hal yang dikhawatirkan adalah setelah berakhirnya masa perjanjian, penerima waralaba dalam jangka waktu tertentu akan melakukan usaha yang sama, karena bisa saja Hak atas Kekayaan Intelektual pemilik waralaba sebelumnya digunakan oleh penerima waralaba tersebut dengan hanya merubah merek serta kemasannya saja.

---

<sup>111</sup> Indonesia (e), *op.cit.*, Bab.III angka 2.

Pengaturan yang demikian melanggar pasal 19 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999, bahwa dalam undang-undang tersebut pelaku usaha dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan baik sendiri maupun bersama pelaku usaha lain, yang dapat mengakibatkan terjadinya praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat berupa menolak atau menghalangi pelaku usaha tertentu untuk melakukan usaha yang sama pada pasar bersangkutan.<sup>112</sup> Ketentuan yang mensyaratkan penerima waralaba untuk tidak melakukan kegiatan usaha yang sama selama jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian waralaba dapat dikenakan ketentuan pengecualian berdasarkan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 sepanjang tujuannya adalah untuk perlindungan hak atas kekayaan intelektual pemberi/pemilik waralaba serta menjaga identitas serta reputasi jaringan waralaba, khususnya bila pemberi waralaba telah melakukan transfer *know how*, baik berupa pengetahuan, pengalaman dan keahlian serta kemampuan teknis kepada penerima waralaba. Namun demikian perlu disadari bahwa larangan untuk melakukan kegiatan usaha yang sama tersebut dalam jangka waktu tertentu justru akan mempengaruhi persaingan dan berdampak negatif pada efisiensi ekonomi.

Memang pasal 19 tersebut menyebutkan dilarang melakukan satu atau beberapa kegiatan dan bukan dilarang melakukan perjanjian, akan tetapi gradasi perbuatan melakukan perjanjian tingkatannya lebih tinggi dari sekadar melakukan kegiatan. Meski perjanjian waralaba berdasarkan pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dikecualikan, namun perjanjian waralaba yang melarang penerima waralaba melakukan usaha yang sama dalam jangka waktu tertentu setelah berakhirnya perjanjian adalah cenderung kurang memahami jiwa daripada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 dan perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual. Karena pengecualian pasal 50 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 hanya berlaku sepanjang perjanjian waralaba masih berjalan dan tidak menyebutkan hingga setelah perjanjian itu berakhir, seakan perjanjian waralaba hanya terkait dengan persoalan merek, rahasia dagang dan paten.

---

<sup>112</sup> Indonesia (c), *op.cit.*, pasal 19 huruf a.

Dengan demikian eks-penerima waralaba dapat melakukan usaha di bidang yang sama setelah berakhirnya perjanjian waralaba. Bahkan ketika masih terikat dalam perjanjian waralaba, dengan syarat tidak melanggar perjanjian waralaba yang disepakati (termasuk ketentuan yang fakultatif) dan tidak melanggar Hak atas Kekayaan Intelektual yang dimiliki pemberi waralaba atau eks-pemberi waralaba, eks-penerima waralaba dapat melakukan usaha di bidang yang sama dengan usaha eks-pemberi waralaba.

Jika eks-pemberi waralaba merasa *know how* yang pernah diberikannya kepada eks-penerima waralaba telah disalahgunakan, maka eks-pemberi waralaba dapat menggugat melalui Pengadilan Niaga atas penggunaan hak paten dan/atau rahasia dagang yang digunakan secara tidak sah oleh eks-penerima waralaba. Untuk itu persoalan ini perlu diperjanjikan secara adil di dalam perjanjian waralaba.

Penerbitan Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) didasarkan pada pertimbangan dimana KPPU melihat bisnis waralaba harus dikhususkan. Pengkhususan dimaksud mengingat adanya karakteristik pada perjanjian waralaba yang dapat menjadi indikasi adanya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Pada dasarnya usaha waralaba tidak akan terlepas dari praktek monopoli. Sebagai contoh populer yaitu “monopoli” yang dikuasai oleh perusahaan pewaralaba makanan cepat saji McDonald's. Pemilik waralaba McDonald's dapat merekrut pihak-pihak yang ingin membeli dan menjadi penerima waralaba-nya, yang kemudian sebagaimana kita ketahui bersama bahwa waralaba McDonald's telah menyebar menjadi bisnis yang menguasai pasar internasional.

Poin utama dari perjanjian waralaba yang dikecualikan dalam Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 antara lain terkait dengan perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual yang terkandung di dalamnya. Sehingga sebenarnya yang dikecualikan mengenai waralaba menurut pedoman tersebut adalah perjanjian yang mengatur sistem waralaba dan pengalihan hak lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba. Namun poin-poin yang tercantum dalam perjanjian waralaba dapat mencakup banyak hal di luar Hak atas Kekayaan Intelektual dan lisensi seperti disebutkan sebelumnya.

### 3.3 Alasan Waralaba Termasuk Bidang Usaha yang Dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999.

Usaha Waralaba mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Robert T. Kiyosaki lewat bukunya *Cashflow Quadrant* bahkan di antaranya merekomendasikan bahwa usaha waralaba sebagai salah satu jalan untuk membangun *pasive income*, jika benar tersosialisasikan keyakinan ini akan menambah meningkatnya jumlah para usahawan waralaba baru. Investasi pada bisnis waralaba dapat menjadi peluang usaha yang bagus terutama dalam ketersediaan modal yang harus dimiliki, dibandingkan dengan investasi pada bisnis lainnya, dengan catatan bahwa calon *franchisee* dalam memilih waralaba haruslah benar-benar tepat dan teruji terutama mengenai latar belakang pengalaman berbisnis dari pemilik waralaba, *franchisor*.

Perlu diketahui bahwa semaraknya bisnis dengan pola waralaba tidak terlepas dari kalangan investor skala menengah yang mendambakan adanya alternatif bidang usaha untuk berinvestasi. Para pemilik waralaba tentu saja menjadi sangat antusias menghadapi kondisi ini. Di satu sisi para pemilik waralaba berusaha untuk memperlebar sayap bisnisnya dengan membuka gerai-gerai baru diteritori yang baru, di sisi lain ada investor yang sedang mencari lahan yang *profitable* untuk berinvestasi. Bervariasinya waralaba asing yang telah melakukan operasionalnya di Indonesia dapat dijadikan sebagai ide/model konsep pengembangan bisnis waralaba lokal Indonesia yang dapat dijadikan sebagai peluang investasi bagi investor yang ingin terjun ke dalamnya.

Waralaba merupakan jenis usaha yang dikecualikan dan tunduk pada Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Ada beberapa alasan yang menyebabkan bisnis waralaba termasuk dikecualikan dari jangkauan Undang-Undang tersebut yaitu:<sup>113</sup>

- a. Bisnis waralaba termasuk ke dalam golongan usaha kecil dan menengah.
- b. Waralaba merupakan suatu sistem pemasaran yang vertikal dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas

---

<sup>113</sup> Adrian Sutedi, *op.cit.*, hal 148-149.

kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri-ciri yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa. Artinya pemilik/pemberi waralaba bersedia mengalihkan konsep perusahaannya kepada penerima waralaba selama perjanjian berlangsung, dan sebaliknya penerima waralaba berkewajiban untuk membayar *franchise fee* maupun royalti kepada pemilik waralaba atas hak waralaba yang diberikan kepadanya.<sup>114</sup>

### **3.4 Sanksi Hukum Atas Pelanggaran Aturan Pengecualian terhadap Perjanjian Waralaba**

Sebagus, sebaik apapun aturan dalam suatu perundang-undangan, penegakan hukum adalah kata kuncinya. Demikian pula dengan aturan perundang-undangan yang berkaitan dengan perjanjian waralaba, Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat yang didalamnya mengatur pula mengenai perjanjian waralaba, menempatkan aturan mengenai sanksi pada Bab VIII yaitu mulai dari pasal 47 sampai dengan Pasal 49. Pasal 47 mengatur sanksi berupa tindakan administrasi. Pemberian sanksi administrasi sesuai dengan Pasal 47 merupakan kewenangan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU). Sanksi administrasi tersebut dijatuhkan oleh Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap pelaku usaha yang melakukan pelanggaran ketentuan tertentu. Pasal 48 mengatur mengenai Pidana Pokok dan Pasal 49 mengatur mengenai Pidana Tambahan.

Sekalipun Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat mengatur adanya ketentuan pidana beserta sanksi yang diberikan, namun Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) hanya memiliki kewenangan menetapkan sanksi administrasi, adapun penegakan hukum pidananya tetap dilaksanakan oleh penegak hukum umum yaitu Kepolisian sebagai pejabat penyidik, Jaksa sebagai pejabat penuntut dan Hakim sebagai yang mengadili.

---

<sup>114</sup> *Ibid*, hal 149.

Mekanisme pemberian sanksi atas pelanggaran ketentuan telah ditetapkan, namun pelaksanaan pada saat penegakan akan terkendala oleh batasan-batasan yang terdapat dalam perundangan-undangan yang masih perlu penjelasan. Dalam kaitannya dengan pengecualian atau hak istimewa yang diberikan oleh Undang-Undang terhadap kegiatan usaha waralaba, tolak ukur yang dapat dijadikan batasan bahwa suatu kegiatan usaha waralaba tersebut dapat menimbulkan suatu praktek monopoli atau tidak, akan kembali lagi kepada definisi pada pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Idealnya, suatu rumusan pasal-pasal dalam perundang-undangan haruslah lengkap dan jelas sehingga tidak perlu lagi penafsiran. Pasal 1 angka 2 tersebut memberikan definisi yang lebih menekankan pada suatu akibat dari suatu perbuatan pelaku usaha yang tidak dikehendaki oleh pembuat Undang-Undang. Pasal 1 angka 2 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tersebut berbunyi sebagai berikut “Praktek monopoli adalah pemusatan kekuatan ekonomi oleh satu atau lebih pelaku usaha yang mengakibatkan dikuasainya produksi dan/atau pemasaran atas barang dan/atau jasa tertentu sehingga menimbulkan persaingan usaha tidak sehat dan dapat merugikan kepentingan umum.”<sup>115</sup> Yang perlu diperhatikan terhadap bunyi pasal ini adalah bahwa pasal tersebut akan menentukan suatu kriteria perbuatan pelaku usaha yang dapat dikategorikan sebagai kegiatan praktek monopoli. Pasal inilah yang juga akan menentukan terhadap pelanggaran pasal-pasal lainnya dalam Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999. Terhadap pelanggaran pasal-pasal tersebut akan dikenakan sanksi berupa sanksi administratif maupun sanksi pidana.

Apabila dicermati bunyi Pasal 1 angka 2 maka tersirat kata-kata bahwa sanksi tersebut hanya akan menjerat pelaku usaha yang perbuatannya akan menimbulkan akibat yang disebut praktek monopoli. Penetapan bahwa suatu perbuatan merupakan suatu praktek monopoli telah terjadi, akan kembali kepada definisi yang diberikan oleh pasal 1 angka 2 tersebut diatas, dan apabila definisi yang terdapat pada pasal tersebut tidak dapat terbukti maka pelaku usaha tersebut akan dapat terlepas dari sanksi yang ditetapkan oleh Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Praktek

---

<sup>115</sup> Indonesia (c), *op.cit.*, pasal 1 angka 2.

Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Salah satu kata yang dapat menentukan apakah suatu perbuatan pelaku usaha adalah merupakan praktek monopoli adalah apabila suatu perbuatan tersebut “merugikan kepentingan umum”. Batasan mengenai merugikan kepentingan umum yang terdapat pada pasal tersebut adalah masih tidak jelas, karena definisi dari merugikan kepentingan umum tersebut tidak dijelaskan lebih lanjut dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999. Selain itu tidak terdapat definisi atau pengaturan yang spesifik yang mengatur mengenai istilah merugikan kepentingan umum dalam peraturan perundang-undangan di Indonesia

Tidak ada definisi yang jelas dan memuaskan tentang kepentingan umum di dalam perundang-undangan.<sup>116</sup> Mengenai istilah kepentingan umum, sejak zaman Hindia Belanda telah dikenal pengertian kepentingan umum dengan istilah “algemeen belang” (a.l. pas. 37 KUHD), “openbaar belang” (a.l. dalam S 1906 no.348), “ten algemeene nutte” (a.l. pas.570 KUHPerd) atau “publiek belang” (a.l. dalam S 1920 no.574).<sup>117</sup>

Pada zaman kemerdekaan kepentingan umum telah banyak diatur dalam pelbagai peraturan perundang-undangan, yang rumusannya berbeda satu sama lain. Dalam Inpres Nomor .9 tahun 1973 tentang Pelaksanaan Pencabutan Hak-Hak atas Tanah dan Benda-Benda yang ada di atasnya, ditentukan dalam pasal 1 bahwa kegiatan dalam rangka pelaksanaan Pembangunan mempunyai sifat kepentingan umum apabila kegiatan tersebut menyangkut:<sup>118</sup>

- a. Kepentingan Bangsa dan Negara dan/atau
- b. Kepentingan masyarakat luas, dan/atau
- c. Kepentingan rakyat banyak/bersama dan/atau
- d. Kepentingan Pembangunan.

Dari ketentuan tersebut dapatlah disimpulkan bahwa kegiatan dalam rangka pelaksanaan Pembangunan itu ada yang bersifat kepentingan umum dan yang tidak.

---

<sup>116</sup> [http://sudiknoartikel.blogspot.com/2008/03/kepentingan\\_umum.html](http://sudiknoartikel.blogspot.com/2008/03/kepentingan_umum.html), diunduh pada tanggal 30 November 2010.

<sup>117</sup> *Ibid.*

<sup>118</sup> *Ibid.*

Dalam penjelasan Undang-Undang Nomor 7 tahun 1983 tentang Pajak Penghasilan (pas. 4 ayat 3 I) ditentukan, bahwa usaha yang semata-mata untuk kepentingan umum harus memenuhi syarat-syarat: <sup>119</sup>

1. Semata-mata bersifat sosial dalam bidang keagamaan, pendidikan, kesehatan dan kebudayaan;
2. Semata-mata bertujuan membantu meningkatkan kesejahteraan masyarakat umum dan;
3. Tidak mempunyai tujuan mencari laba.

Selanjutnya di dalam penjelasan pasal 49 b Undang-Undang Nomor 5 tahun 1986 tentang Peradilan Tata Usaha Negara dikatakan bahwa kepentingan umum adalah “kepentingan bangsa dan Negara dan/atau kepentingan masyarakat bersama dan/atau kepentingan pembangunan, sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku”. <sup>120</sup>

Dalam penjelasan Pasal 32 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1991 tentang Kejaksaan dikatakan bahwa kepentingan umum adalah kepentingan Bangsa dan Negara dan/atau kepentingan masyarakat luas. <sup>121</sup>

Dalam penjelasan Pasal 4 ayat 1 Undang-Undang Nomor 5 tahun 1992 tentang Benda Cagar Budaya, kepentingan umum harus dapat menunjang pembangunan nasional di bidang ilmu pengetahuan, pendidikan, pariwisata dan lain-lain. <sup>122</sup>

Dalam beberapa ketentuan perundang-undangan yang berkaitan dengan kepentingan umum tersebut diatas, dapat terlihat bahwa definisi kepentingan umum memiliki lingkup yang luas. Bila diperinci secara hakekat per-kata maka kepentingan umum adalah tuntutan perorangan atau kelompok yang berharap dapat terpenuhi dan pada hakekatnya mengandung kekuasaan yang dijamin dan dilindungi oleh hukum

---

<sup>119</sup> . *Ibid.*

<sup>120</sup> . *Ibid.*

<sup>121</sup> . *Ibid.*

<sup>122</sup> . *Ibid.*

dalam melaksanakannya. Tidak dapat disangkal bahwa tindakan Pemerintah harus ditujukan kepada pelayanan umum, memperhatikan dan melindungi kepentingan orang banyak yaitu kepentingan umum. Itulah kewajiban Pemerintah, sehingga kepentingan umum merupakan kepentingan dan urusan Pemerintah. Sebegitu banyak kepentingan berkembang di dalam masyarakat, sedianya disusunlah suatu skala prioritas kepentingan-kepentingan yang dianggap lebih penting atau lebih utama dari kepentingan-kepentingan yang lainnya. Namun kesulitannya adalah dalam menentukan skala tersebut, suatu kepentingan apakah lebih penting dari kepentingan yang lain.

Dari batasan tersebut diatas disimpulkan bahwa kepentingan umum adalah kepentingan yang harus didahulukan dari kepentingan-kepentingan yang lain dengan tetap memperhatikan proporsi pentingnya dan tetap menghormati kepentingan-kepentingan lain. Maka secara teoritis dapatlah dikatakan bahwa kepentingan umum merupakan hasil dari menimbang dari sekian banyak kepentingan-kepentingan di dalam masyarakat dengan menerapkan kepentingan yang utama menjadi kepentingan umum. Secara praktis dan konkret akhirnya masalah pemberian definisi mengenai kepentingan umum diserahkan kepada hakim di pengadilan untuk menimbang-nimbang kepentingan mana yang lebih utama dari kepentingan yang lain secara proporsional dengan tetap menghormati kepentingan-kepentingan yang lain sehingga ketentuan perundang-undangan berdiri tegak.

Dengan berkembangnya kepentingan manusia maka secara otomatis berkembang pula pengertian kepentingan umum. Oleh karena itu berkaitan dengan praktek monopoli yang dapat timbul sebagai suatu akibat dari perjanjian waralaba tentunya akan dilihat oleh hakim secara kasuistis. Hal ini tentu dapat mengakibatkan suatu ketidakpastian hukum bagi para pelaku usaha dan masyarakat yang dirugikan sebagai suatu praktek monopoli dari pelaku usaha yang curang.

. Maka dari itu dalam kaitannya dengan perbuatan pelaku usaha bisnis waralaba, pelaksanaan perjanjian waralaba harus senantiasa dipantau oleh Pemerintah bersama Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) agar Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat

dapat berjalan secara baik sesuai tujuan diundangkannya Undang-Undang tersebut. Pemantauan pelanggaran oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dilakukan melalui 2 (dua) cara yaitu:<sup>123</sup>

1. Monitoring Pelaku Usaha (atas inisiatif KPPU);
2. Laporan masyarakat.

Sebagaimana diketahui, berkaitan dengan pelanggaran terhadap ketentuan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, undang-undang tersebut tidak mengatur secara jelas hukum acara bagi Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) menjalankan tugas untuk melakukan penyelidikan dan pemeriksaan terhadap pelaku usaha yang melanggar serta terhadap para saksi.<sup>124</sup> Penegakan hukum atas pelanggaran yang dilakukan oleh pelaku bisnis waralaba oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) merujuk pada peraturan-peraturan perundangan yang ada. Bisnis waralaba memang sangatlah membentuk suatu hubungan kemitraan yang dapat menggerakkan perekonomian secara nasional. Namun berdasarkan pembahasan diatas, pengaturan terhadap bisnis waralaba ini masih banyak memiliki kekurangan.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, 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 digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Bisnis kedua belah pihak sepenuhnya diatur melalui perjanjian waralaba. Hal ini terjadi karena belum ada aturan formal yang membatasi secara jelas hal-hal apa saja yang dilarang dan tidak dilarang dimuat dalam perjanjian waralaba, sehingga usaha tersebut dikatakan melanggar persaingan usaha yang sehat sesuai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 atau tidak. Selain itu, tidak ada pembatasan berapa banyak outlet atau tempat usaha satu jenis waralaba yang boleh dibangun. Sejumlah pertautan perundang-undangan hanya menyinggung mengenai pentingnya kerja sama bisnis pemilik hak kekayaan

---

<sup>123</sup> Bintoro Nadapdap, *Hukum Acara Persaingan Usaha*, (Jakarta: Jala Permata Aksara, 2009), hal. 30.

<sup>124</sup> Johny Ibrahim, *Hukum Persaingan Usaha: Filosofi, Teori dan Implementasinya di Indonesia*, (Malang: Bayu Media Publishing, 2007), hal. 269.

intelektual dengan pengusaha kecil. Semangat kerja sama itu misalnya tercantum dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha mikro, Kecil dan Menengah, yang mengkaitkan waralaba dengan kemitraan. Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 banyak mengisyaratkan agar usaha waralaba memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah. Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis waralaba jauh lebih baik dari sebelum tahun 1997. Format bisnis diperbaharui dengan dikeluarkannya peraturan pemerintah yang baru berkaitan dengan waralaba. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya payung hukum yang dapat melindungi bisnis waralaba tersebut. Perkembangan waralaba di Indonesia, khususnya di bidang rumah makan siap saji sangat pesat. Hal ini ini dimungkinkan karena para pengusaha kita yang berkedudukan sebagai penerima waralaba (*franchisee*) diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui master waralaba yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba lanjutan. Dengan mempergunakan sistem piramida atau sistem sel, suatu jaringan format bisnis waralaba akan terus berekspansi<sup>125</sup>

### 3.5. Contoh Kasus

Berkaitan dengan pembahasan diatas, sebagai gambaran konkret terjadi dalam praktek bisnis waralaba sehari-hari, berikut ini ditampilkan sebuah contoh perjanjian waralaba sebagai suatu perjanjian yang dikriteriakan sebagai perjanjian yang dikecualikan yang diatur dalam Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat serta pedoman pengecualian penerapannya yang diatur oleh Peraturan Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) Nomor 6 Tahun 2009, dimana contoh perjanjian waralaba tersebut akan dianalisa apakah telah memenuhi ketentuan perundang-undangan yang berlaku.

---

<sup>125</sup> Wawancara dengan I Gusti Ayu Santi Pujiati, Advocate yang beberapa kali menangani masalah waralaba. wawancara dilakukan pada hari Kamis tanggal 26 November 2009.

Contoh perjanjian waralaba yang akan dianalisa dimaksud adalah Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia. Berikut adalah analisis terhadap perjanjian dimaksud yaitu sebagai berikut:

### 1. Isi Perjanjian Waralaba

Pemberi waralaba adalah pengembang konsep resto tertentu dengan produk berupa makanan dan minuman yang secara satu kesatuan dikemas dengan merek dagang NASI UDUK GONDANGDIA. Pemberi waralaba adalah juga sebagai pemilik dan pemegang hak dagang NASI UDUK GONDANGDIA yang telah didaftarkan pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Departemen Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia, dibawah Nomor Agenda J002008001533. Pemberi waralaba juga telah mengembangkan metode penjualan konsep resto NASI UDUK GONDANGDIA dengan menerapkan sistem waralaba dalam memproduksi hingga menjual produk-produk resto NASI UDUK GONDANGDIA, termasuk cara mengelola dan mengoperasikan outle-outlet resto tersebut.

Waralaba yang diberikan kepada penerima waralaba adalah Hak Waralaba yaitu hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk memakai atau mempergunakan Merek Waralaba, Sistem Waralaba, *Know How* dalam memproduksi hingga melakukan penjualan produk Nasi Uduk Gondangdia termasuk cara mengelola dan mengoperasikan outlet yang dikelola dan dioperasikan oleh penerima waralaba, untuk memproduksi dan menjual produk-produk Nasi Uduk Gondangdia. Hak waralaba yang diperoleh penerima waralaba dari pemberi waralaba sebagaimana disebutkan diatas, dengan alasan dan keadaan apapun tidak dapat diberikan ke pihak lain.

Didalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai hak-hak serta kewajiban pemberi dan penerima waralaba, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kewajiban Pemberi Waralaba adalah sebagai berikut:

1. Pemberi waralaba berkewajiban membantu penerima waralaba dalam periode pra-operasi outlet yaitu dalam hal-hal sebagai berikut:

- a. Membuat desain outlet dengan beban biaya ditanggung penerima waralaba.
  - b. Perencanaan, pelaksanaan, dan supervisi pembangunan outlet sesuai standar yang ditetapkan pemberi waralaba.
  - c. Menyediakan barang interior outlet dengan biaya ditanggung oleh penerima waralaba.
2. Pemberi waralaba berkewajiban memberikan pedoman praktis sistem operasional waralaba dan administrasi outlet sebagai referensi penerima waralaba dalam menyelenggarakan operasional rutin outlet yaitu dari cara memproduksi makanan dan minuman, melakukan penyimpanan, cara pengolahan tiap-tiap harinya hingga melakukan penjualan termasuk cara mengelola dan mengoperasikan outlet.
  3. Pemberi waralaba berkewajiban memberikan pelatihan dan mengajarkan seluruh sistem waralaba kepada penerima waralaba atau pegawai penerima waralaba. Sistem waralaba dimaksud adalah cara memproduksi makanan dan minuman, melakukan penyimpanan, cara pengolahan tiap-tiap harinya, hingga melakukan penjualan termasuk cara mengelola dan mengoperasikan outlet.
  4. Pemberi waralaba berkewajiban memberikan konsultasi-konsultasi dan informasi-informasi yang diperlukan oleh penerima waralaba sehubungan dengan bisnis waralaba termasuk manajemen, promosi, keuangan dan metode bisnis waralaba, serta membantu penerima waralaba bilamana terjadi permasalahan sehubungan dengan pelaksanaan bisnis waralaba Nasi Uduk Gondangdia.
  5. Pemberi waralaba berkewajiban mensuplai pengadaan barang baku utama yang diperlukan dan dipergunakan untuk menghasilkan produk Nasi Uduk Gondangdia mengingat bahan baku tersebut diperjanjikan harus dibeli oleh penerima waralaba dari pemberi waralaba.
2. Kewajiban Penerima Waralaba sebagai berikut:
    1. Untuk tiap-tiap outlet yang dibuka oleh penerima waralaba, penerima waralaba wajib membayar *franchise fee* sebesar Rp. 110.000.000,- (seratus

sepuluh juta rupiah). *Franchise fee* yang diterima oleh pemberi waralaba tersebut tidak termasuk pajak-pajak.

2. Penerima waralaba berkewajiban membayar royalti yang besarnya 5% (lima persen) dari hasil penjualan kotor (omset) perbulan setelah dipotong pajak-pajak dari tiap-tiap outlet, dan wajib menyetorkan kedalam rekening bank pemberi waralaba selambat-lambatnya setiap tanggal 5 (lima) pada bulan berikutnya. Royalti yang disetorkan kepada pemberi waralaba tersebut adalah setelah dipotong pajak-pajak.
3. Penerima waralaba dari waktu ke waktu berkewajiban membeli bahan baku utama yang diperlukan dan dipergunakan untuk menghasilkan produk Nasi Uduk Gondangdia dari pemberi waralaba, dan dilarang serta tidak diperbolehkan membeli bahan baku utama yang diperlukan dan dipergunakan untuk menghasilkan produk Nasi Uduk Gondangdia dari pihak lain.
4. Dalam memproduksi, menyimpan dan mengolah bahan-bahan hingga melakukan penjualan produk Nasi Uduk Gondangdia, tiap-tiap harinya termasuk cara mengelola dan mengoperasikan outlet, penerima waralaba dan pegawai-pegawainya harus mengimplementasikan sistem waralaba yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.
5. Produk Nasi Uduk Gondangdia yang dijual oleh penerima waralaba harus diproduksi dan diolah tiap-tiap harinya oleh penerima waralaba sesuai prosedur yang telah ditetapkan dalam sistem waralaba.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai pengadaan/suplai bahan baku utama yang diperlukan dan dipergunakan untuk menghasilkan produk Nasi Uduk Gondangdia. Klausul berkenaan dengan pengadaan bahan baku utama tersebut diatur sebagai berikut:

1. Bahan baku utama harus dibeli dari pemberi waralaba. Penentuan bahan baku utama yang diperlukan dan dipergunakan untuk menghasilkan produk Nasi Uduk Gondangdia merupakan hak pemberi waralaba.

2. Harga bahan baku utama akan ditentukan dan/atau disesuaikan oleh pemberi waralaba dari waktu ke waktu dengan ketentuan bilamana ada perubahan terhadap harga bahan baku, perubahan tersebut akan diberitaukan kepada penerima waralaba minimal 1 (satu) hari sebelum diberlakukannya harga bahan baku baru.
3. Penerima waralaba berkewajiban membayar secara tunai pembelian bahan baku pada saat bahan baku tersebut diantar ke outlet penerima waralaba.
4. Penerima waralaba harus selalu mempunyai persediaan bahan baku minimal untuk jangka waktu 1 (satu) hari untuk masing-masing bahan baku membuat produk-produk Nasi Uduk Gondangdia. Setiap permintaan bahan baku harus dipesan terlebih dahulu.
5. Pemberi waralaba berkewajiban mengirim permintaan pesanan bahan baku sesuai dengan permintaan penerima waralaba dengan mengacu kepada ketentuan pengelolaan bahan baku yang ditetapkan dalam perjanjian waralaba.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai harga jual produk-produk Nasi Uduk Gondangdia. Klausul berkenaan dengan harga jual produk-produk tersebut diatur sebagai berikut:

1. Penerima waralaba harus menjual setiap produk sesuai dengan harga yang telah ditentukan dan ditetapkan oleh pemberi waralaba dan dari waktu ke waktu penerima waralaba wajib dan harus menyesuaikan harga produk bilamana terjadi perubahan harga produk.
2. Harga jual setiap produk harus sesuai dengan yang telah ditentukan dan ditetapkan oleh pemberi waralaba, dan bila terjadi perubahan harga produk, dari waktu ke waktu penerima waralaba wajib dan harus menyesuaikan harga produk.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai penggunaan alat-alat produksi dalam memproduksi produk-produk Nasi Uduk Gondangdia. Klausul berkenaan dengan pengadaan peralatan dan perlengkapan produksi tersebut diatur sebagai berikut:

1. Penerima waralaba dari waktu ke waktu harus memakai alat-alat produksi yang dipakai untuk memproduksi Nasi Uduk Gondangdia yang dibeli dari pemberi waralaba.
2. Alat-alat produksi dimaksud hanya diperbolehkan untuk dipakai atau dipergunakan oleh penerima waralaba memproduksi produk-produk Nasi Uduk Gondangdia.
3. Pembayaran investasi peralatan, perlengkapan dan investasi lain akan disepakati kedua belah pihak diluar perjanjian tersebut.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai pemberian pelatihan. Klausul yang diperjanjikan didalam pemberian pelatihan adalah diatur sebagai berikut:

1. Pelatihan dimaksud adalah suatu paket pemberian pelatihan yang mengajarkan penerapan seluruh sistem waralaba Nasi Uduk Gondangdia, yang telah dikemas dalam suatu program pelatihan terpadu dengan materi, jadwal dan tempat pelatihan yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.
2. Pelatihan yang diselenggarakan di wilayah Jakarta tidak dikenakan biaya pelatihan dan pelatihan yang diselenggarakan di luar kota Jakarta, seluruh biaya-biaya termasuk tetapi tidak terbatas pada biaya transportasi, penginapan, makan, uang saku yang diperlukan oleh pemberi waralaba ditanggung oleh penerima waralaba.
3. Pemberi waralaba berkewajiban memberikan pelatihan tambahan kepada pegawai penerima waralaba bilamana dianggap diperlukan untuk kepentingan bisnis waralaba dari waktu ke waktu.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan mengenai pencatatan/pembukuan, dimana klausul berkenaan dengan pencatatan atau pembukuan tersebut diatur sebagai berikut:

1. Penerima waralaba wajib menjalankan dan menerapkan sistem pembukuan yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba secara akurat, teliti dan jujur didalam mencatatkan semua dan segala transaksi bisnis waralaba Nasi Uduk Gondangdia.

2. Pembukuan dan pencatatan transaksi bisnis waralaba wajib dilaporkan kepada pemberi waralaba di dalam laporan pembukuan yang dibuat tiap-tiap bulannya.
3. Laporan pembukuan yang disusun terdiri dari laporan kas harian selama 1 (satu) bulan, laporan (rugi)/laba dan laporan royalti.
4. Bilamana diperlukan, pemberi waralaba atas biaya sendiri berhak untuk melakukan pemeriksaan (*audit*) atas catatan pembukuan penerima waralaba.

Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditetapkan pula pengaturan mengenai royalti dan promosi, dimana klausul berkenaan dengan royalti dan promosi tersebut diatur sebagai berikut:

1. Perhitungan Royalti yang harus dibayarkan oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba wajib dan harus dimuat didalam Laporan Pembukuan.
2. Pemberi waralaba dapat menentukan apabila dipandang perlu untuk menggunakan royalti yang diterima oleh pemberi waralaba untuk promosi-promosi besar yang berhubungan dengan bisnis waralaba yang jumlahnya ditentukan sendiri oleh pemberi waralaba.
3. Penerima waralaba hanya dapat memasang merek waralaba Nasi Uduk Gondangdia di outlet di tempat-tempat yang telah ditentukan dalam perjanjian waralaba atau ditempat-tempat yang telah mendapat persetujuan dari pemberi waralaba.
4. Penerima waralaba dilarang untuk memasang dan menggunakan merek waralaba di tempat-tempat lain selain di outlet yang telah disepakati.
5. Dilarang menerima, menyimpan memajang dan menjual produk-produk lain selain produk waralaba Nasi Uduk Gondangdia yang sudah ditentukan dan sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian waralaba.

## **2. Analisis Penyelesaian Terhadap Contoh Kasus**

Pada prinsipnya perjanjian waralaba yang dikecualikan oleh ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 adalah perjanjian waralaba yang mengatur sistem waralaba dan pengalihan hak lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba dimana perjanjian waralaba tersebut tidak mengakibatkan

terjadinya praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Dalam konteks Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, waralaba yang dapat memperoleh pengecualian adalah waralaba yang pengertiannya mengacu pada Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, dan kriteria waralaba haruslah memenuhi kriteria sebagaimana yang diatur dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba.

Perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia tersebut diatas memuat kesepakatan yang berpotensi melanggar prinsip larangan praktek monopoli dan persaingan tidak sehat. Kesepakatan dimaksud yaitu:

1. Pada pasal 12 perjanjian waralaba tersebut diatas terdapat klausul penetapan harga jual yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. Dalam perjanjian waralaba tersebut penerima waralaba diharuskan menjual setiap produk waralaba sesuai dengan harga yang telah ditentukan dan ditetapkan oleh pemberi waralaba.
2. Pada pasal 6 perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia terdapat persyaratan yang mengharuskan penerima waralaba membeli pasokan bahan baku dari pemberi waralaba.
3. Pada Pasal 24 perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia terdapat klausul yang melarang dari waktu ke waktu penerima waralaba untuk memiliki atau menjalankan usaha yang sama atau sejenis.
4. Pada Pasal 17 perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia terdapat persyaratan pembeli waralaba dari waktu ke waktu harus membeli perlengkapan waralaba dari pemberi waralaba.

Bila kita pergunakan pendekatan *Per Se Illegal* untuk mengukur terjadi tindakan/perbuatan yang dapat dikategorikan sebagai tindakan/perbuatan yang dilarang/illegal, maka dari hasil evaluasi yang dilakukan terhadap Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia ditemukan adanya klausul mengenai penetapan harga jual yang ditetapkan oleh pemberi waralaba, terdapat persyaratan yang mengharuskan penerima waralaba membeli pasokan bahan baku dari pemberi waralaba, tindakan-tindakan tersebut dapat dikategorikan sebagai tindakan *Per Se Illegal* yang dalam skala besar mempunyai dampak negatif terhadap persaingan

usaha. Dalam Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia terdapat pula klausul yang melarang dari waktu ke waktu penerima waralaba untuk memiliki atau menjalankan usaha yang sama atau sejenis, terdapat persyaratan bahwa pembeli waralaba dari waktu ke waktu harus membeli perlengkapan waralaba dari pemberi waralaba. Dalam perjanjian waralaba Nasi Uduk Gondangdia tidak terdapat perjanjian mengenai pembatasan wilayah.

Dari hasil evaluasi atas klausul-klausul yang diperjanjikan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam Perjanjian Waralaba Nasi Uduk Gondangdia tersebut sarat akan ketentuan yang berpotensi terjadinya monopoli serta mengakibatkan persaingan usaha tidak sehat, oleh karenanya perjanjian tersebut tidak dapat dikenakan pengecualian berdasarkan ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat, atau dengan kata lain Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat berlaku terhadap perjanjian tersebut.

## **BAB IV PENUTUP**

### **4.1 Kesimpulan**

Berdasarkan uraian dan analisa yang telah dibahas pada bab-bab sebelumnya maka disimpulkan dalam penulisan skripsi ini sebagai berikut :

1. 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, menguntungkan, dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Untuk menjaga kekhasan usaha, imej, jaringan, serta standar pelayanan barang dan/atau jasa yang dipasarkan dalam waralaba merupakan bagian dari Hak Kekayaan Intelektual (HaKI). Konsep waralaba yang demikian dikecualikan dari penerapan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
2. Hak istimewa yang diberikan oleh Undang-Undang terhadap kegiatan usaha waralaba melalui pengecualian-pengecualian, terdapat suatu batasan yang seringkali tidak jelas sehingga seringkali berpotensi atau menjurus kepada praktek-praktek bisnis yang tidak sehat seperti monopoli.
3. Salah satu bentuk perjanjian yang dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat adalah perjanjian waralaba yang didalamnya terkandung pengalihan hak lisensi dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba, dimana klausul-klausul dalam perjanjian tersebut tidak menimbulkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Sedangkan perjanjian waralaba yang dapat menyebabkan terjadinya praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat tidak termasuk yang dikecualikan.
4. Apabila terhadap perjanjian waralaba yang dibuat oleh pemberi waralaba suatu saat mendapatkan sanksi administratif atau pidana berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 tahun 1999, dikarenakan perjanjian waralaba yang dibuat telah mengakibatkan suatu praktek monopoli atau persaingan usaha tidak sehat, maka

hal tersebut tentu akan mengakibatkan perjanjian yang telah dibuat tersebut memiliki unsur yang bertentangan dengan Undang-Undang berdasarkan 1337 KUHP, sehingga mengakibatkan perjanjian tersebut tidak memenuhi unsur klausul yang halal berdasarkan 1320 KUHP. Terhadap perjanjian yang memiliki klausul tidak halal tersebut, maka statusnya adalah batal demi hukum. Bila suatu perjanjian batal demi hukum, maka dalam kondisi seperti ini perjanjian dianggap tidak pernah ada, dan lebih lanjut para pihak tidak memiliki dasar penuntutan di depan hakim. Hal ini tentu akan mengakibatkan kerugian besar bagi penerima waralaba yang telah terlanjur mengadakan perjanjian dengan pemberi waralaba, karena penerima waralaba tentu telah mengeluarkan sejumlah investasi, biaya dan pengeluaran lainnya dalam rangka persiapan untuk memasuki bisnis waralaba tersebut.

5. Memahami isi dari Undang-Undang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat beserta peraturan pelaksana dan pedoman pelaksanaannya, perlindungan hak penerima waralaba masih sangat lemah. Sebagai contoh, didalam membuat perjanjian waralaba, pemberi waralaba seringkali adalah pihak yang telah menetapkan standar isi perjanjian waralaba yang harus disetujui oleh penerima waralaba.
6. Salah satu yang menjadi karakter utama dari sebuah bisnis waralaba adalah ciri khas yang melekat. Ciri khas inilah yang tidak semua pihak memilikinya, untuk itu ciri khas ini dianggap sebagai sebuah kekayaan intelektual yang dapat dijual baik dari karakter produknya sendiri, sisi *business process*, atau dari kemasannya harus tetap terlindungi.
7. Tidak dipungkiri perlindungan terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) menjadi isu yang sangat terkait erat dengan keberadaan waralaba itu sendiri. Khususnya di negara Indonesia yang dapat dikatakan perlindungan hukum terhadap Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) relatif masih lemah, di saat setiap pengusaha giat untuk mencari diferensiasi atas produk yang ditawarkan, keberadaan perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual (HaKI) merupakan alat yang diharapkan mampu melindungi, mempertahankan atau menjaga kekhasan

yang merupakan *intangible asset* sebagai sebuah daya saing bisnis, tetap dapat terlindungi.

8. Perjanjian waralaba yang dibuat oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dalam bentuk kemitraan menurut ketentuan yang berlaku merupakan salah satu aspek perlindungan hukum dalam menjalankan bisnis waralaba. Apabila salah satu pihak melanggar apa yang telah disepakati dan dituangkan dalam perjanjian waralaba yang dapat mengakibatkan kerugian pihak lain, maka pihak lain dapat menuntutnya sesuai hukum yang berlaku guna mendapatkan kepastian hukum dan keadilan.

#### 4.2 Saran-Saran

Saran-saran yang dapat disampaikan dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

1. Sebagaimana diamanahkan oleh Undang Undang Dasar 1945 Pasal 33 angka (4)<sup>85</sup> : Perekonomian nasional diselenggarakan berdasar atas demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, serta dengan menjaga keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional, sejalan pula dengan asas dan tujuan Undang Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, semestinya Pemerintah segera membenahi ketimpangan-ketimpangan yang masih terjadi didalam praktek bisnis waralaba.
2. Perlunya sosialisasi tentang pengertian dari pengecualian terhadap ketentuan Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Persaingan Usaha Tidak Sehat, sehingga para pelaku usaha dapat memahami tentang bentuk-bentuk larangan dan pengecualian sebagaimana dimaksud oleh Pasal 50 huruf b Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tersebut dengan jelas.
3. Pemerintah harus segera melakukan revisi atas peraturan-peraturan Pemerintah berkenaan dengan bisnis waralaba. Revisi yang paling diperlukan adalah

---

<sup>85</sup> Indonesia (e), *Undang Undang Dasar Republik Indonesia*, Pasal 33 angka (4).

memberikan batasan-batasan yang jelas akan hal-hal apa saja yang dilarang dan tidak dilarang dimuat dalam perjanjian waralaba serta hal-hal yang dikecualikan, sehingga bisnis dengan sistem waralaba tersebut dikatakan melanggar persaingan usaha yang sehat sesuai Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 atau tidak. Selain itu, tidak ada pembatasan berapa banyak outlet atau tempat usaha untuk satu jenis waralaba yang boleh dibangun, hal ini dapat membangun tumbuhnya praktek-praktek monopoli.

4. Waralaba adalah suatu konsep bisnis yang didalamnya terkandungnya Hak Atas Kekayaan Intelektual (HaKI), oleh karenanya peraturan perundang-undang di Indonesia seharusnya mewajibkan pemilik suatu waralaba mendaftarkan HaKI-nya. Ketentuan tersebut seharusnya diatur dengan tegas sehingga setiap pemilik waralaba yang HaKI-nya tidak terdaftar tidak diperbolehkan/tidak dapat menjalankan usahanya. Sehingga pendaftaran HaKI suatu waralaba adalah suatu keharusan. Aturan yang demikian dimaksudkan sebagai edukasi dan bentuk perlindungan hukum bagi pelaku bisnis waralaba dan/atau masyarakat pemilik hasil inovasi/temuan hasil karya ilmiah.

## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- Asikin, H. Zainal dan Amiruddin. *Pengantar Metode Penelitian Hukum*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2004.
- Fuady, Munir. *Hukum Anti Monopoli Menyongsong Era Persaingan Sehat*, Bandung: Citra Aditya Bakti. 1999.
- . *Pengantar Hukum Bisnis : Menata Bisnis Modern di Era Global*, Bandung: Citra Aditya Bakti. 2002.
- Hermansyah. *Pokok-Pokok Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Kencana. 2008.
- Ibrahim, Johnny. *Hukum Persaingan Usaha (Filosofi, Teori dan Implikasi Penerapannya di Indonesia)*. Malang: Bayumedia. 2009.
- IFBM (International Franchise Business Management). *Panduan Franchise terlengkap & Pertama di Indonesia*. Jakarta: International Franchise Business Management (IFBM). 2007.
- Margono, Suyud. *Hukum Anti Monopoli*. Jakarta: Sinar Grafika. 2009.
- Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja. *Perikatan yang Lahir dari Perjanjian*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2004.
- Nadapdap, Binoto. *Hukum Acara Persaingan Usaha*. Jakarta: Jala Permata Aksara. 2009.
- Ningrum, Natasya Sirait. *Hukum Persaingan di Indonesia UU No.5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat*. Medan: Pustaka Bangsa Press. 2004.
- Rokan, Mustafa Kamal. *Hukum Persaingan Usaha (Teori dan Praktiknya di Indonesia)*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada. 2010.
- Saidin. *Aspek Hukum Hak Kekayaan Intelektual?*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2004.
- Siswanto, Arie. *Hukum Persaingan Usaha*. Jakarta: Ghalia Indonesia. 2002.
- Soekanto, Soerjono. *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: Penerbit UI. 1986.
- Soekanto, Soerjono & Sri Mamudji. *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Rajawali. 1990.

- . *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: RajaGrafindo Persada. 2003.
- Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Internusa. 2004.
- Sumarsono, Sonny. *Manajemen Bisnis Waralab*. Yogyakarta: Graha Ilmu. 2009.
- Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*. Jakarta, Bogor: Ghalia Indonesia. 2008.
- Widjaja, Gunawan. *Seri Hukum Bisnis: LISENSI*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. II. September 2003.
- Widjaya, I.G. Rai. *Hukum Perusahaan Perseroan Terbatas*. Jakarta:Penerbit Kesaint Blanc. 2000.
- Winarto, V. *Identifikasi Jenis Usaha Potensial Untuk Difranchisekan, Seminar Peluang Bisnis Waralaba (Franchise) dan Pengembangannya di Indonesi*. Jakarta: Institut Pendidikan dan Pengembangan Manajemen. 1993.
- . *Merger Dalam Persektif Monopoli*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. I, 2002
- . *Waralaba*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, Cet. II. Oktober 2003.

## **PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

Indonesia, *UUD 1945* (Sebelum dan setelah Amandemen).

- . Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.
- . Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2008 Tentang Perseroan Terbatas.
- . Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.
- , *Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba*.

Depertemen Perdagangan, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

- . Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Edisi Revisi. Cet. 37, Jakarta: Pradnya Paramita, 2006.

## JURNAL

Hartono, Sri Redjeki. *"Menyongsong Sistem Hukum Ekonomi Berwawasan Asas Keseimbangan"*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 5.

Purba, A Zen Umar. *"Pokok-pokok Kebijakan Pembangunan Sistem HaKI Nasional"*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 13. (April 2001).

Silalahi, M. Udin *"Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan"*, Jurnal Hukum Bisnis Volume. 6. (1999).

Sirait, Ningrum Natasya *"Mencermati UU No.5 Tahun 1999 dalam Memberikan Kepastian Hukum Bagi Pelaku Usaha"*, Jurnal Hukum Bisnis Volume 22. (Januari - Februari 2003).

## ARTIKEL

Ahmad Adi Nugroho, *"Waralaba dan Persaingan Usaha yang Sehat"*, KOMPETISI Edisi 16. (2009).

Anonim. *"Ketua Umum AFI: Pengusaha Khawatirkan Keluarnya Aturan Waralaba Dikecualikan dalam Penerapan UU No.5 Tahun 1999"*. Business News. Jakarta 3. (Oktober 2009).

Mansyur. *"Perjanjian Waralaba Dikecualikan dalam Persaingan Usaha"*. <http://www.surabayapagi.com/index.php>. 16 Juni 2010

Sulistiono Kertawacana. *"Waralaba dan persaingan Usaha"*. Bisnis Indonesia Edisi 13. Jakarta. (September 2005)

## PUBLIKASI ELEKTRONIK

Epung Saepudin, *"Khawatir Monopoli, KPPU Awasi Bisnis Waralaba"*, <http://www.female.kompas.com/>. 4 Mei 2009

Iman Syahputra, *"Franchise: Perikatan HaKI yang Diperluas"*, <http://www.sains.org/haki/>. Suara Pembaruan. 26 Oktober 2003

Linda T. Silitonga, *"Revisi Pengecualian Waralaba di UU Antimonopoli"*, <http://www.disperindag-jabar.go.id/>. 21 Agustus 2008

\_\_\_\_\_, *"Keputusan KPPU Dorong Waralaba jadi Lisensi"*, <http://www.hukumham.info/>. 19 Mei 2009

\_\_\_\_\_, *"AFI: Banyak Waralaba yang Rapuh"*, <http://web.bisnis.com/>. 19 Mei 2010

Mayang Sari, “*Waralaba Ditinjau dari Aspek Hukum Persaingan Usaha*”, <http://www.library.usu.ac.id/>. 21 April 2008

Sekretariat AFI, <http://www.franchiseindonesia.org/home/>, Diakses tanggal 12 Januari 2010.

Sudikno. “*Kepentingan Umum*”. <http://sudiknoartikel.blogspot.com/2008/03/kepentingan-umum.html> ( 24 Desember 2010).

Tri Raharjo, “*Franchise di Indonesia dan Pengertiannya*”, <http://www.salamfranchise.com/franchise-di-Indonesia-dan-Pengertiannya/>.

Wikipedia, “*Sejarah Waralaba*”, <http://www.wikipedia.com/>

Wikipedia, “*Waralaba*”, <http://www.wikipedia.com/>

Yoz, “*Pedoman KPPU Soal Waralaba Dikritik Pengusaha Franchise*”, <http://www.hukumonline.com/>. 20 Mei 2009

