



UNIVERSITAS INDONESIA

**TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN FRANCHISE
(STUDI KASUS: PT IMPERIUM HAPPY PUPPY DENGAN IBU ANITA
GIZELLE)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

**CHRISNA SARI
0706277131**

**FAKULTAS HUKUM
PROGRAM REGULER
HUKUM TENTANG HUBUNGAN
ANTAR SESAMA ANGGOTA MASYARAKAT
DEPOK
JANUARI 2011**

i

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri,
Dan sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
Telah saya nyatakan dengan benar .**

Nama : Chrisna Sari

NPM : 0706277131

Tanda tangan :

Tanggal :

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Chrisna Sari
NPM : 0706277131
Program Studi : Reguler
Judul Skripsi : Tinjauan Yuridis Perjanjian Franchise (Studi kasus:
PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita
Gizelle)

Telah berhasil dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada program Studi Reguler, Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Suharnoko S.H., MLI (.....)
Pembimbing : Akhmad Budi Cahyono., S.H., M.H (.....)
Penguji : Surini Ahlan Sjarief., S.H.,M.H (.....)
Penguji : Endah Hartati.,S.H.,M.H (.....)
Penguji : Abdul Salam.,S.H.,M.H (.....)

Ditetapkan di : Depok

Tanggal :

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Bapa Yesus Kristus, karena atas kasih dan penyertaan-Nya yang sempurna, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul Tinjauan Yuridis Perjanjian Franchsie (Studi Kasus: PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita Gizelle). Penulisan ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

- 1) Papah Simanjuntak dan Mamah Rita Butar-butar kedua orang tua yang sangat baik yang telah memberikan support baik moril maupun materiil sehingga skripsi ini boleh selesai dengan sempurna.
- 2) Kedua saudara penulis, Ka Uci dan Ade Olin.
- 3) Abang Ipar penulis, Abang Mario Lamury yang sudah memberikan dukungan kepada penulis.
- 4) Sandro Immanuel Simarmata, pendamping setia penulis di dalam membantu penulis di dalam menyelesaikan skripsi ini. I love u.
- 5) Ibu Anita Gizelle selaku franchisee dari bisnis franchise Happy Puppy, yang telah memberikan izin untuk diwawancara dan memberikan kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian
- 6) Bapak Prof. Suharnoko S.H., MLI., selaku pembimbing I skripsi penulis yang telah baik hati di dalam memberikan pengarahan dan masukan terhadap penulis untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 7) Bapak Akhmad Budy Cahyono S.H., M.H., selaku pembimbing II skripsi penulis yang telah meluangkan waktunya ditengah-tengah kesibukannya untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis.

- 8) Bapak Prof. Safri Nugraha, S.H., LL.M., Ph.D., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- 9) Ibu Daly Erni., selaku Pembimbing Akademik dari penulis yang memiliki hati emas sehingga selalu membantu penulis dengan memberikan support penuh untuk menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- 10) Ibu Surini Ahlan Syarief., S.H., M.H., selaku Ketua Bidang Studi Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Indonesia, yang telah membantu kelancaran persyaratan formal dalam menyelesaikan skripsi
- 11) Dosen penguji, terima kasih banyak karena sudah berkenan menguji skripsi ini.
- 12) Seluruh Dosen Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang sudah membagi ilmunya yang terbaik kepada penulis selama perkuliahan di Fakultas Hukum Universitas Indonesia.
- 13) Seluruh Staf Biro Pendidikan dan Sekretariat Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang sudah membantu proses perkuliahan.
- 14) Seluruh staf Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah membantu penulis dalam meminjam buku sehingga penulis memiliki ide-ide cemerlang untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 15) Untuk Teman-teman senasib dan seperjuangan, Raras, Tiur, Sangeh, Diandra, Leti, Ucha, Cecil. Bersama kita bisa. I love u Girls.

Depok, 3 Januari 2011

Chrisna Sari

Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

=====

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

Nama : Chrisna Sari

NPM : 0706277131

Program Studi : Reguler

Fakultas : Hukum

Jenis karya : Skripsi

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

**TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN FRANCHISE (STUDI KASUS : PT.
IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan IBU ANITA GIZELLE)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan tugas akhir saya tanpa meminta izin dari 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 :

Yang menyatakan,

(Chrisna Sari)

ABSTRAK

Nama : Chrisna Sari

Program Studi : Reguler

Judul : Tinjauan Yuridis Perjanjian Franchise Antara
PT.IMPERIUN HAPPY PUPPY dengan Ibu
Anita Gizelle

Perjanjian franchise merupakan perjanjian dimana dalam hal ini franchisor memberikan haknya kepada franchisee untuk menggunakan hak kekayaan intelektual dari suatu usaha dengan adanya imbalan yang diberikan oleh franchisee. Dalam hal ini franchisor dan franchisee memiliki hak dan kewajiban yang telah disepakati di dalam perjanjian franchise. Di dalam prakteknya kedudukan perjanjian franchise tidak dapat disamakan dengan perjanjian pemberian kuasa dan perjanjian perburuhan. Meskipun diantara ketiganya didasari pada suatu perjanjian, akan tetap akibat hukum yang ditimbulkan dari ketiga perjanjian tersebut adalah berbeda.

Kata kunci : Perjanjian Franchise, hak kekayaan intelektual, perjanjian perburuhan.

ABSTRACT

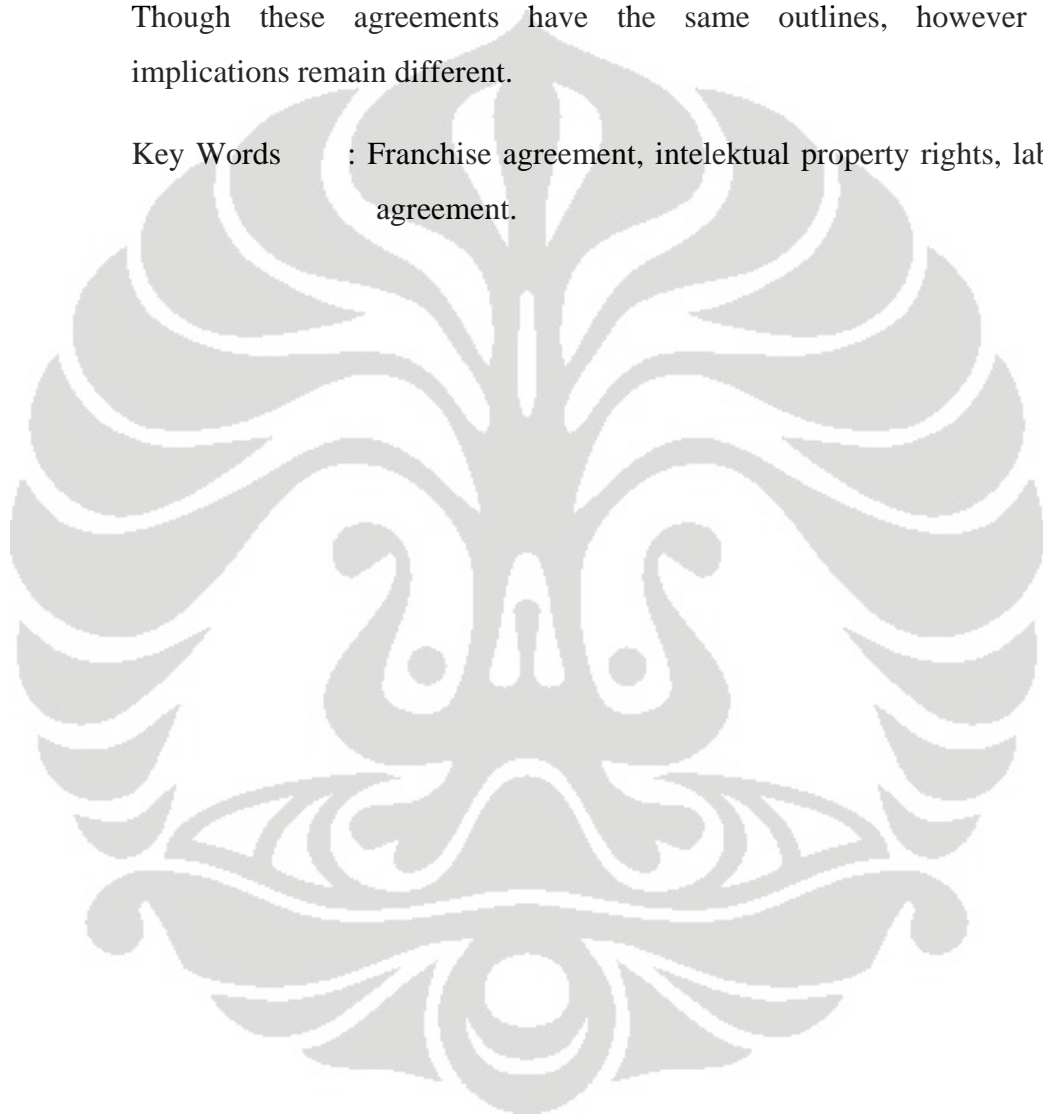
Name : Chrisna Sari

Study Program : Reguler

Title : Legal annalitycal on franchise agreement between
Imperium Happy Puppy Ltd and Mrs. Anita
Gizelle

Franchise agreement is a binding agreement where the franchisor gives its rights to use the intellectual property rights of its entity to the franchisee, and the other hand the franchisee is obligated to pay some amount of fees due to the use of the intellectual property rights. Each party shall have its rights and obligations as written on the franchise agreement. Franchise agreement is not like power of attorney or any other labour agreement. Though these agreements have the same outlines, however the implications remain different.

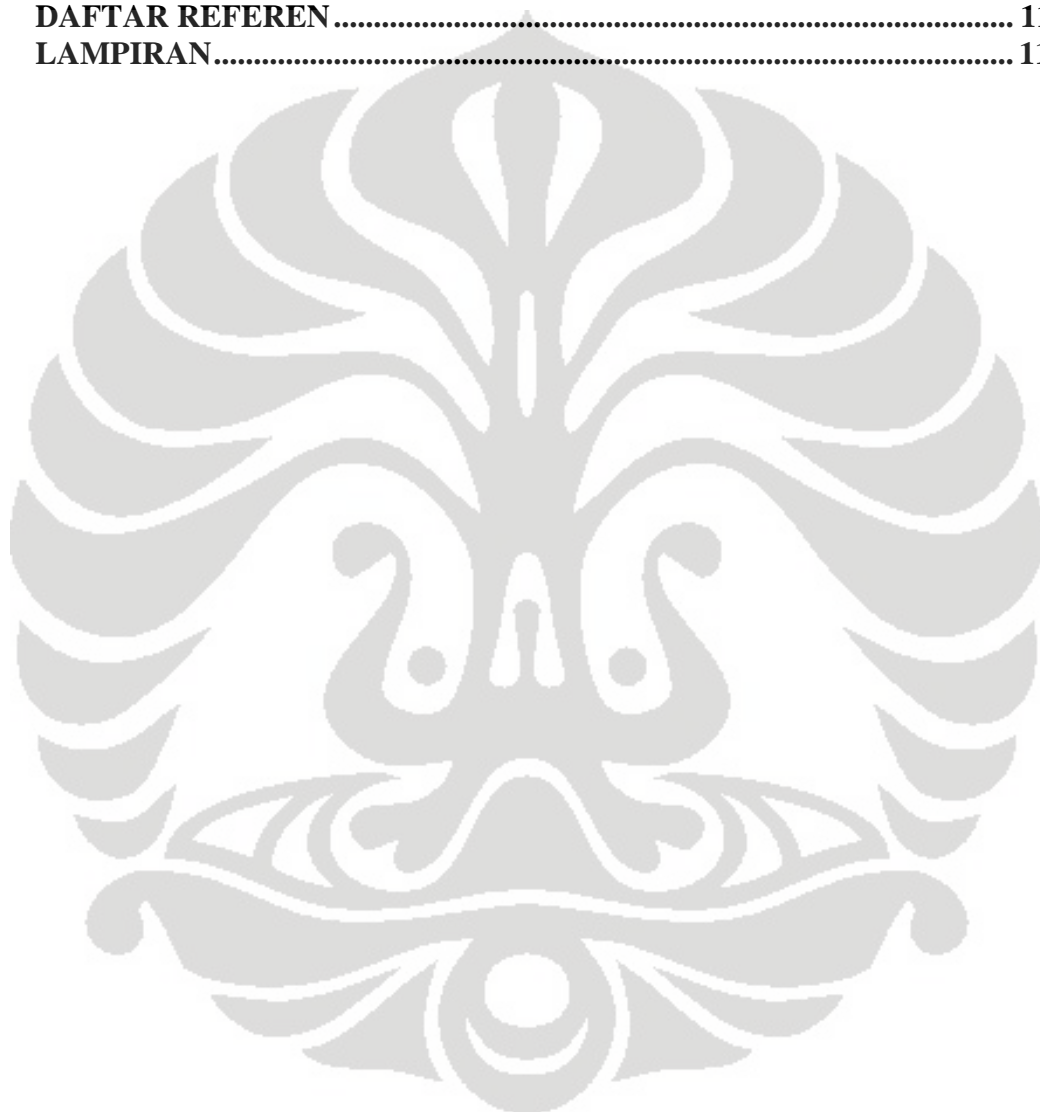
Key Words : Franchise agreement, intelektual property rights, labour agreement.



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Pokok Permasalahan	11
C. Tujuan Penelitian	12
D. Kerangka Konseptual	12
E. Metode Penelitian	14
F. Sistematika Penulisan	15
BAB II TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PADA UMUMNYA DAN PERJANJIAN FRANCHISE	
A. Perjanjian pada umumnya	
1. Pengertian perjanjian.....	16
2. Asas-asas hukum perjanjian.....	17
3. Unsur-unsur dalam perjanjian.....	20
4. Syarat sahnya perjanjian	21
5. Saat dan tempat lahirnya perjanjian	23
6. Hapusnya perjanjian.....	24
B. Perjanjian franchise	
1. Ruang lingkup pengaturan perjanjian franchise.....	28
2. Bentuk perjanjian franchise.....	33
3. Perjanjian franchise dan pemberian kuasa	36
4. Perjanjian-perjanjian yang terkait dengan	37
5. Pilihan forum penyelesaian perjanjian	38
BAB III FRANCHISE DAN RUANG LINGKUPNYA	
A. Pengertian franchise	42
B. Sejarah franchise	49
C. Hubungan franchise dengan hak kekayaan	52
D. Pengaturan franchise di dalam PP No. 16 Tahun 1997 dan PP No. 42 Tahun 2007	61
E. Jenis-jenis franchise.....	74
BAB IV ANALISIS PERJANJIAN FRANCHISE ANTARA PT.IMPERIUM HAPPY PUPPY DENGAN IBU ANITA GIZELLE	
A. Tinjauan hukum formil perjanjian franchise antara PT.IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita	

	Gizelle	77
B.	Perlindungan hukum bagi para pihak dalam hal salah satu pihak melakukan wanprestasi.....	95
C.	Perbedaan perjanjian franchise dengan perjanjian pemberian kuasa dan perjanjian perburuhan.....	99
BAB	V PENUTUP	
A.	Kesimpulan	109
B.	Saran.....	110
	DAFTAR REFEREN	112
	LAMPIRAN	115



BAB 1

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan bisnis karaoke keluarga mengalami perkembangan yang sangat pesat akhir-akhir ini. Bahkan, meskipun karaoke *player* rumahan banyak dijual, bisnis karaoke tampaknya tidak terpengaruh. Hal ini dapat kita lihat dengan makin maraknya bisnis karaoke yang terus tumbuh bagai jamur di musim hujan. Di berbagai wilayah di Indonesia khususnya perkotaan, bisnis karaoke keluarga makin marak dan mewabah. Hal tersebut dikarenakan bisnis ini bertujuan untuk menarik keluarga yang ingin menikmati *refreshing* keluar rumah sambil menikmati hidangan berupa makanan dan minuman. Perkembangan bisnis karaoke keluarga makin hari makin meningkat, terbukti di beberapa kota besar tempat usaha bisnis karaoke tersebut makin banyak bermunculan, baik yang berkelas biasa maupun yang sekelas hotel bintang lima. Semuanya mempunyai tujuan yang sama, yaitu untuk memberikan hiburan bagi anggota keluarga atau sejenak melepas penat dari rutinitas keseharian.

Karaoke adalah hiburan bernyanyi dengan mempergunakan peralatan video/audio sebagai latar belakang musik. Hiburan ini berasal dari Jepang. Kata "karaoke" menurut bahasa aslinya adalah sebuah singkatan dari "kara" dan "oke". "Kara" berarti kosong sedangkan "oke" berarti orkestra. "Karaoke" berarti sebuah musik orkestra yang kosong atau tidak dilengkapi dengan suara vokal. Sedangkan karaoke keluarga sendiri berarti hiburan karaoke minus pernik-pernik hiburan malam yang selama ini dikenal di Indonesia. Konsep ini bermaksud mengembalikan pengertian hiburan karaoke ke pengertian aslinya, yaitu hiburan bernyanyi. Oleh karena mahalnya peralatan karaoke pada masa awal perkenalannya, hiburan karaoke hanya dapat dimiliki oleh klub-klub malam yang mewah. Oleh karena itu, sejak awal perkenalannya, masyarakat Indonesia mempunyai pengertian bahwa karaoke identik dengan klub malam atau hiburan malam

Karaoke keluarga bukan hiburan malam melainkan hiburan keluarga. Dari mulai denah ruangan yang didesain dengan jendela kaca tembus pandang, desain interior yang terang benderang, tidak disediakan pendamping wanita dan tata cara pelayanan yang sopan tapi tegas, serta *market segment* yang dibidik adalah konsumen yang benar-benar datang ke tempat karaoke dengan tujuan semata-mata menyalurkan hobi bernyanyinya, maka sebuah karaoke keluarga tidak pernah mengalami masalah-masalah keamanan seperti hiburan malam. Di Jepang dan Korea, konsep ini dikenal dengan nama Karaoke Box. Konsumen harus membayar terlebih dahulu sewa ruangan karaoke. Membeli minuman (bahkan makanan) melalui *automatic vending machine*. Melalui berbagai kiat *self-service* dan ditiadaknya pernik-pernik hiburan malam yang dapat menghemat biaya keamanan, Karaoke Box mendapat sambutan yang luar biasa karena bersih dan murah¹.

Banyak tempat karaoke keluarga yang membuka usahanya tersebut pada malam hari. Namun, hal tersebut bukan menjadi aturan pakem, karena tidak sedikit pengusaha karaoke yang membuka usahanya tersebut pada siang hari. Terlebih lagi, target konsumen pada usaha ini adalah keluarga, baik itu orang tua, muda, bahkan anak-anak. Lebih lanjut lagi, kebanyakan usaha karaoke keluarga tersebut juga dibarengi dengan membuka usaha lain yang masih berkaitan seperti kafe, restoran, dan sebagainya.²

Berdasarkan data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan DKI Jakarta, untuk wilayah Jakarta terdapat 218 tempat hiburan karaoke.³ Diantara banyaknya tempat hiburan karaoke seperti : NAV, Eternity, Inulvizta, Loly Pop dan sebagainya, terdapat satu bisnis karaoke keluarga yang merupakan “ pemain lama “ yang telah memiliki pangsa pasar tersendiri yaitu karaoke keluarga Happy Puppy. Karaoke Happy Puppy merupakan salah satu pemain terdepan dalam bisnis jasa hiburan

¹ “ Profile perusahaan Happy Puppy Karaoke Keluarga”, www.happy-puppy.co.id/profil/index.php, diunduh 12 Agustus 2010.

² “ Membuka usaha karaoke keluarga” , bisnisukm.com/membuka-usaha-karaoke-keluarga.html, diunduh 12 Agustus 2010.

³ “ Selama Ramadhan 541 tempat usaha tutup”, www.tribunnews.com/.../selama-ramadhan-541-tempat-hiburan-di-jakarta-tutup, diunduh 12 Agustus 2010

bernyanyi ini. Berawal dari kejelian seorang pengusaha asal Surabaya yang peka melihat kebutuhan masyarakat akan hiburan alternatif yang bisa dinikmati oleh keluarga.

“ *Masyarakat Indonesia adalah masyarakat religius yang gemar bernyanyi, berhak untuk mendapatkan sarana hiburan bernyanyi yang bebas dari simbol-simbol hiburan malam*”. Pemikiran inilah yang kemudian ditangkap dengan cermat oleh wirausahawan Santoso Setyadji yang merupakan pemilik waralaba karaoke keluarga Happy Puppy. Pada saat ini Happy Puppy telah memiliki lebih dari 20 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia. Konsep karaoke keluarga ini untuk pertama kalinya diperkenalkan di Indonesia oleh Santoso dengan didirikannya Happy Puppy *Self-Service Family Karaoke Box* pada tanggal 14 November 1992 di Surabaya.

Oleh karena konotasi "karaoke" di Indonesia sudah demikian identiknya dengan hiburan malam, Santoso menambahkan kata "family" di depan kata Karaoke Box sebagai upaya penekanan bahwa hiburan yang disediakan adalah hiburan yang baik untuk keluarga atau hiburan untuk orang yang baik – baik. Demikian juga, karena mengadopsi cara-cara di Jepang dan Korea, pada awalnya, pelayanan Happy Puppy adalah *self-service*. Konsumen membayar sewa ruangan karaoke terlebih dahulu. Konsumen juga dapat membeli makanan dan minuman dengan datang sendiri ke meja penjualan. Demikian juga memainkan lagu sendiri dengan mempergunakan *automatic disc changer machine*. Konsep di Happy Puppy selalu diperbaiki seiring perkembangan jaman. Masyarakat Indonesia tidak terbiasa dengan konsep swalayan dan lebih memilih dilayani. Demikian juga komputerisasi masuk ke segala aspek operasi termasuk pemilihan dan memainkan lagu.

Karaoke Keluarga mendapat sambutan yang baik dari masyarakat Indonesia. Dari Surabaya, Santoso mengembangkan jaringan karaoke keluarga ke Jakarta, Semarang, Samarinda, Balikpapan, Makassar, Yogyakarta, Cibubur, Pontianak, Manado, Serpong dan sebentar lagi akan memasuki daerah Banjarmasin.

Pada bulan Januari 2004, Santoso Setyadji dan Happy Puppy Karaoke Keluarga dianugerahi Sertifikat Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai

Pelopor Karaoke Keluarga pertama di Indonesia. Untuk mengembangkan konsep Karaoke Keluarga ke masyarakat Indonesia secara lebih luas, Santoso Setyadi mendirikan perseroan P.T. Imperium Happy Puppy pada tahun 2000 sebagai wadah untuk menjalin kerjasama dengan para investor yang tertarik pada usaha Karaoke Keluarga melalui skema kerja waralaba atau *franchise*.

Dalam terjemahan bebas, waralaba adalah kontrak atau persetujuan lisan atau tulisan yang dinyatakan secara tegas di mana seseorang memberikan hak kepada orang lain untuk menggunakan nama dagang, merek jasa, merek dagang, logo, atau karakteristik yang berhubungan, dimana terdapat kepentingan bersama dalam bisnis yang menawarkan, menjual, mendistribusikan barang – barang atau jasa kepada pedagang besar atau pengecer, menyewakan barang – barang atau jasa lainnya, dimana *franchisee* harus melakukan pembayaran pembiayaan waralaba (*franchise fee*) langsung atau tidak langsung.

Hak tersebut mewajibkan dan memperbolehkan individual *franchisee*, untuk menggunakan nama dagang *franchisor* dan/atau merek dagang dan/atau tanda jasa, *know-how* (cara-cara untuk melakukan bisnis dan metode teknisnya), bisnis, metode teknis, sistem prosedural dan/atau hak milik intelektual dan industrial, yang didukung oleh bantuan teknis dan komersial secara terus menerus, di dalam kerangka kerja dan yang sesuai dengan persetujuan *franchise* tertulis, yang dibuat oleh para pihak untuk tujuan ini.⁴

Perjanjian *franchise* yang dilakukan oleh PT. Imperium Happy Puppy dengan beberapa *franchisor*nya merupakan salah satu kajian skema waralaba yang menarik untuk diangkat menjadi bahasan dalam skripsi ini. Sdr. Santoso Setyadi, melalui PT. Imperium Happy Puppy mengadakan perjanjian *franchise* dengan *franchisor*nya, salah satunya adalah Ibu Anita Gizelle, dimana perjanjian *franchise* tersebut memberikan lisensi kepada Ibu Anita Gizelle untuk membuka gerai karaoke keluarga dengan merek Happy Puppy di bilangan Cibubur, Jakarta Timur. Perjanjian *franchise* tersebut kemudian memberikan hak-hak kepada Ibu Anita Gizelle terkait dengan usaha karaoke dibawah bendera Happy Puppy, diantaranya dengan larangan bagi *franchisor* untuk memberikan izin *franchise*

⁴ “Hukum Waralaba”, hbt.files.wordpress.com/2008/11/hukum-bisnis-6.ppt, diunduh 14 Agustus 2010

bagi orang lain untuk membuka karaoke dengan nama Happy Puppy di wilayah Cibubur dan sekitarnya. Hal-hal lain yang menarik untuk dikaji dari segi hukum waralaba akan dibahas dalam bab selanjutnya.

Dalam *Washington Franchise Investment Protection Act*, section 19.100.010 (4) dinyatakan sebagai berikut : *franchise means oral or written contract or agreement either express or implied, in which person grants to another person, a license to use a trade name, service mark, trademark, logo type or related characteristic in which there is community interest in the business of offering, selling, distributing goods or services at wholesale or retail, leasing or otherwise and in which the franchisee is required to pay, directly or indirectly, a franchise fee.*⁵

Adapun sistem *franchise* atau waralaba, merupakan salah satu format bisnis yang digemari karena resiko kegagalan yang lebih kecil ketimbang mendirikan sebuah bisnis baru. Terutama bagi pebisnis pemula. Hal ini dikarenakan bahwa sistem *franchise* memiliki karakteristik tersendiri dimana sudah memberikan keuntungan di dalam perjalanannya.⁶ Dengan ditetapkannya ketentuan tersebut maka kemungkinan untuk merugi sangatlah kecil. Dari ketentuan kriteria tersebut dapat dilihat bahwa sistem *franchise* tidaklah dapat berkembang jika dalam pelaksanaannya tidak dapat memberikan keuntungan kepada pengusaha yang menjalankannya.

Melalui sistem bisnis waralaba ini, kegiatan usaha para pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan, manajemen pelayanan, merek dagang atau jasa pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan lisensi waralaba. Di samping itu pengembangan sumber daya manusia berkualitas menjadi penting melalui pelatihan keterampilan menjalankan usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pihak pemberi lisensi waralaba. Para pengusaha kecil tidak perlu bersusah payah menciptakan sendiri sistem bisnis, sudah cukup dengan menyediakan modal

⁵ D. Davidson, dkk. *Business Law, Principles and cases* (Boston, Massachusetts : Kent Publishing Co., 1984), hal. 618.

⁶ Lihat juga : Peraturan Pemerintah Tentang No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, ps.3 butir b.

kemitraan usaha, membayar royalti, dengan memanfaatkan sistem bisnis waralaba asing melalui lisensi bisnis.

Karakteristik dari waralaba ialah pihak – pihak yang terkait dalam waralaba sifatnya berdiri sendiri. *Franchisee* berada dalam posisi *independent* terhadap *franchisor*. Maksudnya ialah *franchisee* berhak atas laba dari usaha yang dijalankannya serta bertanggungjawab atas beban – beban usaha waralabanya sendiri , misalnya pajak dan gaji pegawai. Di luar itu, *franchisee* terikat pada aturan dan perjanjian dengan *franchisor* sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama. Di sisi lain, karena produsen yang bertindak sebagai *franchisor* tidak berhubungan langsung dengan konsumen dan pembeli maka tidak ada *contractual liability* antara produsen dan konsumen. Sebab berdasarkan pasal 1315 dan pasal 1340 Kitab Undang - Undang Hukum Perdata, suatu perjanjian hanya mengikat bagi para pihak yang membuatnya. Dalam praktek biasanya diperjanjikan bahwa *franchisee* tidak bertindak untuk dan atas nama *franchisor*.⁷

Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. *Franchisor* dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA. Selain itu, waralaba juga merupakan bisnis jangka panjang. Keuntungan yang diperoleh digunakan kembali untuk investasi agar merek semakin kuat, untuk riset dan perbaikan manajemen. Bisnis *franchise* mangandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara proses serta sistem yang ditentukan oleh *franchisor*.⁸

Hubungan hukum antar *franchisee* dan *franchisor* ditandai ketidakseimbangan kekuatan tawar menawar (*unequal bargaining power*). Perjanjian *franchise* merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh *franchisor*. *Franchisor* menetapkan syarat – syarat dan standar yang harus diikuti oleh *franchisee* yang memungkinkan *franchisor* dapat membatalkan perjanjian apabila ia menilai *franchisee* tidak dapat melakukan kewajibannya. Dalam perjanjian dicantumkan kondisi – kondisi bagi pemutusan perjanjian seperti kegagalan

⁷ Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, cet.6, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009), hal. 38

⁸ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, cet.1, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2008), hal. 51

memenuhi jumlah penjualan, kegagalan memenuhi standar pengoperasian dan sebagainya. *Franchisor* mempunyai *discretionary power* untuk menilai semua aspek usaha *franchisee*, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi *franchisee* dalam menghadapi pemutusan perjanjian dan penolakan *franchisor* untuk memperbaharui perjanjian.⁹

Franchise yang berarti bebas dari perhambaan atau perbudakan, bila dihubungkan dengan konteks usaha, *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh seseorang untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu. Sedangkan pewaralabaan (*franchising*) adalah suatu aktivitas dengan sistem waralaba (*franchise*), yaitu suatu sistem keterkaitan usaha yang saling menguntungkan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).¹⁰ Seiring dengan banyaknya usaha *franchise* menjadikan *franchise* sebagai suatu metode untuk menumbuhkembangkan bisnis dengan cepat. Jaringan pasar dan distribusi menjadi sangat vital agar bisa menyebarkan produk secepat mungkin kepada pasar yang tepat. Selain banyaknya outlet yang mampu memangkas harga produk pembelian (HHP) secara signifikan, standarisasi cara kerja yang tertuang dalam SOP (*Standard Operation Procedures*) dapat menghemat biaya operasional di segala lini. Bagi *franchisor*, sistem waralaba membuatnya mungkin mengembangkan jaringan bisnis secara nasional bahkan global dalam waktu relatif singkat. Hal ini disebabkan karena kebutuhan akan kapital akan disuplai oleh *franchisee*. Sebaliknya bagi *franchisee*, membeli hak waralaba adalah jalan pintas untuk dapat memiliki bisnis yang sudah mapan dengan sistem yang tertata dengan baik, segmen pasar yang jelas, dan manajemen merek yang terancang begitu baik. Dengan membeli hak waralaba, seorang *franchisee* dapat mengeliminasi kebangkrutan bisnis pada tahun – tahun awal.¹¹

Franchise atau waralaba sendiri dapat dibagi menjadi 2 macam, yaitu waralaba luar negeri dan waralaba dalam negeri. *Franchise* luar negeri, cenderung lebih disukai karena sistemnya lebih jelas, merek sudah diterima diberbagai dunia,

⁹ Suharnoko, *op.cit.*, hal. 85.

¹⁰ Lukman Hakim, *Info Lengkap Waralaba*, cet 1, (Yogyakarta : Medpress, 2008), hal.14

¹¹ Sutedy, *op.cit.*, hal 24 – 26.

dan dirasakan lebih bergengsi. Sedangkan *franchise* dalam negeri, juga menjadi salah satu pilihan investasi untuk orang – orang yang ingin cepat menjadi pengusaha tetapi tidak memiliki pengetahuan yang.

Di Indonesia sendiri waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi atau menjadi agen tunggal pemilik merek.¹² Waralaba di Indonesia semakin berkembang ketika masuknya waralaba asing pada tahun 1980an. KFC, McDonald's, Burger King dan Wendys adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal – awal berkembangnya waralaba di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bertumbuh pada masa itu, salah satunya ialah Es Teler 77. Pesatnya pertumbuhan perkembangan sistem waralaba disebabkan oleh faktor popularitas *franchisor*. Hal ini tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi.¹³

Bisnis *franchise* belakangan mewabah di dunia usaha tanah air, terutama kalangan muda yang bermodal kuat. Menurut ketua Asosiasi *Franchise* Indonesia, usaha waralaba di Indonesia memiliki tingkat keberhasilan yang cukup tinggi. Sekitar 65% pembeli lisensi waralaba berhasil mengembangkan usahanya dan tidak hanya sekedar balik modal. Sejauh ini, terdapat 270 usaha waralaba asing dan sekitar 20 usaha waralaba lokal di Indonesia. Waralaba asing lebih banyak karena pengusaha luar negeri memiliki pengalaman lebih lama dalam usaha waralaba dengan berbagai keunikan usahanya.¹⁴

Menurut data Asosiasi *Franchise* Indonesia, antara tahun 2001 – 2006 terjadi pertumbuhan omzet dua kali lipat dalam bisnis *franchise* di Indonesia. Jika pada tahun 2001 omzet yang tercatat hanya US\$ 3 miliar, maka pada tahun 2006 angka itu sudah melampaui US\$ 6 miliar. Tentu saja perkembangan itu sangat menggembirakan, walaupun jika dibandingkan dengan negara – negara maju yang

¹² “S.T Muharam”, 9 pertanyaan wajib sebelum membeli hak waralaba”, (<http://agronema.blog.com/planet/waralaba>) diunduh 15 Agustus 2010

¹³ Sutedy, op.cit., hal 19.

¹⁴ Sony Sumarno, *Manajemen bisnis waralaba*, cet.1 (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009), hal 9.

jumlah penduduknya jauh lebih kecil, angka ini masih kalah jauh. Pada tahun 2003 saja, omzet bisnis waralaba di Taiwan mencapai US\$ 13 miliar, sedangkan di Belanda mencapai US\$ 16 miliar.

Hubungan yang timbul diantara para pihak dalam *franchising* adalah hubungan timbal balik. Dalam hal ini baik *franchisor* maupun *franchisee* memiliki hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan guna menghasilkan suatu proses kerjasama yang baik. Kerjasama bisnis dengan model waralaba merupakan kerja sama yang dilandaskan pada asas kepercayaan dan transparansi. *Franchisor* harus percaya akan kemampuan *franchisee* dalam mengelola gerainya. Sebaliknya *franchisee* juga harus percaya bahwa bisnis yang dikembangkan *franchisor* betul-betul bisnis yang prospektif dan menguntungkan. Dalam mekanisme operasionalnya, kedua belah pihak juga harus percaya bahwa masing – masing memiliki itikad baik untuk bekerjasama dan berbagi keuntungan maupun resiko.

Dari segi bisnis, waralaba berhubungan dengan jaringan pembuatan dan/atau pengedaran (distribusi) barang atau jasa dengan suatu standar serta sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar serta sistem eksploitasi meliputi kesamaan dalam penggunaan nama perniagaan dan merek, sistem pembuatan serta tata cara pengemasan, penyajian dan pengedaran. Selain itu, dalam sistem waralaba tersembunyi suatu hal yang abstrak yang memiliki nilai ekonomis tinggi, yaitu citra (*image*) atau nama baik (*good will*) tertentu. Citra atau nama baik diperlukan dalam dunia bisnis, di mana unsur persaingan serta upaya merebut pangsa pasar memegang peran yang amat besar.

Dengan menggunakan nama perniagaan, merek serta sistem eksploitasi yang sama, maka usaha yang dimiliki *franchisee* mendapatkan citra serta nama baik *franchisor* yang telah tertanam secara kokoh di masyarakat. Oleh karena itu, *franchisee* tidak perlu membangun sendiri citra serta nama baik yang sangat dibutuhkan dalam upaya perebutan pangsa pasar. Demikian juga jika seseorang konsumen membeli barang dan atau jasa dari suatu *franchisee*, maka sebenarnya ia membeli suatu citra tertentu. Selain itu, konsumen tersebut juga mengharapkan dapat memperoleh standar mutu yang telah ia kenal sebelumnya.

Sebaliknya, *franchisor* mendapatkan imbalan atas penggunaan nama perniagaan, merek, serta sistem eksploitasi dengan menerima pembayaran

sejumlah uang tertentu (royalti) dari *franchisee*, baik pada saat ditandatanganinya perjanjian waralaba, maupun pada saat perjanjian itu berlangsung. Bagi *franchisor*, waralaba juga berperan untuk memperluas kegiatan usaha tanpa investasi sendiri. Dengan beranjak pada rumusan, pengertian, dan konsep waralaba yang telah dijelaskan dapat diketahui bahwa pemberi waralaba senantiasa terkait dengan pemberian hak atas kekayaan intelektual tertentu.¹⁵

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam Kitab Undang – Undang Hukum Perdata ditemui satu pasal yang mengatur mengenai kebebasan berkontrak. Perjanjian *franchising* di dalamnya mengandung asas kebebasan berkontrak. Di dalam pasal 1338 Kitab Undang – undang Hukum Perdata dinyatakan bahwa “ *semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi mereka yang membuatnya* “. ¹⁶ Perjanjian dibuat secara sah artinya bahwa perjanjian itu telah memenuhi syarat – syarat yang ditentukan oleh undang – undang. Artinya, perjanjian itu tidak bertentangan dengan agama dan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan undang – undang itu sendiri. Perjanjian waralaba dapat dikatakan sebagai suatu perjanjian yang tidak bertentangan dengan undang – undang, agama, ketertiban umum dan kesusilaan, karena itu perjanjian waralaba itu sah, dan oleh karena itu perjanjian itu menjadi undang – undang bagi mereka yang membuatnya, dan mengikat kedua belah pihak.¹⁷

Lahirnya Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menggantikan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ini melandasi upaya pemerintah meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia sehingga perlu mendorong pengusaha nasional, terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai *franchisor* nasional yang handal dan mempunyai daya saing di

¹⁵ Sutedy, *op.cit.*, hal 98-99 .

¹⁶ Kitab Undang – undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek) ditrejemahkan oleh R. Subekti, (Jakarta : Pradnya Paramita, 2005), ps 1338.

¹⁷ Sumarno, *op.cit.*, hal 98-99.

dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk luar negeri. Dalam Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tersebut terdapat definisi waralaba yakni waralaba adalah *hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha memasarkan barang dan atau jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.*

Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha *franchisor*, baik *franchisor* dari luar dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa melalui bisnis *franchise*. Di samping itu, pemerintah perlu memantau dan menyusun data waralaba, baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, sebelum *franchisor* membuat perjanjian waralaba dengan *franchisee*, *franchisor* harus menyampaikan penawaran waralaba kepada pemerintah dan calon *franchisee*. Selain itu, apabila terjadi kesepakatan waralaba, *franchisor* harus menyampaikan perjanjian waralaba tersebut kepada pemerintah. Dengan lahirnya peraturan pemerintah yang baru ini, setidaknya-tidaknya dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam memasarkan produknya.¹⁸

B. POKOK PERMASALAHAN

Ada beberapa pokok permasalahan yang mendasar berkaitan dengan perjanjian franchise, yaitu :

1. Apakah perjanjian franchise yang dilakukan antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Ibu Anita Gizelle secara formil telah memenuhi ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku ?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam hal salah satu pihak melakukan wanprestasi ?
3. Perbedaan apa saja yang terdapat di antara perjanjian franchise, perjanjian pemberian kuasa, dan kaitannya dengan perjanjian perburuhan ?

¹⁸ Sutedi, *op.cit.*, hal 33-34.

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Tujuan Umum

Tujuan penelitian ini secara umum adalah untuk mendeskripsikan perjanjian franchise secara umum dan untuk mengetahui permasalahan – permasalahan yang mungkin timbul di dalam menjalankan perjanjian franchise tersebut serta bagaimana penyelesaian dari permasalahan itu.

2. Tujuan Khusus

Berdasarkan uraian pokok – pokok permasalahan sebelumnya maka dapat ditarik tujuan – tujuan khusus dari penelitian ini, yaitu :

- a. Mendeskripsikan dan menganalisis secara formil perjanjian franchise dengan ketentuan peraturan perundang – undangan yang telah ada.
- b. Memperoleh gambaran yang jelas mengenai perlindungan hukum bagi masing-masing pihak dalam hal terdapat pihak yang melakukan wanprestasi.
- c. Memberikan gambaran secara komprehensif mengenai persamaan dan perbedaan yang terdapat di dalam perjanjian franchise, perjanjian pemberian kuasa, dan perjanjian perburuhan.

D. KERANGKA KONSEPSIONAL

Ada beberapa istilah yang merupakan kerangka konseptual dalam penelitian ini, yaitu:

1). *Franchise* atau waralaba

“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.”¹⁹

¹⁹ Indonesia, *Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba*, PP. No 42 Tahun 2007, LN No. 90 Tahun 2007, TLN No. 4742 Tahun 2007, ps. 1 ayat (1).

2). *Franchisor* / pemberi waralaba

*“Orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan / atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.”*²⁰

3). *Franchisee* / penerima waralaba

*“Orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan / atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.”*²¹

4). Perjanjian waralaba

*“Perjanjian secara tertulis antara penerima waralaba dan pemberi waralaba.”*²²

5). Lisensi

“Izin yang diberikan oleh pemegang Hak Desain Industri kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pemberian hak (bukan pengalihan ha)

²⁰ *Ibid.*, Pasal 1 ayat 2.

²¹ *Ibid.*, Pasal 1 ayat 3.

²² Departemen Perindustrian dan Perdagangan, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Waralaba*, Kepmen Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPKK/Kep/7/1997, ps.1 ayat6.

*untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Desain Industri yang diberi perlindungan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu”.*²³

E. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berusaha untuk menjawab permasalahan – permasalahan yang ada dengan melakukan pengkajian melalui studi dokumen (*documentary research*).

Studi dokumen dilakukan dengan mencari literatur perundang – undangan yang berkaitan dengan sistem franchise. Selain itu, penelitian ini juga menggunakan bahan – bahan lainnya yang relevan dengan pokok permasalahan yang akan dibahas sesuai dengan tujuan penelitian ini. Bahan pustaka yang dipergunakan antara lain :

- a. Bahan hukum primer, yaitu literatur hukum yang mencakup ketentuan peraturan perundang – undangan yang berlaku yang berkaitan dengan penulisan ini, yaitu :
 - Kitab Undang – Undang Hukum Perdata
 - Undang-undang No.1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan
 - Undang – undang No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas
 - Undang – undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek
 - Peraturan Pemerintah No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
 - Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
 - Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba
- b. Bahan hukum sekunder, yaitu bahan – bahan yang berasal dari artikel internet dan juga buku – buku lainnya yang berkaitan dengan penelitian ini.

²³ Indonesia, Undang – undang Tentang Desain Industri, UU No. 31 Tahun 2000, LN No. 243 Tahun 2000, TLN No. 4045 , ps. 1 ayat 11.

- c. Bahan hukum tersier, yaitu kamus yang digunakan untuk menjelaskan literatur hukum yang digunakan dalam penelitian ini.

F. SISTEMATIKA PENULISAN

Skripsi ini akan dijabarkan kedalam 5 (lima) bab yang masing –masing bab akan terdiri dari subbab-subbab sebagai berikut ini. Bab pertama dengan judul Pendahuluan, terdiri dari 6 (enam) subbab, yang masing-masing berjudul Latar Belakang Masalah, Pokok Permasalahan, Tujuan Penelitian, Kerangka Konseptual, Metode Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

Bab Kedua, dengan judul Tinjauan Umum perjanjian pada umumnya dan perjanjian franchise, terdiri dari 6 (enam) subbab. Keenam subbab tersebut masing-masing adalah, Pengertian *Franchise*, Sejarah *Franchise*, Hubungan *Franchise* dan Peraturan Perundang – Undangan Lainnya, Perbedaan Antara *Franchise* dan Lisensi, *Franchise* dalam Hukum Persaingan Usaha, dan Bentuk – bentuk *Franchise*.

Bab ketiga dengan judul *Franchise* dan ruang lingkupnya, terdiri dari 5 (lima) subbab. Kelima subbab tersebut masing-masing adalah pengertian franchise, sejarah franchise, hubungan franchise dengan hak kekayaan intelektual, pengaturan franchise di dalam Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 dan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, dan terakhir adalah jenis-jenis franchise

Bab keempat dengan judul Analisa Perjanjian *Franchise* antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Ibu Anita Gizelle, terdiri dari 3 (tiga) subbab, yaitu masing-masing, tinjauan peraturan perundang-undangan terhadap perjanjian *Franchise* yang dilakukan antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Ibu Anita Gizelle, perlindungan hukum bagi masing-masing pihak dalam hal terdapat pihak yang melakukan wanprestasi, persamaan dan perbedaan yang terdapat di dalam perjanjian franchise, perjanjian pemberian kuasa, dan perjanjian perburuhan.

Terakhir, skripsi ini akan ditutup dengan bab kelima, yaitu Bab Penutup, yang terdiri dari 2 (dua) subbab yaitu masing-masing, kesimpulan, dan saran.

BAB 2

TINJAUAN YURIDIS PERJANJIAN PADA UMUMNYA DAN PERJANJIAN FRANCHISE

A. Perjanjian pada umumnya

1. Pengertian perjanjian

Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal. Dari peristiwa ini, timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis¹.

Mengenai definisi dari perjanjian itu sendiri oleh para sarjana juga diartikan secara berbeda – beda pula, yaitu antara lain² :

a. Menurut Prof. Subekti S.H.

Perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal.

b. Menurut Prof.Dr.R. Wirjono Prodjodikoro,S.H.

Perjanjian adalah suatu persetujuan mengenai harta benda antara dua pihak, dalam mana satu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan sesuatu hal atau untuk tidak melakukan suatu hal, sedang pihak lain berhak menuntut pelaksanaan janji itu.

c. Menurut R. Setiawan,S.H.

¹ Subekti, *Hukum Perjanjian*, cet.19(Jakarta : PT Intermasa,2002), hal.1.

² P.N.H. Simanjuntak,*Pokok – pokok Hukum Perdata Indonesia*,(Jakarta : Djambatan, 2009).hal 331

Persetujuan adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

d. Menurut Abdulkadir Muhammad, S.H.

Perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.

Sedangkan menurut Pasal 1313 Kitab Undang – undang Hukum Perdata perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Dari rumusan perjanjian di atas dapat disimpulkan, bahwa unsur – unsur perjanjian itu adalah³ :

- a. Adanya para pihak,
- b. Ada persetujuan di antara pihak – pihak tersebut,
- c. Ada tujuan yang akan dicapai,
- d. Ada prestasi yang akan dilaksanakan,
- e. Ada bentuk tertentu, baik lisan maupun tulisan, dan
- f. Ada syarat – syarat tertentu

2. Asas – asas hukum perjanjian

Dalam rangka menciptakan keseimbangan dan memelihara hak – hak yang dimiliki oleh para pihak sebelum perjanjian yang dibuat menjadi perikatan yang mengikat bagi para pihak, oleh Kitab Undang – undang Hukum Perdata diberikan berbagai asas hukum, yang merupakan pedoman atau patokan, serta menjadi batas atau rambu dalam mengatur dan membentuk perjanjian yang akan dibuat hingga pada akhirnya menjadi perikatan yang berlaku bagi para pihak, yang dapat dipaksakan pelaksanaan atau pemenuhannya. Adapun asas – asas umum hukum perdata yang dibahas di dalam Kitab Undang – undang Hukum Perdata adalah :

- Asas personalia

³ *Ibid.*, hal.32.

Asas ini diatur dan dapat ditemukan dalam ketentuan pasal 1315 Kitab Undang – undang Hukum Perdata yang berbunyi: *“Pada umumnya tak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain untuk dirinya sendiri”*.

Dari rumusan tersebut dapat diketahui bahwa pada dasarnya suatu perjanjian yang dibuat oleh seseorang dalam kapasitasnya sebagai individu, subjek hukum pribadi, hanya akan berlaku dan mengikat untuk dirinya sendiri.

Meskipun secara sederhana dikatakan bahwa ketentuan pasal 1315 menunjuk pada asas personalia, namun lebih jauh dari itu, ketentuan pasal 1315 juga merujuk pada kewenangan bertindak dari seseorang yang membuat atau mengadakan perjanjian. secara spesifik ketentuan pasal 1315 ini menunjuk pada kewenangan bertindak sebagai individu pribadi sebagai subjek hukum pribadi yang mandiri, yang memiliki kewenangan bertindak untuk dan atas nama dirinya sendiri. Dengan kapasitas kewenangan tersebut, sebagai seorang yang cakap bertindak dalam hukum, maka setiap tindakan, perbuatan yang dilakukan oleh orang perorangan, sebagai subjek hukum pribadi yang mandiri, akan mengikat diri pribadi tersebut, dan dalam lapangan perikatan, mengikat seluruh harta kekayaan yang dimiliki olehnya⁴.

- Asas konsensualitas

Asas konsensualitas memperlihatkan bahwa pada dasarnya suatu perjanjian yang dibuat secara lisan antara dua atau lebih orang telah mengikat, dan karenanya telah melahirkan kewajiban bagi salah satu atau lebih pihak dalam perjanjian tersebut, segera setelah orang-orang tersebut mencapai kesepakatan atau consensus, meskipun kesepakatan tersebut telah dicapai secara lisan semata – mata. Ini berarti pula pada prinsipnya perjanjian

⁴ Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja. *Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian*. cet 5. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010).hal.14

yang mengikat dan berlaku sebagai perikatan bagi para pihak yang berjanji tidak memerlukan formalitas, walaupun demikian, untuk menjaga kepentingan pihak debitor (atau yang berkewajiban memenuhi prestasi) diadakan bentuk – bentuk formalitas, atau dipersyaratkan adanya suatu tindakan tertentu⁵.

- Asas kebebasan berkontrak

Asas kebebasan berkontrak ini menyebabkan para pihak yang membuat dan mengadakan perjanjian diperbolehkan untuk menyusun dan membuat kesepakatan atau perjanjian yang melahirkan kewajiban apa saja, selama dan sepanjang prestasi yang wajib dilakukan tersebut bukanlah sesuatu yang terlarang⁶.

- Perjanjian berlaku sebagai undang – undang (*pacta sunt servande*)

Asas yang diatur dalam pasal 1338 Kitab Undang – undang Hukum Perdata ini, yang menyatakan bahwa :

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

Merupakan konsekuensi logis dari pasal 1233 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, yang menyatakan bahwa setiap perikatan dapat lahir dari undang – undang maupun karena perjanjian. Jadi perjanjian adalah sumber dari perikatan. Sebagai perikatan yang dibuat dengan sengaja, atas kehendak para pihak dengan sukarela, maka segala sesuatu yang telah disepakati, disetujui oleh para pihak harus dilaksanakan oleh para pihak sebagaimana telah dikehendaki oleh mereka. Dalam hal salah satu pihak lain dalam perjanjian tidak melaksanakan, maka pihak lain dalam perjanjian berhak untuk memaksakan pelaksanaannya melalui mekanisme dan jalur hukum yang berlaku⁷.

- Asas keseimbangan (*evenwichtsbeginself*)

⁵ *Ibid*.hal.34

⁶ *Ibid*.hal.45

⁷ *Ibid*.hal.59

Asas keseimbangan adalah suatu asas yang dimaksudkan untuk menyelaraskan pranata-pranata hukum dari asas-asas pokok hukum perjanjian yang dikenal di dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang mendasarkan pemikiran dan latar belakang individualisme pada satu pihak dan cara pikir bangsa Indonesia pada lain pihak. Asas keseimbangan perlu ditambahkan sebagai asas dalam hukum perjanjian Indonesia mengingat kenyataan bahwa Kitab Undang-undang Hukum Perdata disusun dengan mendasarkan pada tata nilai serta filsafat hukum barat⁸.

3. Unsur – unsur dalam perjanjian

Dalam perkembangan doktrin ilmu hukum dikenal adanya 3 unsur dalam perjanjian :

a) Unsur esensialia

Unsur esensialia dalam perjanjian mewakili ketentuan – ketentuan berupa prestasi – prestasi yang wajib dilakukan oleh salah satu atau lebih pihak, yang mencerminkan sifat dari perjanjian tersebut, yang membedakannya secara prinsip dari jenis perjanjian lainnya. Unsur esensialia ini pada umumnya dipergunakan dalam memberikan rumusan, definisi, atau pengertian dari suatu perjanjian⁹.

Unsur esensialia adalah unsur yang wajib ada dalam suatu perjanjian, bahwa tanpa keberadaan unsur tersebut, maka perjanjian yang dimaksudkan untuk dibuat dan diselenggarakan oleh para pihak menjadi beda, dan karena-nya menjadi tidak sejalan dan sesuai dengan kehendak para pihak.

b) Unsur Naturalia dalam perjanjian

Unsur naturalia adalah unsur yang pasti ada dalam suatu perjanjian tertentu, setelah unsur esensialianya diketahui secara pasti. Misalnya dalam perjanjian yang mengandung unsur

⁸ Herlien budiono, *Ajaran umum hukum perjanjian dan penerapannya di bidang kenotariatan.cet.2* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti,2010) hal.32.

⁹ Muljadi,*op.cit.*, hal 85

esensialia jual beli, pasti akan terdapat unsur *naturalia* berupa kewajiban dari penjual untuk menanggung kebendaan yang dijual dari cacat – cacat tersembunyi. Ketentuan ini tidak dapat disimpangi oleh para pihak, karena sifat jual beli menghendaki hal yang demikian. Masyarakat tidak akan meentolerir suatu bentuk jual beli, dimana penjual tidak mau menanggung cacat – cacat tersembunyi dari kebendaan yang dijual olehnya¹⁰.

c) Unsur aksidentalialia dalam perjanjian

Unsur aksidentalialia adalah unsur pelengkap dalam suatu perjanjian yang merupakan ketentuan – ketentuan yang dapat diatur secara menyimpang oleh para pihak, sesuai dengan kehendak para pihak, yang merupakan persyaratan khusus yang ditentukan secara bersama – sama oleh para pihak. Dengan demikian maka unsur ini pada hakekatnya bukan merupakan suatu bentuk prestasi yang harus dilaksanakan atau dipenuhi oleh para pihak¹¹.

4. Syarat sahnya perjanjian

Setelah dapat dipastikan bahwa suatu perbuatan hukum adalah perjanjian, maka langkah selanjutnya adalah memeriksa keabsahan dari perjanjian tersebut. Sah atau tidaknya perjanjian dapat dipastikan dengan mengujikan terhadap empat syarat untuk sahnya suatu perjanjian.

Menurut Pasal 1320 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, syarat sahnya suatu perjanjian adalah¹² :

a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Hal ini dimaksudkan, bahwa para pihak yang hendak mengadakan suatu perjanjian, harus terlebih dahulu bersepakat atau setuju

¹⁰ *Ibid*.hal.88

¹¹ *Ibid*.hal.89

¹² Simanjuntak,*op.cit.*, hal. 334-335

mengenai hal – hal yang pokok dari perjanjian yang akan diadakan itu. Kata sepakat tidak sah apabila kata sepakat itu diberikan karena kekhilafan, paksaan atau penipuan (Pasal 1321 Kitab Undang – undang Hukum Perdata).

b. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Pada dasarnya, setiap orang adalah cakap untuk membuat perjanjian, kecuali jika oleh Undang – undang dinyatakan tak cakap (Pasal 1329 Kitab Undang – undang Hukum Perdata). Menurut Pasal 1330 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, mereka yang tidak cakap membuat suatu perjanjian adalah:

- 1) Orang yang belum dewasa
- 2) Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan
- 3) Orang perempuan dalam hal – hal yang ditetapkan oleh undang – undang, dan semua orang kepada siapa undang – undang telah melarang membuat perjanjian – perjanjian tertentu. Akan tetapi, dengan berlakunya Undang-undang No. 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan, perempuan telah dianggap cakap untuk melakukan suatu perbuatan hukum.

Akibat hukum dari ketidakcakapan ini adalah bahwa perjanjian yang telah dibuat dapat dimintakan pembatalannya kepada hakim.

c. Adanya suatu hal tertentu

Adanya suatu hal tertentu menyangkut sebuah objek perjanjian harus jelas dan dapat ditentukan. Menurut Pasal 1333 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok suatu barang yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidaklah menjadi halangan bahwa jumlah barang tidak tentu, asal saja jumlah itu di kemudian hari dapat ditentukan atau dihitung. Menurut ketentuan Pasal 1332 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, hanya barang – barang yang dapat diperdagangkan saja yang dapat menjadi pokok suatu perjanjian. selanjutnya menurut Pasal 1334 ayat (1) Kitab Undang – undang Hukum Perdata, barang

– barang yang baru akan ada di kemudian hari dapat dijadikan pokok perjanjian.

d. Adanya suatu sebab yang halal

Adanya suatu sebab (causa dalam bahasa latin) yang halal ini menyangkut isi perjanjian yang tidak bertentangan dengan kepentingan umum, kesusilaan, dan undang - undang¹³. Dengan demikian, undang – undang tidak memperdulikan apa yang menjadi sebab orang mengadakan perjanjian. Dalam hal ini yang diperhatikan oleh undang – undang adalah isi dari perjanjian tersebut yang akan menggambarkan tujuan yang akan dicapai. Menurut Pasal 1335, suatu perjanjian tanpa sebab yang palsu atau terlarang tidak mempunyai kekuatan.

Apabila dua syarat yang pertama tidak dipenuhi (a dan b) maka perjanjian dapat dibatalkan (syarat subjektif). Sedangkan apabila dua syarat yang terakhir tidak dipenuhi (c dan d), maka perjanjian ini batal demi hukum (syarat objektif).

5. Saat dan tempat lahirnya perjanjian

Menurut konsensualisme, suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan atau persetujuan antara kedua belah pihak mengenai hal – hal yang pokok dari objek perjanjian. Sepakat adalah suatu persesuaian paham dan kehendak antara dua pihak tersebut. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, adalah juga yang dikehendaki oleh pihak yang lain, meskipun tidak sejurus tetapi secara timbal – balik kedua kehendak itu bertemu satu sama lain.

Menurut ajaran yang paling tua, haruslah dipegang teguh tentang adanya suatu persesuaian kehendak antara kedua belah pihak. Apabila kedua kehendak itu berselisih, tak dapatlah lahir suatu perjanjian. Dalam suatu masyarakat kecil dan sederhana, dimana kedua belah pihak berjumpa atau hadir sendiri dan pembicaraan diadakan secara lisan, ukuran tersebut masih dapat dipakai, tetapi dalam suatu

¹³ Lihat juga pasal 1337 Kitab Undang – undang Hukum Perdata.

masyarakat yang sudah ramai dan modern, ukuran tersebut tidak dapat dipertahankan lagi.¹⁴

Kata sepakat dianggap tercapai pada saat pihak yang menawarkan mengetahui bahwa pihak lainnya telah menerima penawarannya, setidaknya ia dianggap patut telah dapat mengetahui telah diterima penawarannya. Terbentuknya perjanjian cukup dengan terjadinya perjumpaan atau persesuaian kehendak, yaitu tatkala satu pihak mengajukan penawaran dan penawaran tersebut diterima oleh pihak lainnya. Dalam hal para pihak bertemu muka dan melakukan komunikasi lisan secara langsung, maka tidak sulit untuk menentukan kapan kata sepakat tercapai. Di sini kata sepakat dianggap terbentuk pada saat pihak yang menawarkan mengetahui bahwa penawarannya telah diterima pihak lawannya.

Jika para pihak pada saat terjadinya perjanjian tidak sedang “berhadapan” dan berada pada suatu tempat, dikatakan bahwa perjanjian tersebut terbentuk pada saat kedua belah pihak berada di dua tempat yang berbeda. Jika dua tempat berbeda tersebut masih berada di negara yang sama, tentunya tidak akan ada pengaruhnya. Persoalan baru akan muncul jika dua tempat tersebut berada di dua negara yang berbeda. Artinya, ada dua sistem hukum yang berlaku. Penentuan tempat berlakunya perjanjian penting untuk menentukan hukum manakah yang berlaku terhadap perjanjian yang telah terbentuk¹⁵.

6. Hapusnya perjanjian

Pasal 1381 Kitab Undang – undang Hukum Perdata menyebutkan 10 cara hapusnya perikatan, yaitu :

1) Pembayaran

Dengan “pembayaran” dimaksudkan setiap pemenuhan perjanjian secara sukarela. Dalam arti yang sangat luas ini, tidak saja pihak pembeli membayar harga pembelian, tetapi pihak penjual pun

¹⁴ Subekti, *op.cit.*, hal.26

¹⁵ Budiono, *op.cit.*, hal. 95.

dikatakan “membayar” jika ia menyerahkan atau “melever” barang yang dijualnya¹⁶.

- 2) Penawaran pembayaran tunai diikuti oleh penyimpanan atau penitipan

Ini adalah suatu cara pembayaran yang harus dilakukan apabila si berpiutang (kreditur) menolak pembayaran¹⁷.

- 3) Pembaharuan utang atau novasi

Menurut pasal 1413 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, ada 3 macam jalan untuk melaksanakan suatu pembaharuan utang atau novasi, yaitu :

- a. Apabila seorang yang berutang membuat suatu perikatan utang baru guna orang yang menghutangkannya, yang menggantikan utang yang lama dihapuskan karenanya.
- b. Apabila seorang berutang baru ditunjuk untuk menggantikan orang berutang lama, yang oleh si berpiutang dibebaskan dari perikatannya.
- c. Apabila sebagai akibat suatu perjanjian baru, seorang kreditur baru ditunjuk untuk menggantikan kreditur lama, terhadap siapa si berpiutang dibebaskan dari perikatannya¹⁸.

- 4) Perjumpaan utang atau kompensasi

Ini adalah suatu cara penghapusan utang dengan jalan memperjumpakan atau memperhitungkan utang piutang secara timbal balik antara kreditur dan debitur. Jika dua orang saling berutang satu pada yang lain, maka terjadilah antara mereka suatu perjumpaan, dengan mana utang piutang antara kedua orang tersebut dihapuskan¹⁹.

- 5) Pencampuran utang

¹⁶ Subekti, op.cit., hal. 64.

¹⁷ *Ibid.* hal. 69

¹⁸ *Ibid.* hal. 70

¹⁹ *Ibid.* hal. 72

Apabila kedudukan sebagai orang berpiutang (kreditur) dan orang berutang (debitur) berkumpul pada satu orang, maka terjadilah demi hukum suatu pencampuran utang dengan mana utang-piutang itu dihapuskan²⁰.

6) Pembebasan utang

Dalam hal ini si berpiutang dengan tegas menyatakan tidak mengekehendaki lagi prestasi dari si berpiutang dan melepaskan haknya atas pembayaran atau pemenuhan perjanjian, maka perikatan (hubungan hutang-piutang) hapus. Perikatan disini hapus karena pembebasan. Pembebasan suatu utang tidak boleh dipersangkakan, tetapi harus dibuktikan²¹.

7) Musnahnya barang terutang

Jika barang tertentu yang menjadi objek perjanjian musnah, tak lagi dapat diperdagangkan, atau hilang, sehingga sama sekali tak diketahui apakah barang itu masih ada, maka hapuslah perikatannya, asal barang tadi musnah atau hilang di luar kesalahan si berutang dan sebelum ia lalai menyerahkannya.

8) Batal/pembatalan

Di dalam pasal 1446 Kitab Undang – undang Hukum Perdata diatur mengenai pembatalan perjanjian – perjanjian yang dapat dimintakan. Di dalam pasal 1320 Kitab Undang – undang Hukum Perdata dapat dilihat bahwa perjanjian – perjanjian yang kekurangan syarat objektifnya (sepakat atau kecakapan) dapat dimintakan pembatalan oleh orang tua atau wali dari pihak yang tidak cakap itu atau oleh pihak yang memberikan perizinannya secara tidak bebas karena mendertia paksaan atau karena khilaf atau ditipu.

Meminta pembatalan perjanjian yang kekurangan syarat subjektifnya itu dapat dilakukan dengan dua cara,yaitu:

²⁰ *Ibid.* hal. 73

²¹ *Ibid.* hal. 74

- a. Pertama, secara aktif menuntut pembatalan perjanjian yang demikian di depan hakim.
 - b. Kedua, secara pembelaan, yaitu menunggu sampai digugat di depan hakim untuk memenuhi perjanjian dan disitulah baru mengajukan kekurangannya perjanjian itu²².
- 9) Berlakunya suatu syarat batal

Perikatan bersyarat adalah suatu perikatan yang nasibnya dugantungkan pada suatu peristiwa yang masih akan datang dan masih belum tentu akan terjadi, baik secara menanggukkan lahirnya perikatan sehingga terjadinya peristiwa tadi, atau secara membatalkan perikatan menurut terjadinya peristiwa tersebut.

Dalam hal yang pertama, perikatan dilahirkan hanya apabila peristiwa yang dimaksud itu terjadi. Dalam hal yang kedua suatu perikatan yang sudah dilahirkan justru akan berakhir atau dibatalkan apabila peristiwa yang dimaksud itu terjadi. Perikatan semacam yang terakhir ini dinamakan suatu perikatan dengan suatu syarat batal²³.

10) Lewat waktu

Menurut pasal 1946 Kitab Undang – undang Hukum Perdata, yang dinamakan daluwarsa atau lewat waktu ialah²⁴ :

“Suatu upaya untuk memperoleh sesuatu atau untuk dibebaskan dari suatu perikatan dengan lewatnya suatu waktu tertentu dan atas syarat – syarat yang ditentukan oleh undang -undang”.

B. Perjanjian Franchise

1. Ruang lingkup pengaturan perjanjian franchise

²² *Ibid.* hal. 75

²³ *Ibid.* hal. 76

²⁴ *Ibid.* hal. 77

Mengingat bahwa franchise merupakan suatu perjanjian, di dalamnya terdapat hal – hal yang disepakati di dalam perjanjian tersebut sekaligus merupakan objek hukumnya. Objek hukum tersebut bagi para pihak merupakan hak – hak dan kewajiban – kewajiban yang dapat dituntut atau yang harus dilaksanakan para pihak sebagai subjek perjanjian. beberapa objek pengaturan perjanjian franchise meliputi²⁵ :

a. Nama dagang atau merek dagang

Nama dagang atau merek dagang menjadi objek perjanjian franchise oleh karena nama dagang atau merek dagang yang semula menjadi hak monopoli franchisor untuk menggunakan pada barang – barang atau jasa – jasa yang dijualnya kemudian disebabkan perjanjian franchise, franchisee diberi izin untuk menggunakan nama produk yang dijualnya.

Dalam kaitannya dengan pemakaian nama dan merek dagang tersebut, beberapa kesepakatan yang menyangkut batas – batas hak dan kewajiban akan ditentukan para pihak. Hal – hal tersebut diantaranya :

a) Penjaminan franchisor tentang keabsahan pemilikan nama dan merek dagangnya.

Dengan adanya jaminan dari franchisor, maka franchisor berkewajiban untuk menanggung tuntutan – tuntutan tentang penggunaan nama dan merek dagang dari pihak ketiga.

b) Penentuan wilayah penggunaan nama dan merek dagang oleh franchisee.

Penentuan wilayah ini merupakan hal yang sangat penting untuk memberikan kapasitas bagi para pihak. Di samping itu, penentuan wilayah ini akan membawa konsekuensi –

²⁵ Basarah, *op.cit.*, hal.53-64

konsekuensi tertentu bagi hak franchisee untuk memperoleh perlindungan teritorial.

- c) Penentuan hak eksklusif pemakaian nama dan merek dagang kepada franchisee di wilayah yang telah ditentukan. Penentuan hak eksklusif ini penting bagi para pihak. Bagi para franchisee dapat dijadikan bahan pertimbangan guna menghadapi pesaingnya sehingga franchisee dapat mengukur apakah ia akan menghadapi pesaing dari nama dan merek dagang lain atau termasuk juga pesaing yang menggunakan nama dan merek dagang yang sama.
- d) Pemberian izin kepada franchisee untuk men-*subfranchise*-kan kepada pihak ketiga guna mengoperasikan bisnis sejenis di wilayah kewenangan franchisee dengan bimbingan dan di bawah kewenangan franchisee. Izin ini penting bagi franchisee untuk mengukur sejauh mana kemampuan franchisee mengoptimalkan hak franchise-nya dilakukan dengan kemungkinan keterbatasan kemampuan finansialnya.
- e) Pemberian kewenangan kepada franchisee atau mungkin bahkan kewajiban untuk mempertahankan nama dan merek dagang milik franchisor dari gangguan pihak ketiga. Pemberian kewenangan atau kewajiban ini merupakan hal yang penting bagi franchisee untuk mengetahui sejauh mana ia harus menysihkan, baik dana maupun bentuk effort yang lain bagi risiko – risiko semacam ini, yang tentunya akan diperhitungkan sebagai *additional cost* dalam menjalankan bisnisnya.

b. Rahasia dagang (*trade secret*)

Rahasia dagang atau trade secret ini sangat penting terutama dalam franchise *chain-style* business atau business format franchise dan manufacturing franchise karena pada kedua macam franchise tersebut franchisee diberi hak untuk

mengetahui dan mempergunakan rahasia – rahasia tersebut. Sehubungan dengan hal itu, dalam rumusan perjanjian akan menentukan hak – hak dan kewajiban – kewajiban yang menyangkut kewajiban franchisee untuk tidak menyingkapkan rahasia tersebut kepada pihak ketiga dan menentukan lebih lanjut unsur manajemen perusahaan franchise yang boleh dan tidak boleh menggunakan rahasia tersebut, pembatasan kepada franchisee di dalam menggunakan rahasia tersebut, dan sanksi – sanksi yang dapat dituntutkan kepada franchisee apabila kewajiban – kewajiban tersebut dilanggar.

c. Jasa pelatihan

Jasa pelatihan merupakan objek franchise yang sangat penting, baik bagi franchisor maupun bagi franchisee. Untuk mengawali usahanya, franchisee sangat membutuhkan jasa pelatihan ini dan merupakan kewajiban franchisor untuk memenuhinya. Jasa pelatihan dapat diberikan kepada franchisee sendiri ataupun semua jajaran manajemennya. Dalam kaitannya dengan jasa pelatihan, di dalam kontrak franchise akan disebutkan materi pelatihan, baik materi yang sudah ada pada franchisor maupun materi pengembangannya, jangka waktu atau periodisasi pelatihan, lokasi pelatihan, biaya – biaya pelatihan, dan kemungkinan pencantuman sanksi bagi franchisee gagal dalam hasil evaluasi terhadap hasil pelatihan.

d. Bantuan – bantuan teknis operasional

Bantuan – bantuan teknis operasional yang menjadi kewajiban franchisor ini dapat dikelompokkan pada dua hal, yaitu :

1) Bantuan pada saat persiapan usaha pelaksanaan franchisee.

Bantuan ini dapat dirinci menjadi ;

- i. Bantuan dalam menentukan pemilihan lokasi usaha,
- ii. Bantuan dalam menentukan arsitektur bangunan dan tata letak ruangan serta pemilihan bahan – bahan

dan peralatannya, yang akan menentukan standar dan spesifikasinya,

- iii. Penentuan standar administrasi dan pembukuan,
- iv. Penentuan standar penerimaan karyawan,
- v. Pedoman usaha bisnis franchise, dan
- vi. Pedoman pelaksanaan grand opening.

2) Bantuan selama hubungan hukum berlangsung. Bantuan ini jika dirinci, akan meliputi kegiatan – kegiatan berikut :

- i. Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan usaha

Pada dasarnya dalam kegiatan pengawasan dan evaluasi pelaksanaan usaha ini terdapat banyak kepentingan franchisor, khususnya dalam rangka menjaga dan mengembangkan kinerja franchise-nya

- ii. Pelaksanaan kegiatan pemasaran

Di dalam klausul perjanjian franchise lazim ditentukan bahwa franchisee harus turut serta menanggung biaya kegiatan pemasaran yang dilakukan franchisor.

- iii. Memilih kegiatan pemasaran yang dilakukan franchise

Di samping terdapat ketentuan yang mewajibkan franchisor untuk melakukan kegiatan pemasaran, di dalam perjanjian franchise juga terdapat ketentuan yang mewajibkan franchisee menyisihkan dananya bagi kegiatan pemasaran yang dilakukannya. Dalam kaitan ini, franchisor akan ikut serta memberikan pertimbangan dalam menentukan kegiatan pemasaran outlet franchise milik franchisee, termasuk juga memilihkan medianya.

- iv. Pemberian konsultasi selama perusahaan franchisee beroperasi.

e. Pembelian bahan – bahan dan peralatan

Standarisasi produk merupakan salah satu ciri dari jaringan bisnis franchise, bahkan seringkali termasuk penentuan kualitas bahan – bahan dan perlengkapan penjualan. Dalam kaitannya dengan pembelian bahan – bahan dan peralatan ini, yang penting diperhatikan para pihak adalah jangan sampai kontrak yang dibuat mencantumkan *tie in clause* yang akan memberatkan franchisee.

f. Pengawasan kualitas produk

Pengawasan kualitas produk merupakan hak franchisor terutama berkaitan dengan standarisasi produk – produk yang menggunakan nama dan merek dagang franchisor. Di dalam melaksanakan hak pengawasan franchisor akan menentukan juga upaya – upaya yang harus dilaksanakan oleh franchisee. Dengan kata lain, pengawasan atau kualitas produk juga ditentukan oleh partisipasi franchisee dan sanksi – sanksi apakah yang akan diberlakukan kepada franchisee sekiranya franchisee tidak menjaga kualitas produk.

g. Biaya franchise (*franchise fee*)

Biaya franchise merupakan objek perjanjian karena biaya ini pada dasarnya merupakan kontraprestasi dari franchisee kepada franchisor sehubungan penerimaan hak – haknya dari franchisor. Biaya – biaya franchise dapat terdiri dari :

i. ***Initial joining fee***

Adalah biaya yang dibayarkan franchisee pada saat pertama kali menutup perjanjian dengan franchisor. Pembayaran ini tidak dapat ditarik kembali oleh franchisee. Pembayaran ini dapat diartikan sebagai biaya pendaftaran atau uang pangkal untuk bergabung dalam jaringan bisnis franchise. Initial fee ini dibayarkan sekaligus untuk jangka waktu selama berlangsungnya perjanjian franchise.

ii. ***Royalties or continuing fee***

Adalah biaya yang dikeluarkan franchisee kepada franchisor secara periodik. Pada dasarnya besarnya biaya ini didasarkan pada omzet penjualan franchisee.

iii. Biaya – biaya lain

Biaya – biaya tersebut, seperti biaya pelatihan dan biaya marketing sebagai konsekuensi persyaratan kegiatan pemasaran yang harus dilakukan dan dikelola oleh franchisee.

h. Jangka waktu

Perjanjian franchise dibuat untuk jangka waktu tertentu. Pada umumnya untuk jangka waktu 5, 10, atau 15 tahun dengan tiap – tiap 5 tahun opsi perpanjangan.

i. Pengalihan franchise

Pengertian pengalihan disini dapat meliputi pengalihan sebagai akibat hukum dari perjanjian jual – beli franchise yang dibuat franchisee dengan pihak ketiga atau pengalihan yang disebutkan pewarisan, akibat meninggalnya franchisee.

j. Pemutusan perjanjian

Pada umumnya, dalam perjanjian, franchisee tidak mempunyai hak untuk memutuskan perjanjian, kecuali apabila franchisor melakukan pelanggaran terhadap perjanjian dan untuk pelanggaran tersebut franchisor telah diberikan kesempatan untuk memperbaikinya. Jika perjanjian sudah diputus, franchisor mengharuskan kepada franchisee untuk menghentikan segala pemakaian perlengkapan furniture, merek dagang, dan sebagainya.

k. Perjanjian untuk tidak berkompetisi dengan franchisor

Keharusan ini tidak saja selama franchisee terikat dengan franchisor, tetapi juga untuk beberapa tahun setelah hubungan hukum antara franchisor dan franchisee terputus.

2. Bentuk perjanjian franchise

Menurut George A. Pelletier, karena di dalam suatu kontrak franchise merupakan suatu hubungan hukum, maka para pihak perlu mengikuti ketentuan umum yang dipakai dalam pembuatan kontrak franchise, yang meliputi²⁶ :

- a. Adanya para pihak,
- b. Definisi – definisi,
- c. Objek yang diperjanjikan, penjelasan hal – hal yang diperjanjikan, dan tempat usaha franchise yang akan dilaksanakan,
- d. Pembayaran royalti dan cara pembayaran royalti,
- e. Kewajiban – kewajiban franchisee yang meliputi:
 - a) Memelihara dan mengoperasikan usaha franchise yang sesuai dengan etika bisnis franchise yang sebaik – baiknya.
 - b) Mengikuti ketentuan dan peraturan negara tempat usaha franchise dilaksanakan.
 - c) Mengembangkan usaha franchise sesuai dengan pasar.
 - d) Mengizinkan pihak franchisor untuk memeriksa haknya yang telah diberikan kepada franchisee pada waktu tertentu.
 - e) Mempromosikan logo dan merek dagang sesuai dengan ketentuan.
 - f) Mengikuti sistem pemilihan lokasi usaha menurut franchisor serta menaati ketentuan, peraturan dan prosedur yang ditentukan franchisor di dalam hal pemilihan lokasi usaha.
 - g) Memberikan laporan bulanan tentang standar operasional kepada franchisor, bersama – sama dengan laporan lainnya secara rutin.

²⁶ *Ibid.* hal. 68-71

- h) Menyampaikan laporan tahunan tentang pengelolaan dan keadaan (maju/mundur) usaha yang dikelola dengan disertai analisis akuntan publik (bebas) mengenai pendapatan kotor.
 - i) Mengizinkan pihak franchisor untuk memeriksa pembukuan.
- f. Pelayanan yang diberikan oleh franchisor meliputi :
- a) Pedoman beroperasi dan pelayanan konsultasi kepada franchisee
 - b) Memberikan bantuan kepada franchisee dalam cara mempertahankan usaha yang telah dicapai serta sistem administrasinya.
 - c) Membuat merek dagang, bahan promosi, dan brosur – brosur dengan biaya yang telah disetujui bersama.
 - d) Mengiklankan dan mempromosikan, baik di tingkat nasional, regional, maupun lokal.
 - e) Mengutus supervisi untuk mengunjungi dan memeriksa sistem franchise yang telah diberikan kepada franchisee dalam hal sistem administrasi yang dilaksanakan.
 - f) Memberikan pelayanan penentuan lokasi usaha, sistem bisnis, persyaratan – persyaratan, dan mendapatkan pembayaran penentuan lokasi usaha jika pihak franchisor yang mempublikasikan kepentingan franchisee.
- g. Hubungan para pihak dapat dikatakan termasuk hasil dari keberadaan franchisor yang merupakan pihak yang bebas dalam perjanjian dan dalam perjanjian franchise ini para pihak tidak boleh menciptakan hubungan keagenan, hubungan kemitraan, *joint-venture*, atau hubungan antara yang mempekerjakan dan yang dipekerjakan (franchisor dan franchisee)
- h. Adanya fasilitas yang baik

- i. Ganti rugi dan ketentuan – ketentuan tentang asuransi
- j. Masa berlakunya perjanjian, pembaruan perjanjian, berakhirnya perjanjian, wanprestasi dan pengalihan (setiap hak – hak franchisor sebagai pihak yang telah memberikan hak – hak nya kepada franchisee, dapat menolak jika franchisee memutuskan untuk menjual atau mengalihkan franchise nya)
- k. Hak – hak dan kewajiban franchisee dan franchisor jika perjanjian berakhir.
- l. Jaminan (garansi) dan kesungguhan dari pihak franchisor.
- m. Hukum yang akan berlaku.

3. Perjanjian franchise dan pemberian kuasa

Perjanjian franchise memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh pihak franchisor bagi para franchiseenya. Di dalam perjanjian franchise tercantum ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya – biaya yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor, ketentuan yang berkaitan dengan lamanya perjanjian franchise dan perpanjangannya, serta ketentuan lain yang mengatur hubungan antara franchisor dengan franchisee²⁷.

Dalam setiap perjanjian franchise terdapat unsur – unsur sebagai berikut²⁸:

- a. Adanya minimal dua pihak, yaitu pihak franchisor dan pihak franchisee, dimana pihak franchisor sebagai pihak yang memberikan bisnis franchise, sementara pihak franchisee merupakan pihak yang menerima bisnis franchise tersebut.
- b. Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari franchisor.

²⁷ Sutedy.op.cit., hal 79

²⁸ *Ibid.* hal. 80

- c. Adanya kerja sama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara franchisor dengan franchisee.
- d. Dipunyainya unit usaha tertentu (outlet) oleh pihak franchisee yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak franchisor.
- e. Terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak franchisor dengan pihak franchisee.

Sedangkan di sisi lain, pemberian kuasa merupakan suatu perjanjian dimana seseorang memberikan kekuasaan kepada orang lain yang menerimanya untuk dan atas namanya menyelenggarakan suatu urusan (Pasal 1792 Kitab Undang – undang Hukum Perdata). Menurut Pasal 1794, pemberian kuasa terjadi dengan cuma-cuma, kecuali jika diperjanjikan sebaliknya. Hal ini terjadi karena biasanya, orang yang melakukan suatu perjanjian untuk orang lain justru mengharapkan suatu imbalan berupa upah²⁹.

Menurut Pasal 1813 pemberian kuasa berakhir apabila³⁰ :

- a. Si pemberi kuasa menarik kembali kuasanya.
 - b. Si penerima kuasa menghentikan kuasanya.
 - c. Salah satu atau kedua – duanya meninggal dunia.
 - d. Salah satu atau kedua – duanya ditaruh di bawah pengampuan.
 - e. Pailitnya si pemberi kuasa maupun penerima kuasa.
 - f. Dengan perkawinan si perempuan yang memberikan atau menerima kuasa.
4. Perjanjian – perjanjian yang terkait dengan franchise

Perjanjian franchise tidak hanya mengenai pemberian lisensi, tetapi lebih dari itu. Di dalam perjanjian franchise juga terdapat perjanjian – perjanjian lain, yaitu³¹ :

- a) Perjanjian tentang utang – piutang (*loan agreements*)

²⁹ Simanjuntak.*op.cit.*, hal. 370

³⁰ *Ibid.* hal. 372

³¹ Sutedy.*op.cit.*,hal.95.

Seorang calon franchisee memerlukan pinjaman guna pembayaran berbagai biaya franchise. Adakalanya pinjaman ini diperoleh dari pihak lain, tetapi ada kemungkinan franchisor memberikan pinjaman kepada franchisee untuk dipergunakan sebagai modal kerja.

b) Penyewaan tempat usaha (*site leases*)

Tempat usaha memegang peranan penting bagi pemasaran. Terkadang franchisor melakukan penelitian tentang tempat usaha ini sehingga mendapatkan tempat usaha yang letaknya strategis, lalu membeli atau menyewanya dan kemudian menyewakannya kepada franchisee.

c) Perjanjian pembangunan tempat usaha (*building agreements*)

Pada usaha franchise, franchisee diwajibkan untuk memuat gerai yang khas dengan persyaratan yang diberikan franchisor. Untuk membuat gerai yang khas tersebut, franchisee diperbolehkan memakai pemborong sendiri, tetapi kadang kala franchisor mempunyai hak untuk melakukan pembangunan ini.

d) Penyewaan peralatan (*equipment leases*)

Ada kemungkinan franchisor mensyaratkan franchisee untuk membeli atau menyewakan alat – alat darinya. Di Ameika Serikat, ketentuan mengikat sejenis ini disebut *tie – in clauses* atau *exclusive dealing agreements*.

5. Pilihan forum penyelesaian perselisihan perjanjian franchise

Pilihan hukum yang dicantumkan dalam perjanjian merupakan bagian dari apa yang disebut klausul penyelesaian perselisihan. Di samping pilihan hukum, yang juga merupakan penyelesaian perselisihan ialah pilihan mengenai forum penyelesaian perselisihan (*choice of forum*). Dalam pilihan forum, yang menjadi persoalan adalah badan apa yang dapat menyelesaikan perselisihan sengketa tersebut. Baik pilihan hukum, pilihan forum, maupun pilihan yurisdiksi, hendaknya harus dirumuskan secara cermat dan hati – hati.

Dalam sistem hukum Indonesia memang belum ada suatu ketentuan hukum yang secara khusus mengatur tentang penyelesaian perselisihan dalam perjanjian franchise dan pilihan forum penyelesaiannya. Namun, sedapat mungkin hendaknya para pihak dapat menyelesaikan perselisihannya melalui musyawarah. Apabila musyawarah tidak dapat berhasil biasanya para pihak melanjutkan ke pihak ketiga. Upaya melalui pihak ketiga tersebut dapat berupa konsiliasi untuk mengembalikan keadaan seperti keadaan semula atau upaya melalui arbitrase maupun pengadilan untuk memperoleh suatu putusan final yang mengikat kedua belah pihak.

Pilihan forum, baik yang berkenaan dengan lembaga peradilan atau lembaga non-peradilan juga perlu dikaitkan dengan pilihan hukum dan dicantumkan di dalam perjanjian. Apabila pilihan hukum dan pilihan forum telah diatur atau dicantumkan dalam perjanjian franchise secara jelas, maka dalam menerapkan perjanjian dan hukum yang dimaksud tidak membutuhkan waktu dan biaya lagi.

Untuk pilihan forum, agar perjanjian dan hasil – hasil keputusan forum dapat dilaksanakan dengan efisien, sebaiknya forum yang dipilih adalah forum yang putusannya dapat dilaksanakan dengan paksa oleh hukum tempat berlangsungnya bisnis franchise. Di Indonesia, forum yang memadai adalah arbitrase atau pengadilan setempat. Sedangkan putusan pengadilan asing, sebagaimana diatur di dalam pasal 436 *Reglement op de Burgelijke Rechtvordering* (RV) tidak dapat dipaksakan pelaksanaannya atau tidak dapat dieksekusi oleh pengadilan atau hakim Indonesia.

Berbeda dengan putusan hakim/pengadilan asing, putusan arbitrase asing, sebagaimana dengan putusan arbitrase dalam negeri, memang dapat dieksekusi di Indonesia. Hal ini mengingat Indonesia merupakan negara anggota Konvensi New York 1958

(The New York Convention on Arbitration), yaitu konvensi mengenai pengakuan dan pelaksanaan putusan arbitrase asing. Konvensi tersebut telah diratifikasi Indonesia dengan Keputusan Presiden No. 34 Tahun 1981, yang antara lain menyatakan bahwa Indonesia memberlakukan konvensi tersebut dengan asas timba balik. Dengan demikian, agar putusannya dapat dieksekusi di Indonesia, deapat dipilih forum arbitrase di dalam maupun di luar negeri, baik yang permanen atau tidak. Selain itu, juga telah dikeluarkan peraturan Mahkamah Agung No. 1 Tahun 1990 yang membuka kemungkinan untuk dieksekusinya putusan arbitrase asing di Indonesia. Hal ini tentunya menjadi pertimbangan bagi pihak franchisor jika pemutusan sengketa diserahkan kepada arbitrase luar negeri. Khususnya apabila barang – barang kekayaan milik franchisee yang akan dimintakan eksekusinya untuk memenuhi putusan itu terletak di Indonesia.

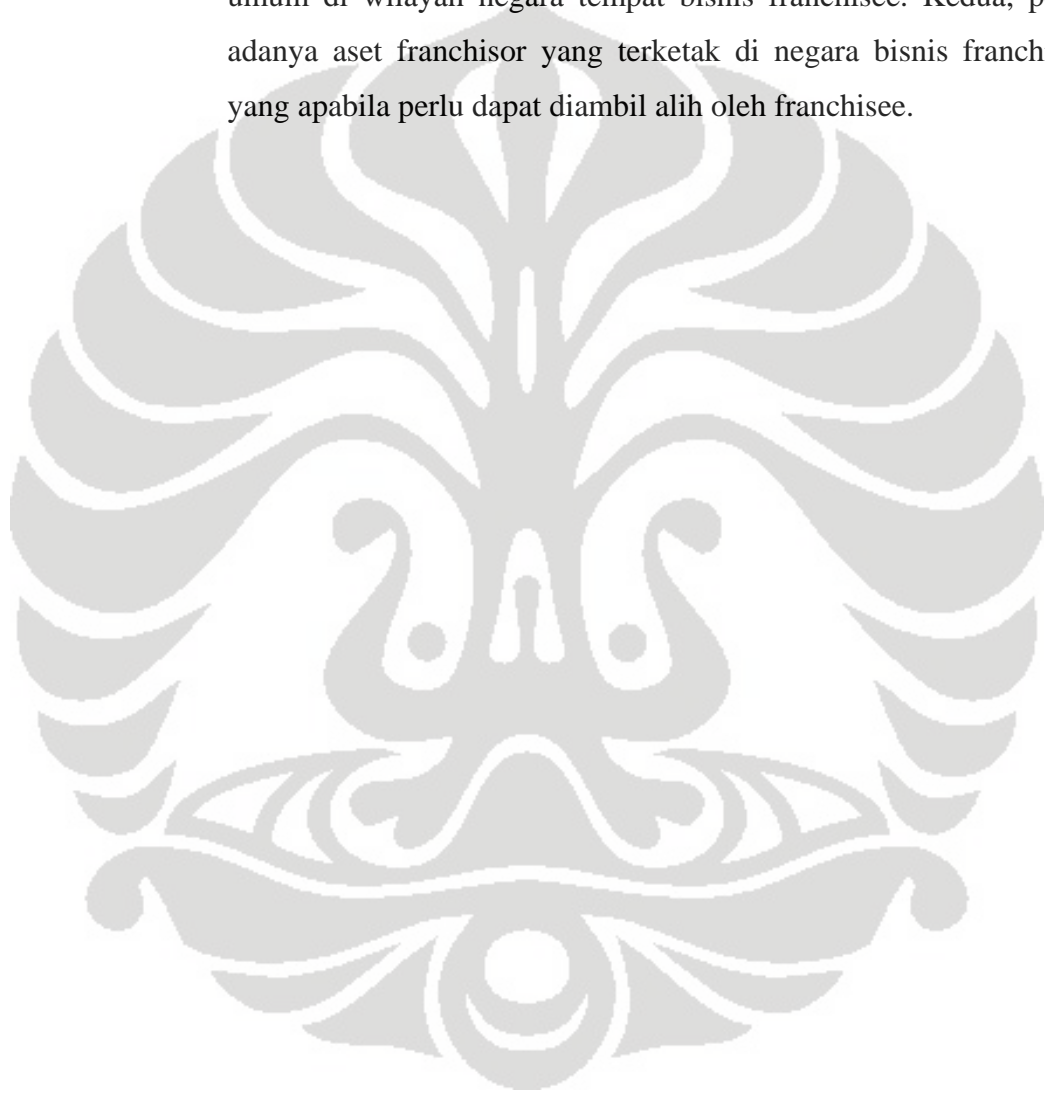
Mengenai tata cara atau prosedur yang digunakan di dalam arbitrase, para pihak dapat memilih prosedur yang terdapat dalam RV maupun yang disediakan oleh arbitrase yang terdapat di Indonesia, misalnya Badan Arbitrase Nasional Indonesia maupun di luar negeri, misalnya *International Chamber of Commerce* (ICC) di Paris, *United Nation Commission on International Trade Law* (UNCITRAL), *Arbitration Rules*, atau prosedur lainnya sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku.

Pilihan hukum yang dapat dipaksakan di Indonesia tentunya menguntungkan franchisor, apabila aset franchisee perlu diambil secara paksa oleh hukum. Franchisee juga dapat berbuat demikian terhadap franchisor, jika ada aset milik franchisor yang berada di Indonesia³².

Dari uraian yang telah dikemukakan, kerugian dari pemutusan hubungan franchise yang tidak direncanakan dapat

³² Sutedi. *op.cit.*, hal 145-146

ditekan melalui pencantuman aturan di dalam perjanjian yang mengikat kedua belah pihak. Untuk menekan kerugian dari pemutusan hubungan yang tidak direncanakan, maka dalam merumuskan perjanjian franchise perlu diperhatikan beberapa hal, yaitu sebagai berikut. Pertama, perjanjian franchise yang dibuat harus berdasarkan peraturan perundang – undangan yang berlaku umum di wilayah negara tempat bisnis franchisee. Kedua, perlu adanya aset franchisor yang terketak di negara bisnis franchisee yang apabila perlu dapat diambil alih oleh franchisee.



BAB 3

FRANCHISE DAN RUANG LINGKUPNYA

A. Pengertian Franchise

Secara bebas dan sederhana, franchise didefinisikan sebagai hak istimewa (*previlege*) yang terjalinkan dan atau diberikan oleh pemberi franchise (*franchisor*) kepada penerima franchise (*franchisee*) dengan sejumlah kewajiban atau pembayaran. Dalam format bisnis, pengertian franchise adalah pengaturan bisnis dengan sistem pemberian hak pemakaian nama dagang oleh franchisor kepada pihak independen atau franchisee untuk menjual produk atau jasa sesuai dengan kesepakatan.¹

Franchise, pilihan kata yang dijadikan padanan kata franchise, oleh Tim Analisa dan Evaluasi kebiasaan di Bidang Perdagangan Franchise diartikan sebagai keuntungan istimewa, dijelaskan lebih lanjut dalam hasil laporan tersebut mengenai istilah franchise, diartikan sebagai suatu sistem keterkaitan usaha dengan memberikan keuntungan istimewa yang pada halaman berikutnya dicantumkan definisi mengenai franchise, yaitu metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik dari metode yang dijual ini disebut “franchisor” dan pembeli yang menggunakan metode tersebut disebut sebagai “franchisee”. Jika kita pahami definisi franchise yang dimaksudkan disini merupakan suatu metode atau cara dari pendistribusian barang dan jasa yang dijual oleh pemilik barang dan jasa kepada si peminat barang dan jasa yang berkehendak untuk mendistribusikan barang dan jasa yang dimaksud selanjutnya, sehingga yang dijual adalah metodenya.²

¹ “BR. Internasional,” Asal – usul Franchise “, (<http://www.brindonesia.com>), diunduh 4 September 2010.

² Citra Ariesta Widyastuty,” Perlindungan hukum terhadap penerima franchise (*franchisee*) atas perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pemberi franchise (*franchisor*). Analisis kasus antara PT. Raja Boga Sukses dengan Breadstory by Jun Pte.Ltd.”. (Tesis magister kenotariatan Universitas Indonesia, Depok, 2006),hal. 20 -21

Dari paparan mengenai pengertian franchise dapat digambarkan bahwa (Golzen & Barrow, 1986 : 16)

- a) Keharusan adanya perjanjian (ikatan kontrak) kerjasama tertulis yang mencakup semua hal yang telah disepakati bersama oleh franchisor (pemberi franchise) kepada franchisee (penerima franchise).
- b) Pihak penerima franchise wajib melaksanakan franchisenya dengan mempergunakan sistem, metode atau prosedur yang telah ditetapkan secara baku oleh pemberi franchise.
- c) Penerima franchise diizinkan (dalam keadaan kendali pemberi franchise) untuk beroperasi dengan memanfaatkan nama / merek dagang, format atau prosedur serta segala reputasi yang dimiliki oleh pemberi franchise.
- d) Penerima franchise wajib memberi fee atau royalti kepada pemberi franchise atas hal yang diperolehnya serta bantuan yang diberikan pemberi franchise.
- e) Penerima franchise berhak memperoleh eksklusifitas atas daerah pemasaran tertentu dari pemberi franchise sebagai satu – satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkannya. Dalam hal ini tidak ada penyertaan modal (*equity participation*) dan pemberi franchise pada outlet atau produk yang dikelola penerima franchise.
- f) Penerima franchise harus memiliki dan berhak secara penuh untuk mengelola bisnisnya sendiri.
- g) Hubungan erat antara pemberi franchise dengan penerima franchise bukan merupakan hubungan antara perusahaan induk (*holding company*) dengan cabangnya atau antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.³

Amerika dan Inggris memiliki perbedaan di dalam mendefinisikan pengertian franchise. Amerika Serikat melalui IFA (*International Franchise Association*) mendefinisikan franchise sebagai hubungan kontraktual antara franchisor dan franchisee. Franchisor berkewajiban menjaga kepentingan secara kontinyu pada bidang usaha yang dijalankan franchisee, misalnya lewat pelatihan,

³ Bennedictus Arnold Simangunsong, “ Franchise Media (Media Franchise) , “Jurnal ilmiah Universitas Pelita Harapan 6(1)April 2003,hlm.62-63.

dibawah merek dagang yang sama dengan format dan standart operasional atau kontrol franchisor, dimana franchisee menanamkan investasi pada usaha tersebut dari sumber dananya sendiri. Sementara itu, British Franchise Association mendefinisikan franchise sebagai garansi lisensi kontraktual oleh satu orang (franchisor) ke pihak lain (franchisee) dengan mengizinkan atau meminta franchisee menjalankan usaha dalam periode tertentu pada bisnis yang menggunakan merek yang dimiliki oleh franchisor.⁴

Menurut Black's Law Dictionary, franchise diartikan sebagai :

- a) *A special privilege to do certain things conferred by government on individual or corporation, and which does not belong to citizens generally of common rights, e.g. right granted to offer cable televisions services.*
- b) *In its simple terms, a franchise is a license from owner of a tredemark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark.*
- c) *More broadly stated, a franchise has envolved into a elaborate agreement under which the franchisee undertakes to condct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the franchisor , and the franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising promotion and other advisory services".⁵*

Pengertian franchise di dalam Black's Law Dictionary menekankan kepada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan nama dagang franchisor, di mana pihak franchisee berkewajiban untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh franchisor. Dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan

⁴ Sutedi,*op.cit*, hal. 7.

⁵ H.C.Black, Black's Law Dictionary ,(Sint Paul Minn : West Publishing Co.,1991) hal. 454.

standart, franchisor akan memberikan bantuan pemasaran, promosi, maupun bantuan teknis lainnya agar franchisee dapat menjalankan usahanya dengan baik.

Pemberian franchise ini didasarkan pada suatu *franchise agreement*, yang menurut Black's Law Dictionary adalah :

Generally an agreement between a supplier of a product or service or an owner of a desired trademark or copyright (franchisor), and a reseller (franchisee) under which the franchisee agrees to sell the franchisor product or service or to business under the franchisor's name.

Dalam pengertian yang demikian dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa penerima franchise juga menjalankan usahanya sendiri tetapi dengan mempergunakan nama dagang atau merek jasa dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi franchise oleh penerima franchise membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha franchise adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dalam kegiatan usaha lainnya (milik penerima franchise). Ini berarti pemberian franchise menurut eksklusivitas, dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *non-competition clause* bagi penerima franchise, bahkan setelah perjanjian franchise nya berakhir.

Pengertian mengenai eksklusivitas tersebut diatas dapat ditelusuri lebih jauh dari pengertian *Franchised Dealer* dalam Black's Law Dictionary, dimana dikatakan bahwa franchise dealer adalah :

A retailer who sells product or service of manufactureer or supplier under a Franchise agreement which generally protects the territory for the retailer and provides advertising and promotion support to him.

Pengertian *Franchised Dealer* diatas menunjukkan bahwa eksklusivitas yang diberikan oleh penerima franchise juga ternyata diimbangi oleh pemberian eksklusivitas oleh pemberi franchise kepada penerima franchise atas suatu wilayah kegiatan tertentu.

Makna eksklusivitas yang diberikan dalam Black's Law Dictionary, juga diakui dalam Kamus Istilah Keuangan dan Investasi karya John Downes dan Jordan Elliot Goodman yang memberikan arti bagi franchise (hak kelola) sebagai:⁶

1. Suatu hak khusus yang diberikan kepada dealer oleh suatu usaha manufaktur atau organisasi jasa franchise, untuk menjual produk atau jasa pemilik franchise di suatu wilayah tertentu, dengan atau tanpa eksklusivitas.
2. Pengaturan seperti itu kadang kala diresmikan dalam suatu *franchise agreement* (perjanjian hak kelola), yang merupakan kontrak antara pemilik hak kelola dengan pemegang hak kelola.
3. Kontrak menggariskan bahwa yang disebutkan pertama dapat menawarkan konsultasi, bantuan promosional, pembiayaan dan manfaat lain dalam pertukaran dengan suatu presentasi dari penjualan atau laba.
4. Bisnis dimiliki pemegang hak kelola yang biasanya harus memenuhi suatu persyaratan investasi tunai awal.

Dapat dilihat bahwa pengertian yang diberikan dalam Kamus Istilah Keuangan dan Investasi tersebut lebih menekankan pada pemerian konsultasi, bantuan operasional, dan pembiayaan serta manfaat lain yang diberikan oleh pemberi franchise kepada penerima franchise dengan pertukaran suatu presentase dari penjualan atau laba (royalti) dari penerima waralan kepada pemberi franchise.

Dalam dictionary of Marketing Terms oleh Betsy-Ann Toffler dan Jane Imber, franchise diartikan sebagai⁷ :

- a) *license granted by a company (the franchisor) to an individual or firm (the franchisee) to operate retail, food, or drug outlet where the franchisee agrees to use the franchisor's*

⁶ Widajaja,*op.cit*, hal. 9.

⁷ Widajaja,*op.cit*,hal.9.

name; products; services; promotions; selling, distribution, and display methods; and other company support.

- b) *Right to market a company's goods or services in a specific territory, which rights has been granted by the company to an individual, group or individuals, marketing group, retailer, or wholesaler.*
- c) *Specific territory or outlet involved in such a right.*

Pengertian tersebut dibedakan dari makna Brand Franchise yang dirumuskan sebagai⁸:

- a) *Arrangement between a brand name manufacturer and a wholesaler retailer that gives the wholesaler or retailer the exclusive right to sell the brand manufacturer's product in a specific territory.*
- b) *The arrangement is usually done by contractual agreement cover a period of time.*
- c) *A brand franchise allows the wholesaler or retailer to sell the product in a noncompetitive market and therefore to set price limitations as the traffic will bear.*

Dalam hal ini dapat dijelaskan bahwa franchise melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi franchise termasuk di dalamnya hak untuk mempergunakan merek dagang, pengertian franchise (yang umum) ini dibedakan dari franchise nama dagang yang memang mengkhususkan diri pada perizinan penggunaan nama dagang dalam rangka pemberian izin untuk melakukan penjualan produk pemberi franchise dalam suatu batas wilayah tertentu, dalam suatu pasar yang bersifat non-kompetitif. Makna yang terakhir ini menyatakan bahwa dalam pemberian franchise, nama dagang seringkali terikat dengan kewajiban untuk memenuhi

⁸ *Ibid.*, hal.10.

persyaratan penentuan harga yang telah ditetapkan dan digariskan oleh pemberi franchise. Eksklusivitas dan penentuan harga yang relatif seragam ini perlu mendapat perhatian khusus pada negara – negara yang sudah memberikan pengaturan mengenai anti - trust.

Pengertian franchise juga diberikan oleh Wilbur Cross dalam Dictionary of Business Terms yang merumuskan franchise sebagai⁹ :

A business enterprise that is established under the authority and jurisdiction of parent company, known as franchiser, and subject to the latter's operational policies, procedures, and stipulations. The concept of franchising dates back to mediaeval times when Lords of the land granted the right to one of their knights to govern part of their domain. Markets and fairs were also conducted under franchise, as were certain other commercial activities. Today the terms of a franchise contract may include such items as rates and services to be provided by the grantee, payments to the grantor, and provisions for termination of the franchise. Municipalities grant franchises to public utility companies giving them monopolies in electrical, gas, or telephone services but reserving the right to regulate them. Common forms of business in which franchise thrive are retail operations, services, automobile dealership, and greeting card shops. The franchiser furnishes the franchisee with its name and trademark, architectural design, and operating procedures. Approximately one out of every three dollars in the retail field goes to a franchise operation.

Adapun yang dimaksud dengan penerima franchise adalah¹⁰ :

⁹ *Ibid.*,hal.11.

¹⁰ *Ibid.*,hal12.

The individual or firm that consents to operate a franchise from a parent company, under a license with exclusive rights to sell products or perform services within a designated geographical territory.

Dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa pada dasarnya franchise merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, franchise menekankan pada kewajiban untuk mempergunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal – hal lain yang telah ditentukan oleh pembeli franchise secara eksklusif serta tidak boleh dilanggar ataupun diabaikan oleh pemberi lisensi. Hal ini mengakibatkan bahwa franchise cenderung bersifat eksklusif. Seorang atau suatu pihak yang menerima franchise tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berada dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha franchise yang diperolehnya dari pemberi franchise. *Non – competition* merupakan suatu issue yang sangat penting dalam franchise.

B. Sejarah Franchise

Konsep franchise muncul sejak 200 tahun sebelum masehi. Saat itu, seorang pengusaha China memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu.¹¹ Kemudian, di Perancis pada tahun 1200 – an, penguasa negara dan penguasa gereja mendelegasikan kekuasaan mereka kepada para pedagang dan ahli pertukangan melalui apa yang dinamakan “*diartes de franchise*“, yaitu hak untuk menggunakan atau mengolah hutan yang berada di bawah kekuasaan negara atau gereja. Namun pada dasarnya penyelenggaraan sistem franchise yang berlaku pada saat ini berasal dari Amerika Serikat.¹²

¹¹ Anonymous, *Bisnis Franchise Indonesia* (Franchise News), 3 Oktober 2006.

¹² Sutedi.*op.cit.*, hal. 1.

Di Amerika Serikat, franchise mulai dikenal kurang lebih dua abad yang lalu ketika perusahaan – perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan – perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Sistem franchise di Amerika Serikat pertama kali dimulai pada tahun 1851. Pada saat itu, di Amerika Serikat timbul apa yang dinamakan sistem franchise Amerika generasi pertama, yang disebut sebagai *straight product franchising* (franchise produksi murni). Pada mulanya, sistem ini berupa pemberian lisensi bagi penggunaan nama pada industri minuman (Coca - Cola), kemudian berkembang sebagai sistem pemasaran pada industri mobil (General Motors). Kemudian, sistem franchise ini dikembangkan oleh produsen bahan bakar, yang memberikan hak franchise kepada pemilik pompa bensin sehingga terbentuk jaringan penyediaan untuk memenuhi suplai bahan bakar dengan cepat.¹³

Setelah perang dunia ke II, di Amerika Serikat berkembang sistem franchise generasi kedua, yang disebut sebagai *entire business franchising*. Dalam sistem yang semakin berkembang ini, ikatan perjanjian tidak hanya lagi mengenai satu aspek produksi, tetapi cenderung meliputi seluruh aspek pengoperasian perusahaan pemberi franchise. Pemberi franchise (*franchisor*) membawa satu paket prestasi kepada penerima franchise (*franchisee*) berupa bentuk atau suatu dekorasi tempat usaha, konsep kebijakan perusahaan, dan sistem manajemen atau organisasi perusahaan. Franchisor mengarahkan dan “meleburkan“ para franchisee ke dalam suatu sistem yang telah franchisor tetapkan.

Setelah berakhirnya perang dunia ke II, tepatnya pada tahun 1960 – an, franchise mengalami *booming* di Amerika Serikat. Namun, setelah mengalami *booming* banyak terjadi praktik penipuan bisnis yang mengaku sebagai franchise, salah satunya dengan cara menjual sistem bisnis franchise yang ternyata tidak teruji keberhasilannya di lapangan. Selain itu, franchisor lebih fokus untuk menjual usaha franchise milik mereka sendiri dibandingkan membangun dan menyempurnakan sistem bisnisnya. Oleh karena itu, banyak investor (franchisee)

¹³ Anonymus, *Franchise dan pengertiannya* (Harian Pikiran Rakyat), 3 Februari 2007.

baru yang gagal karena modus ini. Hal inilah yang menjadi salah satu pendorong terbentuknya IFA pada tahun 1960.¹⁴

Salah satu tujuan didirikannya IFA adalah untuk menciptakan iklim industri bisnis franchise yang dapat dipercaya, oleh karenanya IFA menciptakan kode etik franchise sebagai pedoman bagi anggota – anggotanya. Walaupun demikian, kode etik franchise masih perlu didukung oleh perangkat hukum agar dapat memastikan tiap – tiap pihak dalam industri ini dilindungi.

Pada tahun 1978, Federal Trade Commission (FTC) mengeluarkan peraturan yang mewajibkan setiap franchisor yang akan memberikan penawaran peluang franchise kepada publik untuk memiliki UFOC (*Uniform Franchise Offering Circular*). UFOC adalah dokumen yang berisi lengkap mengenai peluang bisnis.

Franchise yang ditawarkan, seperti : sejarah bisnis pengelola, hal yang berkaitan dengan hukum, perkiraan investasi, deskripsi konsep bisnis, dan salinan perjanjian franchise. Selain itu, daftar nama alamat dan nomor telepon dari pemilik franchise adalah informasi yang diwajibkan. UFOC bertujuan untuk menyampaikan informasi yang cukup mengenai perusahaan untuk membantu calon franchisee dalam mengambil keputusan.

Franchise dengan cepat menjadi model yang dominan dalam mendistribusikan barang dan jasa di Amerika Serikat. Menurut The International Franchise Association, sekarang ini satu dari dua belas usaha perdagangan di Amerika Serikat adalah franchise. Franchise menyerap delapan juta tenaga kerja dan mencapai empat puluh satu persen dari seluruh bisnis eceran di Amerika Serikat. Franchising kemudian berkembang dengan pesat karena metode pemasaran ini digunakan oleh berbagai jenis usaha, seperti restoran, bisnis retail, salon rambut, hotel, dealer mobil, stasiun pompa bensin, dan sebagainya.

Perkembangan sistem franchise yang demikian pesat terutama di negara asalnya Amerika Serikat, menyebabkan franchise digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35% dari keseluruhan usaha ritel yang ada di Amerika Serikat. Sedangkan di Inggris, berkembangnya franchise dirintis

¹⁴ Anonymus, *Sejarah Franchise* (<http://www.wirusaha.com>), diunduh 22 September 2010.

oleh J. Lyons melalui usahanya Wimoy and Golden Egg, pada tahun 1960 – an. Bisnis franchise tidak mengenal diskriminasi. Pemilik franchise (franchisor) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA.

Saat ini di Amerika Serikat terdapat sekitar 4.500 franchisor yang beroperasi dengan 600.000 outlet di seluruh dunia. Setiap outlet franchise baru dibuka di suatu tempat di Amerika Serikat setiap 8 menit dan di suatu tempat di dunia setiap 6,5 menit. Franchise mencakup 43% dari seluruh penjual eceran, berjumlah lebih dari US \$ 810 miliar, dan bisnis franchise mempekerjakan lebih dari 8 juta orang di lebih dari 70% industri utama.¹⁵

Walaupun franchisor dipopulerkan di negara Amerika Serikat, namun asal mula kata franchise berasal dari Eropa, yaitu Perancis dan Inggris. Kata franchise sendiri bermakna “kebebasan“ (*freedom*). Pada masa itu bangsawan diberikan wewenang oleh raja untuk menjadi tuan tanah pada daerah – daerah tertentu. Pada daerah tersebut, sang bangsawan dapat memanfaatkan tanah yang dikuasainya dengan imbalan pajak atau upeti yang dikembalikan kepada kerajaan. Sistem tersebut menyerupai royalti, seperti layaknya bentuk franchise saat ini.

C. Hubungan Franchise dengan Hak Kekayaan Intelektual

Selama ini lisensi merupakan media utama dalam mengkomersialkan Hak Kekayaan Intelektual (HKI). Karenanya, dalam peraturan undang-undang tentang HKI diatur pula ketentuan mengenai lisensi seperti lisensi paten, lisensi merk, lisensi rahasia dagang, lisensi desain industri, lisensi desain tata letak sirkuit terpadu dan lisensi hak cipta. Namun, bisnis dengan media lisensi ini ada juga kekurangannya. Prof. Mohamad Hanapi Mohamad, seorang pakar Multi National Company (MNC), berpendapat bahwa lisensi memiliki kekurangan yaitu perusahaan pemberi lisensi mempunyai kelemahan mengontrol pengeluaran, pemasaran dan strategi bisnis yang dilakukan oleh perusahaan penerima lisensi. Di samping kelemahan tersebut juga ada kekhawatiran lain, yaitu apabila setelah

¹⁵ Sutedi. *Op.cit.*, hal. 5.

berakhirnya kontrak lisensi, teknologi yang dilisensikan dapat dipublikasi sehingga menyaingi dan merugikan pihak pemberi lisensi. Kelemahan yang ada pada lisensi tersebut mendorong perusahaan untuk menggunakan media lain yang lebih efektif untuk mengkomersialkan dan menawarkan HKI. Media yang banyak diminati untuk saat ini adalah franchise. Franchise sebagai pilihan media efektif memasarkan HKI dapat dikatakan tepat, mengingat beberapa hal sebagai berikut:

- a. Obyek franchise, salah satunya diantaranya adalah HKI. Hal ini dapat dilihat dari ketentuan Pasal 3 huruf f Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 jo. Pasal 2 ayat (1) huruf f Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M/-DAG/PER/8/2008, yang mengatur bahwa salah satu kriteria franchise adalah adanya HKI yang telah terdaftar.
- b. Pada franchise, pemberi franchise tidak akan kehilangan faktor kontrol perusahaan, baik melalui kegiatan bimbingan dan pembinaan, maupun melalui standar Operasional Prosedur (SOP) yang telah ditetapkan pemberi franchise, yang harus ditaati dan dijalankan oleh penerima franchise.

Selain hal tersebut, franchise juga dapat dikomersialkan/memasarkan HKI manakala lisensi tidak dapat melakukannya. Kesiapan franchise untuk menjadi media pemasaran/komersialisasi HKI juga ditunjukkan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/M-DAG/PER/8/2008, sebagai berikut :

- Dalam penjelasan pasal 3 huruf f Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 diatur bahwa yang dimaksud dengan HKI yang telah terdaftar adalah HKI yang terkait dengan usaha seperti merek dan/ atau hak cipta dan/ atau paten dan/ atau lisensi dan/atau rahasia dagang yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Aturan ini jelas sangat membantu pemilik HKI untuk memasarkannya dengan media franchise, karena HKI yang sedang dalam proses pendaftaran di Dirjen HKI Departemen Hukum dan HAM sudah dapat di-franchise-kan. Pemberian fasilitas ini dilatarbelakangi proses pendaftaran HKI sampai dengan

turunnya sertifikat memakan waktu yang cukup lama, sehingga dikhawatirkan pengusaha kehilangan momentum bisnis.

- Pasal 5 Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 mengatur klausula yang harus ada dalam perjanjian franchise, dimana dalam huruf b ditegaskan mengenai jenis HKI (yang di-franchise-kan). Ketentuan ini kemudian dijabarkan lebih lanjut dalam lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan No. 31/M-DAG/PER/8/2008 yang mengatur bahwa perjanjian franchise paling sedikit memuat : jenis HKI, yaitu jenis HKI pemberi franchise, seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet/gerai, sistem manajemen/pemasaran atau racikan bumbu masakan yang difranchisekan.¹⁶

Dengan beranjak pada rumusan, pengertian, dan konsep franchise yang telah dijelaskan dapat diketahui bahwa pemberian franchise senantiasa terkait dengan pemberian hak untuk menggunakan dan atau memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual tertentu. Hak milik intelektual (*intellectual property rights*) atau disebut juga hak milik immaterial adalah hak milik yang tercipta dari karya, kreasi, daya pikir, atau intelektualita seseorang. Perjanjian franchise mengakibatkan adanya pemberian hak untuk menggunakan sistem franchise yang bersangkutan. Pemberian hak – hak tersebut adalah sebagai berikut :¹⁷

1) Hak merek

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf – huruf, angka – angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur – unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang dan jasa.¹⁸ Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang – undang Merek No. 15 Tahun 2001, suatu merek dianggap sah apabila merek itu telah didaftarkan dalam daftar merek. Pihak pertama yang mendaftarkan berhak atas merek dan secara eksklusif dapat memakai merek tersebut, sedangkan

¹⁶ “Franchise media efektif memasarkan HKI”, “ bisnisukm.com/franchise-media-efektif-memasarkan-hki.html”, diunduh 19 September 2010.

¹⁷ Ibid., hal.98-106.

¹⁸ Indonesia, *Undang – undang Tentang Merek*, No. 15 Tahun 2001. LN No. 110 Tahun 2001, TLN 4131 No. ,ps.1 ayat (1).

pihak lain tidak boleh memakainya, kecuali dengan izin tanda pendaftaran, tidak akan ada hak atas merek. Hal ini tercantum dalam pasal 3 Undang – undang Merek No. 15 Tahun 2001 yang menyatakan bahwa *hak atas merek adalah hak khusus yang diberikan negara kepada pemilik merek yang terdaftar dalam daftar merek umum untuk jangka waktu tertentu menggunakan sendiri merek itu atau memberi izin kepada seseorang atau beberapa orang secara bersama – sama atau badan hukum atau menggunakannya.*¹⁹ Dari undang – undang tersebut perlu dijelaskan bahwa penggunaan merek berbeda dengan kepemilikan merek.

Tidak semua merek dapat didaftarkan. Pasal 4 Undang – undang Merek No. 15 Tahun 2001 menyatakan merek tidak dapat didaftar atas dasar permohonan yang diajukan oleh pemohon yang tidak beritikad baik. Suatu merek tidak dapat didaftarkan apabila merek tersebut mengandung salah satu unsur sebagaimana dimaksud dalam pasal 5, yaitu :

- Bertentangan dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, atau ketertiban umum;
- Tidak memiliki daya pembeda;
- Tidak menjadi milik umum; atau
- Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya.

Lebih lanjut lagi, dapat dikatakan bahwa merek yang dilisensikan adalah merek yang harus mempunyai perbedaan dengan merek – merek lainnya yang telah terdaftar pada kantor merek dan karenanya memperoleh perlindungan hukum sendiri.

Menurut Pasal 40 ayat 1 Undang – undang Merek No. 15 Tahun 2001, kepemilikan merek dapat diperoleh dengan cara pewarisan, wasiat, hibah, perjanjian atau sebab – sebab lain yang dibenarkan oleh undang – undang. Sedangkan pemakaian merek dapat dilakukan oleh pemilik sendiri, maupun oleh orang lain dengan izin pemilik merek. Izin ini dapat

¹⁹ Indonesia, *Undang – undang Tentang Merek*, No. 15 Tahun 2001. LN No. 110 Tahun 2001, TLN 4131 No. ,ps.3.

diperoleh melalui lisensi maupun franchise. Apabila seseorang memakai merek orang lain tanpa izin pemilik merek, maka pemilik merek dapat menuntut pemakai merek tanpa izin itu. Tuntutan itu dapat dilakukan berdasarkan hukum perdata maupun hukum pidana. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang terdapat di dalam Pasal 72 sampai dengan Pasal 77 Undang – undang Merek No. 15 Tahun 2001.

2) Hak paten

Berdasarkan Undang – undang No. 14 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa paten adalah *hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada investor atau hasil investasinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri investasinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.*

Selanjutnya pada pasal 1 ayat 2 dijelaskan bahwa lisensi adalah ide investor yang dituangkan ke dalam suatu kegiatan pemecahan masalah yang spesifik di bidang teknologi dapat berupa produk atau proses, atau penyempurnaan dan pengembangan produk atau proses. Dari pasal ini dapat disimpulkan bahwa invensi atau penemuan adalah kegiatan pemecahan masalah tertentu di bidang teknologi yang dapat berupa :

- a. Proses produksi, atau
- b. Hasil produksi, atau
- c. Penyempurnaan proses produksi, atau
- d. Penyempurnaan hasil produksi, atau
- e. Pengembangan proses produksi, atau
- f. Pengembangan hasil produksi.

Pada Pasal 7 Undang – undang Paten dijelaskan bahwa paten tidak diberikan untuk investasi tentang :

- Poses atau produk yang pengumuman dan penggunaan atau pelaksanaannya bertentangan dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku, moralitas agama, ketertiban umum, atau kesusilaan;
- Metode pemeriksaan, perawatan, pengobatan dan atau pembedahan yang diterapkan terhadap manusia dan atau hewan;
- Teori mengenai metode di bidang ilmu pengetahuan dan matematika; atau

- Semua makhluk hidup kecuali jasad renik
- Proses biologis yang essential untuk memproduksi tanaman atau hewan, kecuali proses non – biologis atau proses mikrobiologis.

Pasal 16 Undang – undang paten menyatakan bahwa apabila ada seseorang memakai dan atau melaksanakan hak paten milik orang lain, yaitu pemakaian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari paten, maka perbuatannya itu tidak sah sehingga dapat dituntut.

Pasal 118 ayat 1 Undang – undang paten menjelaskan bahwa pelanggaran terhadap paten dapat dituntut secara perdata dan pidana. Pemegang paten atau penerima lisensi berhak mengajukan gugatan ganti rugi kepada pengadilan niaga setempat terhadap siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan yang sebagaimana dimaksud dalam pasal 16.

Disamping itu, siapapun yang melanggar hak pemegang paten dengan melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud di dalam pasal 16 dapat dituntut secara pidana, yaitu dipidana penjara dengan pidana paling lama 4 (empat) tahun dan atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah). Pada paten sederhana, apabila melakukan salah satu tindakan sebagaimana dimaksud di dalam pasal 16 dipidana dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan atau denda paling banyak Rp250.000.000,00 (dua ratus lima puluh juta rupiah).

Pasal 66 Undang – undang Hak Paten menjelaskan bahwa suatu paten dapat beralih atau dialihkan baik seluruhnya maupun sebagian karena pewarisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis atau sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang – undangan.

3) Hak Cipta

Pengaturan hak cipta ditemui di dalam Undang – undang No. 19 Tahun 2002. Berdasarkan pasal 1 ayat 1 Undang – undang Hak Cipta dijelaskan bahwa hak cipta adalah *hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan – pembatasan menurut peraturan perundang – undangan yang berlaku.*

Selanjutnya di dalam Pasal 1 ayat 2 dijelaskan bahwa hak *cipta diberikan kepada pencipta atau penerima atas suatu ciptaan*. Pencipta adalah seorang atau beberapa orang secara bersama – sama yang atas inspirasinya melahirkan suatu ciptaan berdasarkan kemampuan pikiran, imajinasi, kecekatan, keterampilan, atau keahlian yang dituangkan ke dalam bentuk yang khas dan bersifat pribadi. Pada pasal 1 ayat 3 dijelaskan bahwa *ciptaan adalah hasil setiap karya pencipta yang menunjukkan keasliannya dalam lapangan ilmu pengetahuan, seni, atau sastra*. Dalam pasal 1 ayat 4 dijelaskan bahwa pemegang hak cipta adalah *pencipta sebagai pemilik hak cipta, atau pihak yang menerima hak tersebut dari pencipta, atau pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak yang menerima hak tersebut*.

Undang – undang merek memberikan penegasan bahwa tidak ada hak ciptaan atas :

- Hasil rapat terbuka lembaga – lembaga negara,
- Peraturan perundang – undangan,
- Pidato kenegaraan atau pidato pejabat pemerintah,
- Putusan pengadilan atau penetapan hakim, dan
- Keputusan badan arbitrase atau keputusan badan – badan sejenis lainnya.

Hak dari ciptaan dapat beralih kepada orang lain melalui lima cara, yaitu warisan, hibah, wasiat, perjanjian tertulis, atau sebab – sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang – undangan.

Setiap orang yang mempergunakan ciptaan orang lain tanpa izin pencipta dapat dituduh sebagai perbuatan kejahatan dan ditindak dengan ketentuan pidana yang sebagaimana terdapat di dalam pasal 72 dan pasal 73.²⁰

4) *Confidential Information* dan *Know How*

Franchise juga melibatkan pemberian *confidential information* dan *know how* dari pihak franchisor kepada pihak franchisee. Sebagai pengganti istilah *confidential information* terkadang juga dapat digunakan istilah “

²⁰ *Ibid.*, hal. 105.

rahasia dagang “ (*trade secrets*). Unsur rahasia dagang memiliki peranan yang sangat penting terutama dalam franchise yang termasuk dalam *chain – style business*, contohnya resep pembuatan Kentucky Fried Chicken atau Pizza Hut. Namun, tidak tertutup kemungkinan pihak franchisor masih tetap menahan sebagian dari rahasia dagang dengan tujuan agar franchisee tetap bergantung kepada franchisor, misalnya dalam bentuk ramuan siap pakai. Dalam kasus tersebut, pihak franchisee harus tetap menggunakan ramuan siap pakai dari franchisor, tanpa mengetahui cara meraciknya. Semua bergantung kepada perjanjian franchise.

Dalam konteks pemberian hak penggunaan rahasia dagang, maka rahasia dagang tersebut haruslah sesuatu yang unik dan berbeda dari bentuk – bentuk format, formula, ciri khas, metode, tata cara, prosedur atau sistem yang bersifat khas lainnya serta memiliki nilai jual serta komersial. Sesuatu yang tidak memiliki keunikan tertentu dapat dibedakan dari barang/jasa sejenisnya atau hanya terdiri dari serangkaian proses informasi yang telah tersedia untuk umum dan dapat diselenggarakan dan dilaksanakan oleh setiap orang tanpa perlu bantuan atau bimbingan khusus jelaslah tidak dapat dikatakan sebagai rahasia dagang.

Pada umumnya, *know how* dikelompokkan menjadi dua yaitu, *know how* yang dipatenkan, tetapi masih tetap dirahasiakan, dan *know how* yang tidak dipatenkan dan tetap dirahasiakan.²¹ *Confidential information* dan *know how* yang diberikan oleh pihak franchisor kepada franchisee tidak termasuk hal – hal yang bisa diminta perlindungannya berdasarkan hak paten.²²

Telah menjadi kenyataan bahwa perusahaan – perusahaan industri tidak selalu mematenkan *know how* mereka. Selain itu, memang terdapat hal – hal lain yang berada di luar ruang lingkup hak paten, seperti dalam daftar

²¹ BIRPI, *Model Law For The Protection of Technical Know How In Developing Countries*.

²² C.T. Cheong, *Franchising In Singapore* (Workshop Paper, Asean Law Associations, Denpasar, 1989)

pelanggan (*consumer list*), informasi tentang produk (*product information*), saran – saran untuk keperluan promosi (*promotional suggestions*), hasil survei pelanggan (*results of consumers surveys*), dan sebagainya. Untuk itu perlu dilakukan perlindungan terhadap pemberian confidential know how dari pihak franchisor yang belum dipatenkan.

Tidak selamanya perundingan di antara franchisor dan franchisee berakhir dengan menghasilkan suatu perjanjian franchise. Tidak jarang perundingan mengalami jalan buntu, justru pada saat – saat terakhir. Sedangkan mungkin selama masa perundingan, franchisor secara berangsur – angsur telah memberikan *confidential information* dan *know how* tentang bisnisnya kepada calon franchisee. Dalam situasi seperti ini pihak – pihak yang terlibat dalam perundingan yang memasuki fase penutupan kontrak sebenarnya berada dalam suatu hubungan hukum yang bersifat khusus sehingga dalam bertindak, masing – masing pihak harus memperhatikan kepentingan pihak lain berdasarkan rasa keadilan. Oleh karena itu, untuk menghindari adanya tuntutan, sebelum dimulainya perundingan, pada umumnya pihak yang menawarkan *know how* (franchisor) diminta oleh franchisee untuk menandatangani *declaration of indemnity*, yaitu kesediaan untuk tidak menuntut ganti rugi. Seorang sarjana Belanda bernama H. Drion, mengusulkan agar sebagai imbangannya diadakan perundang – undangan yang menetapkan bahwa pada tahap awal perundingan, perusahaan yang memanfaatkan *know how* (franchisee) diharuskan membayar sejumlah uang tertentu (sesuai kadar *disclosure* dari *know how* itu). Dalam kepustakaan Anglo Saxon, tindakan membocorkan informasi rahasia dagang dan *know how* dikenal dengan istilah *branch of confidence*.²³

Dengan pandangan bahwa di dalam franchise juga terkait dengan pemberian lisensi hak atas kekayaan intelektual dalam bentuk merek dan rahasia dagang, maka ketentuan peraturan perundang – undangan yang terkait dengan kedua hak atas kekayaan intelektual tersebut, termasuk

²³ H.C Jehoram, *Central issues on intellectual property and media law* (Tjenk wilink zwolle, 1984)

pemberian lisensi sangatlah perlu diperhatikan. Hal tersebut diperlukan untuk menciptakan dan memberikan kepastian hukum dalam berusaha tidak hanya bagi franchisor, melainkan juga bagi franchisee.²⁴

D. Pengaturan franchise di dalam Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 dan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007

Dalam pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997, franchise dirumuskan sebagai :

Perikatan di mana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut dalam rangkian penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Berdasarkan penjelasan ini memperlihatkan bahwa franchise dapat terjadi dengan adanya suatu kesepakatan berdasarkan suatu perjanjian antara pihak franchisor dan pihak franchisee.²⁵

Badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki disebut dengan pemberi franchise, sedangkan badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi franchise disebut dengan penerima franchise.²⁶ Dalam hal ini pihak franchisor adalah pemilik hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha, sedangkan pihak franchisee adalah pihak yang menjalankan (berdasarkan perjanjian) hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak franchisor. Dalam rumusan tersebut tidak tampak persyaratan bahwa berdasarkan perjanjian tersebut kedua pihak harus membentuk

²⁴ Sutedi. *Op.cit.*, hal. 108.

²⁵ Indonesia, *Peraturan Pemerintah Tentang Franchise*, PP. No 16 Tahun 1997, ps. 1 ayat (1).

²⁶ Widjaja. *Op.cit.*, hal.107

badan hukum, artinya badan hukum baru yang akan menjadi wadah usaha mereka. Dengan demikian, kedua pihak dapat memiliki badan hukum secara terpisah tanpa harus menggabungkan badan hukum yang mereka miliki.

Dari rumusan yang terdapat di dalam pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tersebut dapat diuraikan hal – hal sebagai berikut ini :

a. Franchise merupakan suatu perikatan.

Rumusan tersebut menyatakan bahwa sebagai suatu perikatan, franchise tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur di dalam Kitab Undang – undang Hukum Perdata sebagaimana telah diuraikan diatas.

b. Franchise melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan inetelektual atau penemuan atau ciri khas usaha.

Yang dimaksud hak kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, design, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Sedangkan yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha misalnya : sistem manajemen, cara penjualan, atau penataan, cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya. Ketentuan ini membawa akibat bahwa sampai derajat tertentu, franchise tidak berbeda dengan lisensi (hak atas kekayaan intelektual), khususnya yang berhubungan dengan franchise nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang dan atau jasa tertentu.

c. Franchise diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa franchise tidaklah diberikan dengan cuma – cuma. Pemberian franchise senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu. Secara umum dikenal dengan adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta pemberi franchise dari penerima franchise. Kompensasi yang pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*) dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and non – monetary compensation*).

Termasuk di dalam *direct monetary compensation* adalah :

- **Lump – sum payment**

Yakni suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu (*pre – calculated amount*) yang wajib dibayarkan penerima franchise pada saat persetujuan pemberian franchise disepakati untuk diberikan oleh penerima franchise. Pembayaran ini dapat dilakukan sekaligus maupun beberapa kali pembayaran cicilan.

- **Royalti**

Yakni pembayaran yang besar atau jumlahnya dikaitkan dengan suatu presentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksi, dan atau penjualan barang dan atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan perjanjian franchise, baik yang disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah royalti tertentu atau tidak. Besarnya royalti yang terkait dengan jumlah produksi, penjualan atau yang cenderung meningkat ini pada umumnya disertai dengan penurunan besarnya presentase royalti yang harus dibayarkan, meskipun secara absolut besarnya royalti yang dibayarkan tetap akan menunjukkan kenaikan seiring dengan peningkatan jumlah produksi, penjualan atau keuntungan penerima lisensi.²⁷

Bagi pemberian franchise lintas negara (*cross border*), masalah perpajakan menjadi pertimbangan utama dalam proses dan cara pembayaran royalti. Pada umumnya, pemberi franchise menginginkan royalti yang diterima olehnya bebas dari segala macam beban pajak dan biaya – biaya maupun ongkos – ongkos, sehingga dengan demikian pemberi franchise dapat melakukan perhitungan secara pasti akan “return” yang diharapkan dari franchise yang diberikan jika dihadapkan dengan ongkos dan biaya yang dikeluarkan untuk menghasilkan hak atas kekayaan intelektual maupun sistem atau proses atau ciri khas yang di – franchise – kan tersebut.

²⁷ Widjaja. *Op.cit.*, hal. 108 -109.

Selanjutnya yang termasuk ke dalam *indirect and non – monetary compensation*, meliputi antara lain :

- Keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang modal atau bahan mentah, bahan setengah jadi termasuk barang jadi, yang merupakan satu paket dengan pemberian franchise (yang sering kali dibuat dalam bentuk *exclusive purchase arrangement*).
- Pembayaran dalam bentuk dividen berupa bunga ataupun bunga pinjaman dalam hal pemberi franchise juga turut memberikan bantuan finansial baik dalam bentuk ekuitas (*equity participation*) atau dalam wujud pinjaman (*loan*) jangka pendek maupun jangka panjang.
- *Cost shifting* atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh pemberi franchise. Pengalihan ini biasanya dilakukan dalam bentuk kewajiban bagi penerima franchise untuk mengeluarkan segala biaya yang diperlukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran maupun untuk mempertahankan perlindungan atas hak kekayaan intelektual yang termasuk dalam paket yang di-franchise-kan kepadanya.
- Perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh penerima lisensi. Dengan ini berarti pemberi franchise memiliki akses yang lebih luas untuk mengembangkan lebih lanjut franchise yang diberikan tersebut.
- Dimungkinkannya terjadi penghematan biaya oleh pemberi franchise dalam banyak hal. Ini dimungkinkan oleh karena pada prinsipnya kegiatan operasional pelaksanaan franchise yang diberikan berada dalam pundak penerima franchise. Ini berarti pemberi franchise hanya cukup melakukan pengawasan saja terhadap jalannya pemberian franchise tersebut.²⁸

Dengan persyaratan pernyataan “berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa”. Dalam hal ini jelaslah bahwa kompensasi yang

²⁸ *Ibid.*, hal. 109 -110.

diizinkan dalam pemberian franchise menurut Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 ini hanyalah imbalan dalam bentuk *direct money compensation*.

Terbentuknya franchise atas bisnis kontraktual tersebut lebih tegas lagi dijelaskan dalam pasal 2 ayat 1 yang menyatakan bahwa franchise diselenggarakan berdasarkan perjanjian antara pemberi franchise dan penerima franchise. Sedangkan di dalam pasal 2 ayat 2 menyatakan bahwa *perjanjian franchise dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia*. Dengan adanya ketentuan pasal 2 ayat 2 di atas dapat menimbulkan keraguan pihak franchisor untuk membukan usaha franchise – nya di Indonesia karena tidak jelasnya ketentuan tersebut. Dikatakan tidak jelas karena redaksi yang menyatakan bahwa “ terhadapnya berlaku hukum Indonesia “ menimbulkan keraguan atau multitafsir. Penafsiran yang pertama adalah bahwa hukum Indonesia berlaku terhadap perjanjian franchise tersebut, sedangkan penafsiran yang kedua adalah hukum Indonesia – lah yang berlaku untuk menyelesaikan sengketa para pihak di dalam perjanjian franchise tersebut. Pada penafsiran yang pertama dapat disimpulkan pengertian bahwa yang dimaksud di dalam redaksi tersebut adalah hukum perjanjian Indonesia (KUH Perdata). Dapat diketahui bahwa bagi perjanjian franchise hukum perjanjian Indonesia (KUH Perdata belum mengaturnya). Untuk perjanjian franchise tersebut, KUH Perdata hanya dapat mengakomodasikan berdasarkan pasal 1338 KUH Perdata dan Pasal 1320 mengenai syarat sahnya suatu perjanjian. Penafsiran yang kedua adalah bahwa yang dimaksud di dalam redaksi tersebut yakni hukum Indonesia – lah hukum yang akan berlaku untuk menyelesaikan sengketa para pihak (*choice of law*). Dapat dikatakan bahwa ketentuan tersebut telah menghilangkan arti asas kebebasan berkontrak yang telah diakui secara universal karena para pihak dalam suatu kontrak diberi kebebasan untuk memilih hukum yang akan menguasai kontrak mereka. Oleh karena itu, jika ketentuan tersebut berlaku secara mutlak, besar kemungkinan pihak franchisor asing akan sulit menerimanya.

Pasal 3 ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 menyatakan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi franchise wajib menyampaikan keterangan kepada penerima franchise secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Nama pihak pemberi franchise, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya.

Keterangan mengenai pemberi franchise menyangkut identitasnya, antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat pemberi franchise, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan franchise, keterangan mengenai penerima franchise yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.

- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Franchise;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima Franchise. Persyaratan yang harus dipenuhi penerima franchise antara lain mengenai tata cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran dan pengawasan mutu.
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi franchise kepada penerima franchise. Keterangan mengenai prospek kegiatan, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian mengenai prospek yang dimaksud.
- e. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima franchise. Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan dan pedoman kerja.
- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian franchise serta hal – hal lain yang perlu diketahui penerima franchise dalam rangka pelaksanaan perjanjian franchise.

Selanjutnya pemberi franchise berdasarkan peraturan pemerintah ini diwajibkan memberikan waktu yang cukup kepada penerima franchise untuk meneliti dan mempelajari informasi – informasi yang disampaikan tersebut secara lebih lanjut.

Ketentuan pasal 3 sebagaimana yang telah dipaparkan di atas merupakan ketentuan yang sudah dikenal oleh para pelaku bisnis franchise, yaitu ketentuan adanya *disclosure* dari pihak franchisor. Ketentuan ini walaupun tidak secara keseluruhan mengadopsi ketentuan franchise di Amerika Serikat, dapat dikatakan bahwa dasar pemikiran pada pasal 3 berasal dari negara tersebut. Jika melihat latar belakang rumusan *disclosure*, dapat diketahui bahwa maksud rumusan ketentuan

tersebut adalah untuk mengetahui sejauh mana itikad baik yang akan diperlihatkan oleh pihak franchisor. Dengan demikian, berdasarkan keterangan yang diperoleh dari pihak franchisor, tanpa disadari dan secara tidak langsung pihak franchisee telah mendapatkan perlindungan hukum.

Ketentuan yang terdapat di dalam pasal 4 ayat 1 peraturan pemerintah ini menyatakan *bahwa pemberi franchise dan penerima franchise mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak – banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian franchise*. Sedangkan ketentuan pasal 4 ayat 2 menyatakan *bahwa pemberi franchise memberikan pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima franchise*. Ketentuan pasal ini bertujuan untuk menghindarkan perjanjian yang bersifat mengikat (*tie – in agreement*), yaitu mengharuskan pembelian barang atau bahan dari pihak franchisor. Misalnya, hal tersebut terjadi dengan pengusaha Amerika Serikat yang walaupun di negara pencetus franchise (Amerika Serikat) ketentuan *tie – in agreement* dilarang. Namun, karena di Indonesia belum terdapat ketentuan mengenai *tie – in agreement*, kesempatan itu dapat dipergunakan seluas – luasnya oleh pihak asing tersebut.

Ketentuan yang terdapat di dalam pasal 4 ayat 2 dimaksudkan agar terjadi *transfer of technology* atau *transfer of know how* dari pihak franchisor kepada pihak franchisee, dengan cara memberikan bimbingan, pelatihan, atau pembinaan. Bimbingan yang diberikan biasanya berupa bimbingan manajemen atau cara mengelola bisnis franchise dengan baik. Sedangkan pelatihan umumnya selain diberikan kepada franchisee, juga diberikan kepada karyawan tentang cara mengelola atau meramu resep yang diberikan. Adapun pembinaan pada umumnya diberikan franchisor secara berkala satu tahun sekali atau satu tahun dua kali sebagai evaluasi perkembangan bisnis yang dikelola franchisee. Ketentuan ini pada dasarnya merupakan ketentuan yang sudah umum dicantumkan, bahkan dapat dikatakan bahwa ketentuan ini merupakan kewajiban tersendiri oleh pihak franchisor untuk mencantumkannya. Hal ini dapat dipahami karena jika pihak franchisor tidak mencantumkan ketentuan tersebut, berarti ia telah melepaskan

tanggungjawabnya untuk mengembangkan bisnisnya, yang seharusnya dikembangkan secara bersama – sama oleh pihak franchisee.

Di dalam pasal 5 dinyatakan bahwa *dalam hal penerima franchisee diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut penerima franchisee lain, penerima franchise yang bersangkutan wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang – kurangnya satu tempat usaha untuk melakukan kegiatan usaha franchise*. Ketentuan tersebut dimaksudkan agar pihak franchisee yang mendapatkan perjanjian franchise utama (*master franchise agreement*) dari pihak franchisor, sebelum me-franchise-kan kepada pihak lain, terlebih dahulu ia diwajibkan untuk membuka tempat usahanya sendiri.²⁹

Pasal 6 Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 menjelaskan bahwa *usaha franchise dapat diselenggarakan untuk dan di seluruh wilayah Indonesia, dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah*. Dalam penjelasan pasal 6 ayat 1 dikatakan bahwa penyelenggaraan franchise pada dasarnya dilakukan secara bertahap terutama di ibukota provinsi. Pengembangan franchise di luar ibukota provinsi, seperti di ibukota Kabupaten / Kotamadya Dati II dan tempat – tempat tertentu lainnya yang memerlukan kehadiran jasa franchise dilakukan secara bertahap dan dengan memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan usaha dan tingkat pertumbuhan sosial dan ekonomi terutama dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.³⁰

Di dalam pasal 7 ayat 2 Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 bahwa *pendaftaran sebagaimana dimaksud di dalam ayat 1 dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara franchise*. Pasal ini merupakan ketentuan yang duplikasi dengan perjanjian franchise yang sudah lazim digunakan oleh para pihak di dalam bisnis franchise. Dikatakan duplikasi karena tidak jelas pembinaan apa yang dapat dilakukan oleh pemerintah terhadap bisnis dengan cara franchise. Pembinaan ini sesungguhnya akan lebih efektif jika

²⁹ Moch Basarah, *Bisnis Franchise dan Aspek – aspek Hukumnya*, cet.1, (Bandung:PT Citra Aditya Bakti, 2008), hal. 81.

³⁰ Gunawan. *Op.cit.*, hal 133

dilakukan oleh pihak franchisor, sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan karena franchisor merupakan pihak yang telah berpengalaman di dalam bisnis yang dijalankannya. Oleh karena itu, terhadap ketentuan – ketentuan yang telah terkait langsung dengan isi perjanjian sebaiknya diserahkan langsung kepada para pihak untuk melaksanakannya.

Peraturan pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang franchise menggantikan peraturan pemerintah No. 16 Tahun 1997. Lahirnya Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang franchise ini dilandasi upaya pemerintah meningkatkan pembinaan usaha franchise di seluruh Indonesia sehingga perlu mendorong pengusaha nasional, terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai franchisor nasional yang andal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas, baik franchisor dari luar dan dalam negeri guna menciptakan transparansi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan atau jasa melalui bisnis franchise. Di samping itu, pemerintah perlu memantau dan menyusun data franchise, baik jumlah maupun jenis yang di-franchise-kan. Untuk itu, sebelum franchisor membuat perjanjian franchise dengan franchisee, franchisor harus menyampaikan penawaran franchise kepada pemerintah dan calon franchise. Selain itu, apabila terjadi kesepakatan franchise, franchisor harus menyampaikan perjanjian franchise tersebut kepada pemerintah. Dengan peraturan pemerintah yang baru ini setidaknya – tidaknya dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi franchisor dan franchisee di dalam memasarkan produknya.

Dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tersebut terdapat definisi franchise, yakni *hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan pihak lain berdasarkan perjanjian franchise.*

Sesuai peraturan tersebut diharapkan bisnis franchise yang dijual di pasar benar – benar bisnis yang telah solid dan terbukti layak untuk dikembangkan oleh franchisee. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 memuat salah satu unsur

penting yakni persyaratan bisnis yang bisa di-franchise-kan yang dimuat di dalam pasal 3. Adapun persyaratan bisnisnya adalah bisnis memiliki ciri khas usaha, terbukti telah memberikan keuntungan, memiliki standar atas pelayanan barang dan atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan, serta hak atas kekayaan intelektual yang telah terdaftar..

Peminat baru bisnis franchise juga patut lega karena sesuai dengan ketentuan peraturan pemerintah yang baru ini, para franchisor tidak dapat dengan leluasa menjual, kemudian tidak memperdulikan lagi dengan bisnis franchise yang telah diserahkan kepada franchisee. Pasalnya, dalam peraturan ini terdapat kewajiban franchisor untuk memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada franchisee secara berkesinambungan. Hal ini tidak hanya sekedar simbol. Sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Franchise menanti franchisor yang tidak melakukan pembinaan kepada franchisee sebagaimana dimaksud dalam pasal 8, setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ke – 3.

Penggunaan bahasa Indonesia di dalam perjanjian merupakan hal yang penting yang harus diperhatikan untuk melindungi franchisee dalam negeri. Hal lain yang juga penting adalah bisnis franchise dapat terselenggara berdasarkan perjanjian tertulis antara franchisor dengan franchisee berdasarkan hukum di Indonesia. Hal ini telah ditegaskan berdasarkan pasal 4. Pada ayat 1 dinyatakan bahwa *franchise diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi franchise dengan penerima franchise dengan memerhatikan hukum Indonesia*. Pada ayat 2 dinyatakan bahwa *dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud dalam ayat 1 ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia*.

Perjanjian franchise tersebut harus memuat klausul alamat dan nama para pihak, jenis hak atas kekayaan intelektual, kegiatan usaha serta hak dan kewajiban semua pihak. Perjanjian tersebut juga harus mencantumkan wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tata cara pembayaran imbalan, kepemilikan dan ahli waris, penyelesaian sengketa, tata cara perpanjangan, dan pemutusan

perjanjian. Hal ini ditegaskan dalam pasal 5 yang menyatakan perjanjian franchise memuat klausul paling sedikit :

- a) Nama dan alamat para pihak,
- b) Jenis hak atas kekayaan intelektual,
- c) Kegiatan usaha,
- d) Hak dan kewajiban para pihak,
- e) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan oleh pemberi franchise kepada penerima franchise,
- f) Wilayah usaha,
- g) Jangka waktu perjanjian,
- h) Tata cara pembayaran imbalan,
- i) Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan ahli waris,
- j) Penyelesaian sengketa,
- k) Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian

Selanjutnya ketentuan yang terdapat di dalam pasal 6 ayat 1 menyatakan *perjanjian franchise dapat memuat klausul pemberian hak bagi penerima franchise untuk menunjuk penerima franchise lain*. Pasal 6 ayat 2 menyatakan *penerima franchise yang diberi hak untuk menunjuk penerima franchise lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha franchise*.

Di dalam pasal 7 (1) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 dijelaskan kewajiban dari franchisor yakni bahwa *pemberi franchise harus memberikan prospektus penawaran franchise kepada calon penerima franchise pada saat melakukan penawaran*. Adapun hal – hal yang harus terdapat di dalam penawaran prospektus adalah :

- a. Data identitas pemberi franchise
- b. Legalitas usaha pemberi franchise
- c. Sejarah kegiatan usahanya.
- d. Struktur organisasi pemberi franchise
- e. Laporan keuangan (2 tahun terakhir)
- f. Jumlah tempat usaha.
- g. Daftar penerima franchise.

h. Hak dan kewajiban franchisor dan franchisee

Lebih lanjut lagi, kewajiban franchisor juga dijelaskan di dalam pasal 8 yaitu *pemberi franchise wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima franchise secara berkesinambungan.*

Pasal 10 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 menyatakan bahwa pemberi franchise dan penerima franchise harus mendaftarkan usahanya ke Departemen Perdagangan paling lambat satu tahun sejak Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 diberlakukan yakni terhitung sejak tanggal 23 Juli 2007. Menteri perdagangan lalu menerbitkan surat tanda pendaftaran franchise apabila permohonan telah memenuhi syarat. Surat tanda pendaftaran franchise berlaku untuk jangka waktu selama 5 tahun dan dapat diperpanjang kembali tanpa dikenakan pungutan biaya. Bila surat tanda pendaftaran franchise tidak didaftarkan, maka para pihak dapat dikenakan sanksi administratif sebesar Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah) atau pencabutan STUPW (Surat Tanda Pendaftaran Usaha Franchise). Syarat franchise serta sanksi denda bagi franchisor dan franchisee yang tidak mendaftarkan diri hanya terdapat di dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007. Tujuannya adalah untuk mendidik dan menertibkan para pengusaha franchise di Indonesia agar patuh kepada peraturan perundang – undangan.

Namun, Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 memiliki kekurangan. Peraturan ini memiliki permasalahan yuridis yang dapat menjadi kendala pengembangan usaha kecil dan menengah untuk tumbuh menjadi franchisor. Peraturan pemerintah ini sangat ketat sehingga dikhawatirkan bisnis franchise tidak bisa lagi dilakukan oleh usaha kecil, tetapi hanya oleh usaha menengah dan besar.

Salah satu pasal yang dinilai sangat berpotensi menghalangi usaha kecil untuk mengembangkan usahanya dengan franchise adalah pasal 3 dan pasal 8 yang mewajibkan franchisor memberikan pelatihan, bimbingan operasional, manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada franchisee secara terus menerus. Dalam hal ini franchisor harus memiliki lembaga pelatihan sendiri yang secara logika sulit untuk dimiliki pengusaha kecil. Jika tidak dilakukan, maka franchisor

dapat diberi sanksi oleh pemerintah antara lain dengan denda Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).

Pada dasarnya ketentuan yang sebagaimana terdapat di dalam pasal 3 dan pasal 8 adalah baik, yakni setidaknya – tidaknya dapat membatasi segala jenis usaha yang mengatasnamakan franchise. Akan tetapi di sisi lain, ke dua pasal ini mengalami kekurangan. Di satu sisi pemerintah ingin memberdayakan pengusaha kecil dan menengah sebagai franchisor yang andal dan memiliki daya saing di dalam maupun di luar negeri, tetapi di sisi lain peraturan pemerintah baru itu sangat memberatkan franchisor kecil karena secara implisit maupun eksplisit, pasal 3 hanya hanya dapat dipenuhi perusahaan menengah dan besar. Usaha kecil hampir tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kriteria tersebut. Padahal, menurut Undang – undang No. 9 Tahun 1995 Tentang Usaha Kecil, definisi usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih maksimum Rp200.000.000,00 (tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha) serta omzet tahunan kurang dari Rp 1 milyar. Oleh karena itu, dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 seharusnya dicantumkan aspek hukum tentang hubungan antara franchisor dan franchisee yang lebih detail.

Namun, sebagian ahli berpendapat bahwa peraturan pemerintah ini juga memiliki sisi positif untuk menata sekaligus mengembangkan usaha kecil di Indonesia. keterlibatan pemerintah sangat diperlukan untuk menata semua usaha kecil di Indonesia agar berkembang menjadi lebih baik. Pemerintah harus mendukung perkembangan usaha franchise sehingga dapat merambah ke luar negeri. Saat ini bisnis di luar negeri baru berupa cabang rumah makan padang dan rumah makan ayam tulang lunak di beberapa negara tetangga. Beberapa usaha ada yang bentuknya berupa *joint venture* dengan perusahaan lokal, tetapi belum ada yang berupa franchise.

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 akan sangat efektif dalam menata bisnis di Indonesia untuk menjadi lebih baik, asalkan ada pembinaan dari pemerintah. Selain itu, keberadaan peraturan pemerintah ini juga dapat digunakan sebagai filter untuk membatasi maraknya peluang bisnis atau franchise yang eksistensi usahanya belum terbukti. Peraturan pemerintah ini diharapkan mampu

menjamin hak – hak franchisee yang telah menanamkan modalnya dan menertibkan peluang bisnis yang tidak layak usaha.

E. Jenis – jenis franchise

Stephen Fox membedakan franchise atas :³¹

1. Franchise produk, dan
2. Franchise format bisnis

Bisnis franchise produk diidentifikasi dengan produk atau nama dagang franchisor. Dalam franchise jenis ini franchisor adalah pembuat produk. Pada franchise produk, franchisor di samping menerima pembayaran biaya franchise dari franchisee juga akan menerima pembayaran dari barang yang dijual kepada franchisee. Rocco M. Angelo dan Andrew N. Viadimir menyebut contoh – contoh bidang usaha otomotif, bensin, dan minuman ringan menggunakan metode franchise ini. Misalnya pada bidang usaha otomotif, sebuah perusahaan otomotif memberikan hak kepada seseorang atau perusahaan tertentu untuk menjual produk – produknya berikut pelayanan purna jualnya dalam wilayah tertentu dengan menggunakan merek dagang perusahaan otomotif. Sedikit perbedaan dengan contoh di atas adalah pada perusahaan minuman ringan, sebagai franchisor memberikan hak kepada franchisee untuk melakukan pemrosesan dan pembotolan atas petunjuk – petunjuk teknis franchisor serta melakukan pemasaran dengan menggunakan merek dagang franchisor.

Sedangkan pada franchise format bisnis, franchisee menjalankan penjualan barang atau jasa berdasarkan sistem penjualan yang dirancang oleh franchisor. Pada umumnya, pada franchise jenis ini franchisor bukanlah pembuat produk walaupun franchisor membuat satu atau beberapa komponen produk yang dijual oleh franchisee. Pada franchise format bisnis, franchisor di samping menerima biaya franchise, akan menerima uang melalui royalti berlanjut atas penggunaan nama atau merek dagang beserta sistem bisnisnya, yang dilanjutkan oleh franchisee.

³¹ Basarah. *Op.cit.*, hal. 49.

Franchise jenis ini banyak dijadikan pilihan oleh para franchisor. Pada franchise jenis ini, franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk membuka toko eceran, store atau jaringan penjualan atas berbagai produk dan pelayanan di bawah nama franchisor. *Business format franchise*, merupakan kegiatan – kegiatan bisnis eceran yang paling nyata untuk memahami pengertian franchise. Disini franchisor memberikan lisensi atas metode – metode yang telah ditetapkan dan diidentifikasi dengan merek dagangnya. Metode – metode yang dioperasikan oleh franchisee harus sesuai dan di bawah pengawasan franchisor. Sering juga franchisee melengkapi dengan bantuan bagi pengoperasian bisnis franchisee.

Baik dalam franchise produk maupun franchise format bisnis, pemegang franchise sebelumnya sudah membuat pembayaran kepada pemilik franchise. Pembayaran ini dinamakan biaya franchise. Kemudian pemilik dari suatu franchise produk mendapatkan uang melalui penjualan produk yang sudah da kepada pemegang franchise. Tetapi dalam franchise format bisnis, pemilik franchise yang memiliki hak atas suatu nama, merek dagang dan suatu sistem untuk menjalankan bisnis, mendapatkan uang melalui royalti berlanjut yang dibayarkan kepadanya untuk penggunaan kakayaan tersebut.³²

Sekalipun terdapat perbedaan – perbedaan antara franchise produk dengan franchise format bisnis, pada keduanya terdapat persamaan pokok. Baik pada franchise produk maupun pada franchise format bisnis, franchisor adalah pemilik dari nama atau merek dagang dari produk yang dijual franchisee dan pada keduanya franchisor menerima pembayaran berupa biaya franchise.

Perbedaan lain tentang franchise dikemukakan oleh Charles L. Vaughn dengan membagi pada empat tipe subjek yang melakukan hubungan franchise, yaitu³³ :

1. *Franchise systems : The Manufacturer – retailer System*

³² Stephen Fox, *Membeli dan Menjual Bisnis Franchise [Buying and Selling a Business, Buying a Franchise]*, diterjemahkan oleh Soesanto Boedidarmo (Jakarta: PT Elex Media Komputindo,1991), hal. 218

³³ Basarah.*op.cit.*,hal.51.

Tipe ini pada umumnya dipergunakan untuk mengatur hubungan – hubungan antara pengusaha otomotif dan pengusana minyak dengan para dealernya.

2. *Franchise systems : The Manufacturer – Wholsaler System*

Tipe ini banyak dipergunakan bagi pembotolan minuman – minuman ringan seperti Coca – Cola atau Pepsi – Cola.

3. *Franchise systems : Wholsaler – retailer franchises*

Tipe ini banyak dipilih untuk mengatur hubungan – hubungan franchise jaringan pertokoan dan automotive aftermarket

4. *Franchise systems : The Trademark / Trade Name Licensor*

Tipe yang terakhir ini berkembang cukup pesat dalam beberapa dekade terakhir, bahkan telah menembus Eropa dan dunia Timur. Pada tipe ini, pada umumnya franchisor bukan pengusaha manufacturing ataupun pengusaha yang berurusan dengan penjualan skala besar, melainkan pengusaha – pengusaha pemilik merek dagang terkenal dan metode – metode standar bagi keberhasilan kegiatan bisnis eceran, misalnya : bidang – bidang jaringan hotel/motel, jaringan restoran, serta penyewaan mobil dan truk.

BAB 4
ANALISA PERJANJIAN FRANCHISE ANTARA PT.IMPERIUM HAPPY PUPPY DENGAN IBU ANITA GIZELLE

A. Tinjauan Peraturan Perundang-undangan Perjanjian Franchise antara PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita Gizelle

Perjanjian merupakan salah satu bukti yang menunjukkan adanya hubungan hukum di antara kedua belah pihak yang membuatnya. Hal yang menjadi permasalahan utama ketika subjek hukum membuat suatu perjanjian adalah perjanjian tersebut harus sesuai dengan ketentuan perundang – undangan yang berlaku. Permasalahan ini menjadi sangat penting dalam kerangka untuk memberikan perlindungan yang proporsional kepada para pihak yang melakukan perjanjian tersebut. Lebih lanjut lagi perlindungan ini hendaknya didasarkan atas hukum positif yang berlaku di Indonesia. Hukum positif di Indonesia yang mendasari perjanjian ini antara lain Kitab Undang-undang Hukum Perdata, Undang-undang No. 1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan, Undang – undang Perseroan Terbatas, Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, dan Undang-undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang.

Perjanjian Franchise yang dijadikan pokok bahasan dalam tulisan ini dilakukan oleh PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita Gizelle. Secara garis besar perjanjian franchise ini terdiri dari :

1. Bagian pendahuluan,
 2. Bagian isi, dan
 3. Bagian penutup.
1. Bagian pendahuluan terdiri dari :

a. Pembukaan

Pembukaan terdiri dari :

- 1) Judul perjanjian yaitu, NOTA KESEPAKATAN,

2) Tanggal dan tempat perjanjian dibuat.

b. Identitas para pihak

Identitas para pihak terdiri dari :

- 1) Identitas franchisor (PT. Imperium Happy Puppy) yang dalam hal ini adalah Bapak Santoso Setyadji, dan
- 2) Identitas franchisee yang dalam hal ini adalah Ibu Anita Gizelle.

2. Bagian isi terdiri dari :

a. Tempat usaha (pasal1)

Bagian ini menjelaskan bahwa tempat yang dijadikan sebagai tempat usaha dimiliki oleh franchisee. Tempat usaha terdiri dari 2 (dua) buah ruko yang masing – masing berlantai 3 (tiga) beralamat di Komplek Ruko Times Square, Blok C2 No.1 dan 2, Cibubur, Jawa Barat. Adapun pada saat perjanjian ini dibuat, tempat usaha tersebut masih dalam keadaan sedang dibangun

b. Wilayah franchise (pasal 2)

Dalam bagian ini menjelaskan bahwa franchisor akan menjamin franchisee sebuah wilayah franchise eksklusif untuk daerah yang dikenal dengan nama Cibubur di wilayah Provinsi Jawa Barat. Untuk menjaga kepentingan franchisee, franchisor menjamin untuk tidak membuka usaha Karaoke Keluarga dengan merek Happy Puppy Karaoke Keluarga di wilayah tersebut tanpa seijin franchisee. Sebaliknya, untuk menjamin kepentingan franchisor dalam melakukan alih teknologi dalam usaha karaoke keluarga kepada franchisee, franchisee akan menjamin bahwa sejak ditandatanganinya perjanjian ini franchisee tidak akan mendirikan usaha sejenis di manapun.

c. Periode franchise (pasal 3)

Dalam pasal ini kedua belah pihak menyepakati untuk menjalin kerja sama selama 10 (sepuluh) tahun yang diperhitungkan mulai tanggal kerja sama dioperasikan secara umum.

d. Biaya franchise (pasal 4)

1. Lisensi (pasal 4 ayat1)

Dalam bagian ini dijelaskan dasar perhitungan franchise yang berlaku selama 10 (sepuluh) tahun disepakati berdasarkan kapasitas sebagai berikut :

- Kapasitas 08-10 kamar dengan biaya lisensi selama 10 tahun adalah Rp.60.000.000
- Kapasitas 11-20 kamar, dengan biaya lisensi selama 10 tahun adalah Rp.80.000.000,00
- Kapasitas 31-40 kamar, dengan biaya lisensi selama 10 tahun adalah Rp.100.000.000,00

Sebagai perhitungan sementara, disepakati bahwa usaha yang dimaksud di dalam perjanjian ini mempunyai kapasitas sebanyak 12 (dua belas) kamar karaoke. Dengan demikian biaya lisensi yang dimaksud adalah Rp.80.000.000,00 (delapan puluh juta rupiah) dengan masa lisensi 10 tahun.

Dalam pasal ini juga dijelaskan cara pembayaran biaya lisensi adalah sebagai berikut :

- a) 50% atau sebesar Rp.40.000.000,00 (empat puluh juta rupiah) dibayar pada saat penandatanganan perjanjian ini.
- b) 25% atau sebesar Rp.20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) dibayar pada saat renovasi dimulai.
- c) 25% atau sebesar Rp.20.000.000,00 (dua puluh juta rupiah) dibayar pada saat usaha beroperasi secara umum.

Selanjutnya dalam pasal ini dijelaskan bahwa biaya lisensi yang sudah dibayar tidak dapat diminta kembali dengan alasan apapun kecuali adanya wanprestasi yang dilakukan oleh franchisor terhadap isi kesepakatan ini. Adapun dalam hal dikemudian hari ternyata kapasitas kamar yang sebenarnya berbeda dengan perhitungan ini, maka akan dilakukan koreksi sepenuhnya.

2. Royalti (pasal 4 ayat 2)

Dalam bagian ini dijelaskan bahwa 6.00% (enam persen) yang dihitung berdasarkan nilai penjualan dan/atau pendapatan sebelum pajak dan *service charge* dengan minimum pembayaran

royalti sebesar Rp.4.000.000,00 (empat juta rupiah) per bulan. Royalti dibayar selambat-lambatnya tanggal 15 bulan berikutnya.

3. Biaya-biaya lain (pasal 4 ayat 3)

Dalam bagian ini dijelaskan adanya biaya-biaya lain yang telah disepakati di dalam perjanjian ini, antara lain :

a) Promosi outlet

Franchisee wajib mempromosikan usaha dengan biaya sedikitnya 2.00% (dua persen) yang dihitung berdasarkan nilai penjualan dan/atau pendapatan sebelum pajak dan *service charge*.

b) Promosi bersama

Franchisee wajib memberikan kontribusi atas biaya mempromosikan merek HAPPY PUPPY yang dilakukan bersama-sama dengan outlet lain. Untuk keperluan itu, franchisee wajib mencadangkan maksimal 2.00% (dua persen) yang dihitung berdasarkan nilai penjualan dan atau pendapatan sebelum pajak dan *service charge*.

c) Biaya program komputer

Franchisee wajib membayar biaya pemuktahiran dan pemeliharaan program komputer sebesar Rp.50.000,00 (lima puluh ribu rupiah) atau USD.6.00 (enam dollar Amerika) per bulan untuk disetiap unit komputer yang ada di usaha yang disepakati. Biaya tersebut diperhitungkan mulai 3 (tiga) bulan sejak usaha tersebut dioperasikan untuk umum. Biaya ini dibayar selambat-lambatnya tanggal 15 bulan berikutnya.

Di dalam bagian akhir pasal 4 ini dijelaskan bahwa semua pembayaran yang telah dijabarkan di dalam pasal ini ditanggung oleh franchisee (pasal 4 ayat 4)

e. **Kewajiban franchisee (pasal 5)**

1. Kewajiban franchisee yakni menyediakan seluruh dana yang dibutuhkan untuk membiayai :
 - ✓ Biaya lisensi franchise dan kewajiban-kewajibannya sebagai franchisee.
 - ✓ Biaya design untuk dekorasi interior dan instalansi kabel-kabel (maksimal tiga puluh juta rupiah).
 - ✓ Partisi dinding ruang karaoke dan dekorasinya.
 - ✓ Peralatan audio-video.
 - ✓ Peralatan kantor.
 - ✓ Peralatan dapur.
 - ✓ *Air conditioner*.
 - ✓ Furniture.
 - ✓ Komputer dan program.
 - ✓ Koleksi VCD untuk *back-up*.
 - ✓ Stationary termasuk seragam.
 - ✓ Promosi awal dan neon sign.
 - ✓ Biaya perjalanan franchisor dan karyawannya ke tempat usaha.
 - ✓ Instalansi dan saluran asap.
 - ✓ Biaya pelatihan karyawan termasuk gaji selama pelatihan.
 - ✓ Komisi kepada franchisor (pasal 5 ayat1)
2. Franchisee wajib menyediakan dana pembangunan tempat usaha dengan kapasitas 12 kamar karaoke sebesar krang lebih (satu milyar tiga ratus dua puluh juta rupiah) secara tepat waktu. Di dalam pembiayaan ini yang tidak termasuk di dalam perkiraan dana di atas adalah :
 - Biaya kepemilikan atau penguasaan tempat usaha.
 - Biaya perijinan.
 - Modal kerja yang diperkirakan sebesar Rp.20.000.000,00 (pasal 5 ayat2).
3. Franchisee diwajibkan untuk mengurus perijinan-perijinan yang diperlukan bagi beroperasinya sebuah karaoke keluarga (pasal 5 ayat 3).

f. Kewajiban franchisor (pasal 6)

Dijelaskan di dalam pasal ini bahwa kewajiban franchisor adalah :

- ✓ Pembuatan layout,
- ✓ Pembuatan design interior dengan menetapkan designer yang ditunjuk,
- ✓ Pembuatan perincian anggaran investasi,
- ✓ Menetapkan spesifikasi-spesifikasi,
- ✓ Melakukan pengawasan terhadap pembangunan usaha,
- ✓ Memberikan keterangan jelas tentang supplier peralatan,
- ✓ Pembelian peralatan-peralatan, stationar dan lain-lain yang diperlukan agar usaha dapat beroperasi,
- ✓ Perekrutan karyawan,
- ✓ Persiapan promosi,
- ✓ Pengawasan dan pengarahan terhadap pengurusan perijinan,
- ✓ Dan persiapan-persiapan lainnya yang diperlukan agar usaha siap dan dapat dioperasikan sebagaimana layaknya sebuah industri bisnis.
- ✓ Pengarahan dan pengawasan prosedur operasional

g. Kerangka kerja pembelian dan pembayarannya (pasal 7)

Di dalam pasal 7 dijelaskan bahwa

1. Sistem pembelian yang dianut adalah biaya ditambah komisi. Dalam sistem ini, franchisor melakukan negosiasi dan penetapan pembelian untuk manfaat sebesar-besarnya bagi franchisee. Semua harga dan data supplier diberikan secara terbuka kepada franchisee berikut alasan pembeliannya (pasal 7 ayat 1),
2. Dijelaskan bahwa franchisor mendapatkan komisi atas biaya pelaksanaan pembangunan usaha sebagai berikut (pasal 7 ayat 2):

Jenis barang	supplier	komisi
Ex Pewaralaba	Pewaralaba	0,00%
Listrik,telepon,air	Lokal, negara	0,00%
Bangunan/Partisi	Lokal	2,50%

Peralatan lain	Lokal	5,00%
Audio video	Lokal	10,00%
Barang Import	Ex Import	15,00%

3. Franchisee wajib membayar komisi selambat-lambatnya 14 (empat belas) hari setelah pembelian dilakukan (pasal 7 ayat 3),
4. Franchisee berhak untuk memberikan alternatif supplier yang memberikan manfaat harga dan kondisi yang lebih baik dibandingkan supplier yang ditunjuk oleh franchisor dengan tetap membayar komisi yang diatur di dalam pasal 5 ayat 2 diatas.

h. Program komputer dan data base lagu (pasal 8)

Di dalam pasal ini dijelaskan bahwa sehubungan dengan program komputer dan data base yang dimiliki franchisor bersifat sangat unik dan hanya dapat digunakan oleh franchisee dalam kerangka sistem franchise ini, maka franchisee dilarang melakukan penggandaan, penggunaan di luar usaha yang disepakati dan wajib mengembalikan secara tanpa syarat kepada franchisor apabila perjanjian lisensi waralaba yang akan ditanda tangani akan berakhir.

i. Pembatalan perjanjian (pasal 9)

1. Apabila oleh karena bukan kesalahan pihak yang lain, salah satu pihak membatalkan kesepakatan ini, maka pihak yang membatalkan wajib mengembalikan semua yang sudah diterima dari pihak yang lain ditambah denda sebesar Rp.100.000.000,00 (pasal 9 ayat 1),
2. Apabila oleh karena hal-hal yang bersifat *force majeure* maka kesepakatan ini harus dibatalkan, maka apa yang sudah dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor tidak dapat diminta kembali (pasal 9 ayat 2).

j. Keputusan kesepakatan (pasal 10)

- 1) Franchisee membenarkan bahwa franchisor sudah memberikan saran kepadanya untuk mencari dan mendapatkan nasihat yang objektif dari pihak ke-III yang independen dan profesional sebelum menandatangani perjanjian ini (pasal 10 ayat 1),
- 2) Franchisee membenarkan bahwa tidak ada bujukan-bujukan, jaminan-jaminan atau janji-janji dari franchisor atas kesuksesan usaha yang disepakati ini, baik secara langsung maupun tidak langsung (pasal 10 ayat2).
- 3) Hal-hal yang ditulis di dalam perjanjian ini mempunyai kekuatan yang lebih besar dibandingkan pembicaraan-pembicaraan, surat-menyurat, penawaran-penawaran yang dilakukan sebelum tanggal kesepakatan ini.

k. Pasal 11

Bahwa atas persetujuan berlakunya perjanjian ini, franchisee wajib melakukan pembayaran pertama biaya lisensi waralaba sebesar Rp.40.000.000,00 (empat puluh juta rupiah) selambat-lambatnya 26 Agustus 2004 melalui transfer bank ke Bank NISP Cabang Pemuda, Surabaya dengan nomor rekening 050-010-186999 Atas nama PT.Imperium Happy Puppy.

l. Pasal 12

Kedua belah pihak sepakat untuk menyempurnakan perjanjian ini dalam sebuah perjanjian lisensi waralaba yang dibuat dihadapan notaris. Perjanjian ini dimaksud harus sudah ditandatangani oleh kedua belah pihak selambat-lambatnya 30 hari sebelum outlet beroperasi.

3. Bagian penutup terdiri dari :

a. Tanda tangan franchisor (Bapak Santoso Setyadji)

b. Tanda tangan franchisee (Ibu Anita Gizelle) dan materai Rp.6000,00.

Analisis yang dilakukan terhadap perjanjian ini dilakukan berdasarkan klarifikasi sebagai berikut :

- a. Judul perjanjian,

- b. Subjek dalam perjanjian franchise,
- c. Periode franchise,
- d. Objek dalam perjanjian,
- e. Hak dan kewajiban para pihak,
- f. Perlindungan hukum bagi franchisee dan franchisor,
- g. Pembatalan perjanjian, dan
- h. Keputusan kesepakatan
- i. *Force majeure*

a. Judul perjanjian

Dalam perjanjian ini di bagian pembuka terdapat judul yaitu 'NOTA KESEPAKATAN'. Dalam hal ini para pihak hendaknya lebih membuat secara spesifik lagi dari perjanjian franchise ini.

Dengan adanya judul perjanjian yang dibuat secara spesifik, maka hal ini dapat memberikan penjelasan yang lebih mendalam terhadap judul perjanjian itu sendiri yang mana dalam hal ini segala sesuatu di dalam perjanjian ini mengatur semua hal-hal yang berkenaan dengan kedudukan baik franchisee maupun franchisor.

b. Subjek dalam perjanjian franchise.

Pihak – pihak yang melakukan perjanjian franchise ini adalah :

1. Bapak Santoso Setyadji (*franchisor*) yang dalam hal ini berkedudukan sebagai Direktur Utama PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY,

Bapak Santoso merupakan subjek yang cakap di dalam peraturan perundang-undangan untuk membuat suatu perjanjian. Bapak Santoso selaku Direktur Utama di dalam PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY memiliki kewenangan untuk melakukan perjanjian dengan subjek hukum lain terkait dengan kedudukannya sebagai direktur utama. Hal ini dijelaskan di dalam pasal 92 ayat (1) Undang-undang No. 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas, direksi menjalankan pengurusan perseroan untuk kepentingan perseroan dan sesuai dengan maksud dan tujuan perseroan. Ketentuan ini menugaskan direksi untuk mengurus

perseroan yang antara lain meliputi pengurusan sehari-hari dari perseroan. Ketentuan lebih lanjut di dalam pasal 92 ayat (2) menyatakan bahwa direksi berwenang menjalankan pengurusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan kebijakan yang dipandang tepat, dalam batas yang ditentukan dalam undang-undang ini atau anggaran dasar. Yang dimaksud dengan 'kebijakan yang dipandang tepat' adalah kebijakan yang antara lain didasarkan pada keahlian peluang yang tersedia, dan kelaziman dalam dunia usaha yang sejenis.

Lebih lanjut lagi, secara normatif PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dalam hal ini juga cakap untuk melakukan perjanjian dimana hal ini telah sesuai dengan anggaran dasar PT. Imperium Happy Puppy. Hal ini sesuai dengan ketentuan yang terdapat di dalam pasal 15 Undang-undang No. 40 Tahun 2007, *anggaran dasar sebagaimana dimaksud pada pasal 8 ayat (1) memuat sekurang kurangnya : nama dan tempat kedudukan perseroan; maksud dan tujuan serta kegiatan usaha perseroan; jangka waktu berdirinya perseroan; besarnya jumlah modal dasar, modal ditempatkan; modal disetorkan.*

Selain itu, di dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007, juga dijelaskan bahwa pemberi franchise/franchisor yakni orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. Di dalam perjanjian franchise tersebut jelaslah bahwa Bapak Santoso merupakan orang perseorangan yang telah memberikan haknya kepada Ibu Anita selaku franchisee untuk selanjutnya memanfaatkan franchise KARAOKE KELUARGA HAPPY PUPPY.

2. Ibu Anita Gizelle (*franchisee*)

Meskipun menurut hukum sekarang ini, setiap orang tanpa terkecuali dapat memiliki hak-haknya, akan tetapi di dalam hukum, tidak semua orang dapat diperbolehkan bertindak sendiri di dalam melaksanakan hak-haknya itu. Ada beberapa golongan yang oleh hukum tidak dinyatakan tidak cakap atau kurang cakap untuk bertindak sendiri dalam melakukan perbuatan-perbuatan hukum, sehingga mereka itu harus diwakili atau dibantu orang lain. Menurut pasal 1330 Kitab Undang-undang Hukum Perdata mereka yang oleh hukum dinyatakan tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah :

- a. Orang-orang yang belum dewasa,
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan (*curatele*),
- c. Orang-orang perempuan dalam pernikahan (wanita kawin).

Akan tetapi khusus untuk perempuan yang dinyatakan tidak cakap dalam perbuatan hukum dalam hal membuat perjanjian (pasal 108 Kitab Undang-undang Hukum Perdata) dan menghadap di muka hakim harus dengan bantuan suami (pasal 110 Kitab Undang-undang Hukum Perdata) telah dicabut dengan Surat Edaran Mahkamah Agung No.3 Tahun 1963 Tanggl 4 Agustus 1963. Hal ini ditegaskan lagi dalam Pasal 31 Undang-undang No.1 Tahun 1974 Tentang Perkawinan, dimana hak dan kedudukan isteri adalah seimbang dengan hak dan kedudukan suami di dalam kehidupan rumah tangga dan pergaulan hidup bersama dalam masyarakat; dan masing-masing pihak berhak untuk melakukan perbuatan hukum.

Ibu Anita Gizelle yang dalam hal ini berkedudukan sebagai franchisee berhak melakukan perjanjian meskipun terikat di dalam suatu perkawinan dengan Bapak Lotfi Simarmata. Dengan lahirnya asas “**lex specialis lex generalis**”, maka ketentuan yang khusus mengesampingkan ketentuan yang umum. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa segala

sesuatu yang berhubungan dengan perkawinan akan mengacu kepada Undang-undang No. 1 Tahun 1974 dan tidak lagi mengacu kepada Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

Kedua belah pihak yakni franchisor dan franchisee juga telah memenuhi syarat subjektif sesuai pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yaitu :

1. Kecakapan para pihak, dimana dalam hal ini para pihak dalam membuat perjanjian sudah sesuai dengan ketentuan peraturan-perundang-undangan yang berlaku.
2. Adanya kata sepakat.

c. Periode franchise

Dengan berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Di dalam pasal 8 Peraturan Menteri tersebut disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku selama 5 tahun dan terbuka bagi para pihak untuk memperpanjang jika para pihak sepakat. Di dalam perjanjian franchise ini para pihak telah menyepakati jangka waktu 10 tahun untuk berlakunya perjanjian franchise ini. Dengan demikian di dalam perjanjian ini terdapat kewajiban bagi para pihak untuk memperpanjang kembali perjanjian franchise yang sebagaimana ditentukan di dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor : 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

d. Objek perjanjian

Menurut pasal 40 Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek, hak atas merek terdaftar dapat beralih atau dialihkan karena:

1. Pewarisan,
2. Wasiat,
3. Hibah,
4. *Perjanjian*,
5. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan.

Dalam hal ini yang menjadi objek dalam perjanjian franchise adalah lisensi. Pasal 43 Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek menyebutkan bahwa pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain dengan perjanjian bahwa penerima lisensi akan menggunakan merek tersebut untuk sebagian atau seluruh jenis barang atau jasa. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa lisensi yang menjadi objek di dalam perjanjian ini adalah sah menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Sedangkan sesuai ketentuan pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata maka objek perjanjian franchise ini juga telah memenuhi ketentuan syarat objektif sahnyanya suatu perjanjian yaitu:

1. Sebab yang halal, artinya objek perjanjian franchise tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku,
 2. Mengenai suatu hal, artinya perjanjian franchise ini mempunyai objek yang dapat ditentukan jenisnya.
- e. Hak dan kewajiban para pihak.

Di dalam perjanjian franchise tidak disebutkan adanya hak-hak masing-masing pihak. Akan tetapi dapat terlihat secara eksplisit hak-hak masing-masing pihak yang pada dasarnya merupakan kewajiban pihak lainnya. Di dalam perjanjian ini, hak dari franchise merupakan kewajiban franchisor, dan begitupun

sebaliknya bahwa hak dari franchisor merupakan kewajiban franchisee.

Di dalam ketentuan pasal 1338-1339 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Jadi baik franchisee maupun franchisor yang telah sepakat, harus memenuhi hak dan kewajiban masing-masing karena hak dan kewajiban itulah yang selanjutnya akan berlaku sebagai undang-undang untuk masing-masing pihak. Dengan adanya pasal ini yang dikenal dengan asas konsensualisme maka para pihak dapat mencantumkan hak dan kewajiban apapun sepanjang mereka sepakat, mentaatinya dan tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan (pasal 1339 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Berdasarkan uraian ini maka dapat disimpulkan bahwa para pihak di dalam membuat perjanjian franchise sudah memenuhi ketentuan perdata di dalam mencantumkan hak dan kewajibannya.

f. Perlindungan hukum bagi franchisor dan franchisee

Perlindungan hukum bagi franchisor

Perlindungan hukum bagi franchisor di dalam perjanjian ini sudah cukup baik mengingat pada dasarnya franchisor memang merupakan pihak yang berada dalam posisi yang kuat. Akan tetapi franchisor juga memperoleh perlindungan hukum yang sebagaimana terdapat di dalam Undang-undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Di dalam pasal 46 dinyatakan bahwa *penggunaan merek terdaftar di Indonesia oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan merek tersebut di Indonesia oleh pemilik merek*. Dengan adanya ketentuan ini, maka franchisor yang tidak menggunakan mereknya untuk perdagangan barang/jasa, merek tersebut tidak akan hapus secara otomatis, karena penggunaan merek oleh franchisee sama dengan penggunaan merek oleh franchisor.

Perlindungan Hukum bagi franchisee

Di dalam pasal 2 dijelaskan bahwa franchisor memberikan jaminan kepada franchisee bahwa daerah usaha yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee merupakan suatu daerah yang eksklusif. Selain itu franchisor juga memberikan jaminan kepada franchisee bahwa franchisor tidak akan membuka usaha yang sejenis di daerah yang sama tanpa seizin franchisee. Klausula ini merupakan suatu jaminan yang dinyatakan dengan tegas oleh franchisor. Klausula ini menyatakan bahwa pada dasarnya franchisor telah memiliki itikad baik di dalam perjanjian dengan memasukan klausula tersebut. Klausula ini menandakan adanya upaya pencegahan untuk membangun usaha setempat yang akan dilakukan oleh franchisor. Meskipun dalam hal ini tidak secara tegas dinyatakan sanksi-sanksi apa yang dapat diterima oleh franchisor dalam hal melanggar klausula ini, akan tetapi pencantuman klausula ini merupakan suatu itikad baik dari franchisor untuk melaksanakan perjanjian.

Di dalam pasal ini dapat terlihat bahwa perlindungan yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee merupakan suatu perlindungan yang sungguh-sungguh. Dalam hal franchisor melanggar klausula ini, maka franchisee dapat menggunakan ketentuan umum yang sebagaimana terdapat di dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata mengenai wanprestasi.

g. Pembatalan perjanjian

Pada prinsipnya terdapat 2 cara untuk pembatalan perjanjian, yaitu:

1. Pihak yang berkepentingan secara aktif sebagai penggugat meminta kepada hakim supaya perjanjian dibatalkan.
2. Menunggu sampai ia digugat di depan hakim untuk memenuhi perjanjian itu. Di depan sidang pengadilan itu, ia sebagai tergugat mengemukakan bahwa perjanjian tersebut telah disetujui ketika ia sudah tidak cakap, ataupun disetujui karena ia diancam, atau karena ia khilaf mengenai objek perjanjian

atau ditipu. Selanjutnya, di depan sidang pengadilan itu ia memohon kepada hakim supaya perjanjian dibatalkan.

Pembatalan perjanjian yang sebagaimana diatur di dalam pasal 9 memberikan akibat adanya penggantian segala biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh pihak yang membatalkan perjanjian. Selain itu, pihak yang membatalkan perjanjian juga harus memberikan pembayaran sejumlah Rp.100.000.000,00.

Dengan adanya klausula tersebut dapat terlihat bahwa para pihak memiliki maksud untuk mengikat diri dengan adanya perjanjian tersebut. Lebih lanjut lagi, para pihak tidak diperbolehkan untuk menarik diri dari perjanjian yang telah disepakati. Hal ini sesuai dengan ketentuan pasal 1338 ayat (2) Kitab Undang-undang Hukum Perdata yakni : *suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cakap untuk itu.*

Selain itu, terdapat pula ketentuan yang mengatur dalam hal franchisor membatalkan perjanjian dengan franchisee. Sesuai dengan pasal 15 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, dalam hal adanya pembatalan perjanjian yang dilakukan oleh franchisor, maka franchisor harus memutuskan perjanjian franchise dengan franchisee sebelum berakhirnya masa berlakunya perjanjian franchise, dan kemudian menunjuk franchisee yang baru. Penerbitan STPUW bagi franchisee yang baru hanya diberikan kalau franchisor telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (*Clean Break*).

h. Keputusan kesepakatan

Di dalam pasal 10 perjanjian ini dinyatakan bahwa perjanjian ini memiliki kekuatan yang lebih besar dibandingkan pembicaraan-pembicaraan, surat-menyurat, dan penawaran-penawaran yang dilakukan sebelum tanggal kesepakatan ini. Hal ini tentunya tidak sesuai dengan ketentuan pasal 1343 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa jika kata-kata suatu perjanjian dapat diberikan berbagai macam penafsiran, harus dipilihnya menyelidiki maksud kedua belah pihak yang membuat perjanjian itu, daripada memegang teguh arti kata-kata menurut huruf.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa apabila terdapat adanya multi penafsiran di dalam perjanjian ini, maka para pihak tidak dapat lagi menggunakan dokumen-dokumen atau pembicaraan-pembicaraan yang telah terjadi di antara masing-masing pihak sebelum terjadinya perjanjian ini. Para pihak di dalam memutuskan kesepakatan terbatas terhadap perjanjian yang telah disepakati bersama.

i. *Force majeure*

Di dalam hukum perjanjian terdapat istilah *force majeure* atau keadaan darurat. Keadaan darurat adalah suatu alasan untuk dibebaskan dari kewajiban membayar ganti rugi. Dalam keadaan *force majeure*, pihak kreditur tidak berhak untuk mendapatkan ganti rugi. Hal ini berbeda dengan situasi wanprestasi yang menimbulkan hak kreditur untuk mendapatkan ganti rugi. Syarat batal demi hukum perlu diperjanjikan. Sedangkan keadaan darurat justru tidak perlu diperjanjikan. Dengan terjadinya keadaan darurat, maka perjanjian dianggap batal diantaranya karena :

- a. Musnahnya objek tukar-menukar,
- b. Musnahnya barang yang disewakan,
- c. Musnahnya pekerjaan di luar kelalaian pemborong, dan
- d. Berakhirnya carter kapal karena kapal musnah.

Pada dasarnya klausula keadaan darurat adalah untuk melindungi para pihak dari suatu keadaan yang memaksa yang tidak

memungkinkan para pihak untuk melaksanakan perjanjian tersebut. Adapun keadaan ini timbul karena adanya suatu keadaan darurat yang timbul di luar kehendak para pihak. Akan tetapi, mengacu pada pasal 9 perjanjian franchise tersebut, klausula keadaan darurat di atas tentunya tidak memberikan perlindungan kepada franchisee. Hal ini dikarenakan bahwa franchisee tidak akan mendapatkan kembali segala biaya-biaya yang sudah dibayarkan kepada franchisor dalam hal adanya suatu keadaan darurat. Hal ini tentunya akan menimbulkan ketidakadilan bagi franchisee itu sendiri.

Pengaturan mengenai keadaan darurat diatur di dalam Pasal 1244 dan 1245 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Akan tetapi, kedua pasal ini hanya bersifat sebagai pembelaan debitur untuk dibebaskan dari pembayaran ganti kerugian jika debitur tidak memenuhi perjanjian karena adanya keadaan memaksa. Ketentuan kedua pasal tersebut adalah :

1. Menurut Pasal 1244 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, jika ada alasan untuk itu, debitur harus dihukum membayar ganti kerugian, apabila ia tidak dapat membuktikan bahwa tidak tepatnya melaksanakan perjanjian itu karena sesuatu hal yang tidak dapat diduga yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kepadanya, kecuali jika ada itikad buruk pada debitur.
2. Menurut Pasal 1245 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, tidak ada ganti kerugian yang harus dibayar, apabila karena keadaan memaksa atau suatu kejadian yang tidak disengaja, debitur berhalangan memberikan atau berbuat sesuatu yang diwajibkan, atau karena hal-hal yang sama telah melakukan perbuatan yang terlarang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam perjanjian ini franchisee akan mendapatkan dampak yang paling besar dalam hal timbulnya suatu keadaan darurat di dalam pelaksanaan perjanjian tersebut. Lebih lanjut lagi, dalam pasal tersebut juga tidak diatur klausula mengenai

ganti rugi yang harus dibayarkan oleh franchisor kepada franchisee dalam hal adanya *force majeure* yang mungkin saja menimpa franchisor itu sendiri. Sehingga dapat disimpulkan di dalam pasal ini terdapat ketimpangan, karena segala akibat yang timbul karena adanya *force majeure* hanya ditanggung oleh franchisee saja.

B. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Hal Salah Satu Pihak Melakukan Wanprestasi

1. Wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee

Perjanjian franchise dapat dikategorikan sebagai perikatan dengan syarat batal. Dalam perikatan dengan syarat batal, perjanjian itu sudah melahirkan perikatan, hanya saja perikatan itu akan batal jika terjadi suatu peristiwa yang disebutkan di dalam perjanjian sebagai suatu *conditional clause*. Hal ini tentunya akan memberikan kerugian bagi pihak franchisor dalam hal adanya wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee.

Ketentuan di dalam pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa syarat batal dianggap selalu dicantumkan di dalam perjanjian yang bertimbal balik. Manakala salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, dianggap syarat batal yang diperjanjikan dipenuhi. Dalam hal demikian, perjanjian tidak batal demi hukum demikian ketentuan pasal 1266 (2) Kitab Undang-undang Hukum Perdata, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada hakim. Rasio dari ketentuan pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata adalah kepatutan, karena akan dianggap bertentangan dengan keadilan dan kesusilaan jika pihak yang satu memperoleh prestasi tanpa ia sendiri melakukan prestasinya.

Pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan-persetujuan yang bertimbal balik, manakala salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya.

Dalam hal yang demikian persetujuan tidak batal demi hukum, tetapi pembatalan harus dimintakan kepada hakim.

Permintaan ini juga harus dilakukan, meskipun syarat batal mengenai tidak terpenuhinya kewajiban dinyatakan dalam perjanjian.

Jika syarat batal tidak dinyatakan dalam persetujuan, Hakim adalah leluasa untuk, menurut keadaan, atas permintaan si tergugat, memberikan suatu jangka waktu untuk masih juga memenuhi kewajibannya, jangka waktu mana namun itu tidak boleh lebih dari satu bulan.

Dalam hal ini dibutuhkan 2 syarat untuk kreditur untuk dapat menuntut debitur berdasarkan pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yakni :

- a. Perjanjian timbal balik
- b. Tidak dipenuhinya prestasi oleh debitur oleh karena kesalahannya.

Kedua syarat tersebut walaupun tidak secara tegas disebutkan di dalam undang-undang, akan tetapi telah diakui dan diterima, baik oleh doktrin maupun yurisprudensi. Konstruksi ketentuan pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata berkaitan dengan wanprestasi (karena kesalahannya)

Ketentuan pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata membuka peluang bagi kreditur dalam perjanjian timbal balik untuk dibebaskan dari kewajiban melaksanakan prestasinya, yakni dalam hal ia berhadapan dengan kelalaian yang dilakukan oleh pihak lawan. Pembatalan membawa akibat bahwa para pihak tidak berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya dan apabila (sebagian) prestasi sudah dilakukan, prestasi demikian haruslah dikembalikan atau jika hal itu tidak dimungkinkan, dilakukan pengembalian senilai prestasi yang sudah dilakukan.

Tuntutan pembatalan hanya dapat dilakukan terhadap perjanjian timbal balik yang sempurna, yaitu perjanjian melalui mana masing-masing

pihak mengikatkan diri untuk melakukan prestasi dan sebaliknya pihak lawan berhak atas prestasi. Dalam perjanjian sepihak seperti hibah dan *borgtocth*, tidak dapat dilakukan pembatalan berdasarkan ketentuan pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Hal ini dikarenakan bahwa di dalam perjanjian sepihak kewajiban melakukan prestasi hanya ada pada salah satu pihak dan tuntutan pembatalan justru merupakan alat untuk membebaskan diri dari kewajiban melakukan prestasi, yakni jika pihak lawan tidak melakukan wanprestasi. Dalam perjanjian timbal balik, wanprestasi dari satu pihak memberikan hak kepada pihak lainnya untuk membatalkan perjanjian. dalam hal demikian, pembatalan harus dimintakan kepada hakim. Permintaan ini juga harus dilakukan, meskipun syarat batal mengenai tidak terpenuhinya kewajiban itu dinyatakan di dalam perjanjian. Jika syarat tidak dinyatakan di dalam perjanjian, hakim leluasa menurut keadaan atas permintaan si tergugat, untuk memberikan suatu jangka waktu untuk memenuhi kewajibannya, yang mana jangka waktu tersebut tidak boleh lebih dari 1 bulan lamanya.

Lebih lanjut lagi, rumusan pasal tersebut memberikan syarat limitatif lainnya untuk membatalkan perikatan (termasuk perjanjian). Dalam rumusan tersebut dapat terlihat bahwa wanprestasi dapat menjadi alasan dimajukannya gugatan pembatalan, walaupun tidak semua gugatan atau tuntutan pembatalan harus dipenuhi. Akan tetapi, hal yang penting dalam pengajuan gugatan adalah bahwa pembatalan perjanjian hanya dapat dimajukan oleh para pihak dalam perjanjian ke hadapan pengadilan yang berwenang.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam hal adanya suatu wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee, franchisor dapat mengajukan gugatan pembatalan perjanjian yang sebagaimana terdapat di dalam pasal 1266 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Jika wanprestasi merupakan suatu syarat batal yang telah dipenuhi, maka konsekuensi dari itu adalah wanprestasi akan menghentikan perikatan dan segala sesuatu kembali kepada keadaan semula seolah-olah tidak pernah terjadi suatu

perikatan. Hal ini sebagaimana dijelaskan di dalam pasal 1255 Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

2. Wanprestasi yang dilakukan oleh franchisor

Di dalam pasal 4 perjanjian franchise ini dijelaskan bahwa franchisee berhak untuk menerima pengembalian atas biaya lisensi yang telah dibayarkan apabila franchisor melakukan wanprestasi. Pada dasarnya pasal ini sudah memberikan perlindungan yang baik kepada franchisee, akan tetapi dalam hal adanya biaya-biaya yang sudah dikeluarkan oleh franchisee (termasuk biaya lisensi) dan kemudian sewaktu-waktu franchisor melakukan wanprestasi, maka pasal ini tentunya tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi franchisee. Hal ini dikarenakan adanya kemungkinan bahwa biaya yang telah dikeluarkan oleh franchisee sangat besar, sehingga pengembalian biaya lisensi yang diberikan oleh franchisor tidak akan cukup untuk menutupi segala kerugian yang diderita oleh si franchisee.

Dalam hal ini franchisee juga dapat memperoleh perlindungan yang diberikan oleh pasal 1267 Kitab Undang-undang Hukum Perdata dalam hal franchisor melakukan wanprestasi. Pasal ini menyebutkan bahwa terhadap pihak yang lalai dapat dituntut untuk :

- a. Memenuhi perjanjian,
- b. Memenuhi perjanjian disertai ganti rugi,
- c. Ganti rugi,
- d. Pembatalan perjanjian, dan pembatalan perjanjian disertai ganti rugi.

Selain itu, dalam hal adanya wanprestasi yang dilakukan oleh franchisor, franchisee juga berhak menuntut sanksi ganti rugi yang sebagaimana terdapat di dalam pasal 1239 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, tiap-tiap perikatan untuk berbuat sesuatu atau untuk tidak berbuat sesuatu, apabila si berutang tidak memenuhi kewajibannya, mendapatkan penyelesaiannya dalam kewajiban memberikan penggantian biaya, rugi,

dan bunga. Adapun perincian lebih lanjut mengenai pasal ini, adalah sebagai berikut :

1. Biaya

Biaya adalah segala pengeluaran atau perongkosan yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh salah satu pihak.

2. Rugi

Rugi adalah kerugian karena kerusakan barang-barang kepunyaan kreditur yang diakibatkan oleh kelalaian kreditur.

3. Bunga

Bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkangkan atau dihitung oleh kreditur.

4. Bunga moratoir

Bunga moratoir adalah ganti rugi karena terjadinya Wan-Prestasi. Menurut Pasal 1250 Kitab Undang-undang Hukum Perdata ini, sebagai pengganti bunga moratoir wajib dibayar jika dipenuhi syarat-syarat berikut:

- a. Perikatan dimana terjadinya wanprestasi adalah perikatan untuk memberikan sejumlah uang,
- b. Wanprestasi yang berupa terlambatnya menyerahkan prestasi.

C. Perbedaan Perjanjian Franchise dengan Perjanjian Pemberian Kuasa dan kaitannya dengan Perjanjian Perburuhan

Pemberian kuasa merupakan suatu perbuatan hukum yang bersumber pada persetujuan atau perjanjian yang pada dasarnya sering dilakukan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini ditimbulkan oleh berbagai macam-macam alasan, di samping kesibukan sehari-hari sebagai anggota masyarakat yang telah maju/modern, sehingga tindakan memberikan/menerima kuasa, perlu dilakukan untuk menyelesaikan salah satu atau beberapa masalah tertentu.

Pemberian kuasa tentunya memiliki beberapa perbedaan dengan perjanjian franchise. Perjanjian franchise merupakan suatu perbuatan hukum yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak. Hak dan kewajiban para pihak tersebut timbul setelah adanya kesepakatan di dalam perjanjian franchise yang telah disetujui baik oleh franchisee maupun franchisor. Selain itu, di dalam perjanjian franchise, franchisee melakukan suatu perbuatan untuk dan atas nama franchisee itu sendiri. Meskipun dalam hal ini, franchisee menggunakan merek/lisensi yang dimiliki oleh franchisor, akan tetapi dalam melakukan perbuatan hukum yang timbul akibat perjanjian tersebut, franchisee tidak melakukannya untuk franchisor, melainkan untuk kepentingan franchisee itu sendiri. Segala kerugian dan keuntungan yang timbul akibat usaha yang dijalankan oleh franchisee, merupakan segala konsekuensi yang harus diterima oleh franchisee.

Pemberian kuasa adalah suatu perjanjian dengan mana seorang memberikan kekuasaan (wewenang) kepada seorang lain, yang menerimanya, untuk atas nama menyelenggarakan suatu urusan (pasal 1792 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Orang yang telah diberikan kuasa, dalam hal ini melakukan perbuatan hukum tersebut atas nama orang yang memberikan kuasa atau juga dikatakan bahwa ia mewakili si pemberi kuasa. Artinya adalah bahwa apa yang dilakukannya itu menjadi hak dan kewajiban yang timbul dari perbuatan yang dilakukannya itu menjadilah hak dan kewajiban orang yang memberi kuasa.

Di dalam pasal 1793 dinyatakan bahwa pemberian kuasa tidak harus diberikan secara tertulis, pemberian kuasa juga dapat diberikan secara lisan. Hal ini juga memiliki perbedaan dengan perjanjian franchise. Dalam perjanjian franchise, perjanjian harus diberikan dengan tulisan. Adapun hal ini untuk memberikan kepastian hukum kepada masing-masing pihak. Adanya perjanjian franchise yang dibuat hanya dengan secara lisan, tentunya akan menimbulkan kerugian bagi masing-masing pihak dalam hal adanya wanprestasi atau pembatalan yang dilakukan oleh

salah satu pihak. Oleh karena itu perjanjian franchise haruslah dibuat dengan suatu perjanjian yang dilakukan secara tertulis.

Di dalam pasal 1795 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, di dalam pemberian kuasa terdapat 2 macam surat yaitu:

- a. Surat kuasa umum, dan
- b. Surat kuasa khusus

Hal ini berbeda dengan perjanjian franchise, dimana di dalam perjanjian franchise tidak terdapat pembagian umum dan khusus yang sebagaimana terdapat di dalam perjanjian pemberian kuasa.

Pasal 1797 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa penerima kuasa dilarang untuk melakukan hal-hal yang melebihi kewenangan pemberi kuasa. Penerima kuasa hanya boleh melakukan hal-hal yang sebagaimana telah diperintahkan oleh pemberi kuasa untuk dilakukan. Hal ini juga berbeda dengan pemberian franchise. Pada dasarnya meskipun franchisee memiliki kewajiban-kewajiban yang sebagaimana telah ditentukan di dalam perjanjian franchise, tetapi franchisee tetap boleh menggunakan haknya untuk mengembangkan usaha franchisenya. Dalam perjanjian franchise ini, Ibu Anita selaku franchisee, memiliki hak untuk memilih design interior untuk setiap ruangan karaoke. Franchisor tidak boleh mencampuri pilihan-pilihan yang telah dilakukan oleh franchisee di dalam menata interior ruang karaoke. Franchisor hanya diberikan kewenangan untuk memberikan masukan-masukan saja, akan tetapi franchisor tidak boleh memaksakan kewenangannya kepada franchisee untuk menuruti segala keinginan franchisor di dalam menata design interior.

Kewajiban penerima kuasa adalah untuk melakukan apa yang telah diperintahkan oleh si penerima kuasa sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan. Menurut Kitab Undang-undang Hukum Perdata kewajiban penerima kuasa adalah :

1. Pasal 1800

Penerima kuasa berkewajiban untuk melaksanakan kuasa yang telah diberikan kepadanya. Penerima kuasa memiliki kewajiban untuk

menanggung segala biaya, kerugian dan bunga yang timbul akibat tidak dilaksanakannya kuasa tersebut. Selanjutnya di dalam ayat 2 dinyatakan bahwa penerima kuasa diwajibkan untuk segera melakukan kuasa yang telah diberikannya dalam hal pemberi kuasa telah meninggal dunia. Adapun hal ini adalah untuk menghindari kemungkinan akibat kerugian yang akan ditimbulkan dalam hal kuasa tersebut tidak langsung dilaksanakan oleh si penerima kuasa/juru kuasa.

2. Pasal 1802

Penerima kuasa diwajibkan untuk membuat laporan-laporan sehubungan dengan apa yang telah dibuatnya dan memberikan perhitungan kepada pemberi kuasa tentang segala hal yang diterimanya dalam melaksanakan kuasa yang diberikannya, sekalipun apa yang diterimanya itu tidak seharusnya dibayar kepada pemberi kuasa.

3. Pasal 1803

Pemberi kuasa memiliki kewajiban untuk bertanggung jawab atas seseorang yang telah ditunjuk sebagai penggantinya. Tanggung jawab ini mutlak diperlukan dalam hal :

- a. Jika penerima kuasa tidak mendapatkan persetujuan dari si pemberi kuasa untuk mencari pengganti penerima kuasa.
- b. Orang yang telah ditunjuk oleh si penerima kuasa ternyata tidak cakap atau tidak mampu meskipun dalam hal ini penerima kuasa telah mendapat persetujuan dari pemberi kuasa untuk mencari pengganti dirinya.

4. Pasal 1805

Penerima kuasa harus membayar bunga atas uang-uang pokok yang dipakainya guna keperluan sendiri

Pada dasarnya pemberian kuasa dapat dikelompokkan ke dalam perjanjian timbal balik. Hal ini dikarenakan karena adanya hak dan kewajiban yang timbul dari pemberian kuasa tersebut. Selain penerima kuasa, pemberi kuasa juga memiliki kewajiban di dalam hubungan

hukum ini. Beberapa kewajiban yang harus dilakukan oleh si pemberi kuasa, antara lain:

1. Pasal 1807

Pemberi kuasa diwajibkan memenuhi perikatan-perikatan yang diperbuat oleh si penerima kuasa menurut kekuasaan yang ia telah berikan kepadanya.

2. Pasal 1808

Pemberi kuasa diwajibkan mengembalikan kepada si penerima kuasa persekot-persekot dan biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh orang ini untuk melaksanakan kuasanya, begitu pula untuk membayar upahnya jika ini telah diperjanjikan.

3. Pasal 1809

Pemberi kuasa harus membayar ganti rugi kepada si penerima kuasa tentang kerugian-kerugian yang diderita sewaktu menjalankan kuasanya, asal dalam hal itu si penerima kuasa telah berbuat kurang hati-hati.

Kewajiban-kewajiban yang dimiliki oleh pemberi kuasa maupun penerima kuasa timbul karena ditentukan oleh undang-undang. Hal ini berbeda dengan perjanjian franchise dimana kewajiban-kewajiban franchisee dan franchisor timbul karena telah disepakati di dalam perjanjian franchise.

Kewajiban yang dimiliki baik oleh PT. IMPERIM HAPPY PUPPY dan juga Ibu Anita selaku franchisee timbul karena telah disepakati secara bersama-sama oleh kedua belah pihak. Kewajiban yang dimiliki masing-masing pihak merupakan kewajiban yang harus dilaksanakan demi tercapainya suatu sistem usaha bisnis yang baik. Salah satu contoh adalah kewajiban franchisor untuk memberikan pelatihan kepada franchisee di dalam menjalankan bisnisnya. Kewajiban ini merupakan suatu tindakan yang tidak hanya menguntungkan franchisee, tetapi juga akan memberikan keuntungan kepada franchisor jika franchisee tersebut dapat mengembangkan bisnisnya secara baik. Sedangkan dalam pemberian kuasa, kewajiban dilakukan bukan untuk menciptakan suatu usaha bisnis

yang baik, melainkan untuk memenuhi segala tanggung jawab kepada pihak lainnya yang sebagaimana telah ditentukan di dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Lebih lanjut lagi, di dalam pemberian kuasa segala hal yang berkaitan dengan upah/kontra prestasi yang harus diterima oleh penerima kuasa dapat dinyatakan secara cuma-cuma, kecuali jika diperjanjikan sebaliknya (pasal 1794 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Sedangkan di dalam perjanjian franchise, segala hal yang berhubungan dengan prestasi dan kontra prestasi masing-masing pihak harus dicantumkan di dalam perjanjian.

Pasal 1813 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa pemberian kuasa dapat berakhir karena :

- a. Atas kehendak pemberi kuasa,
- b. Atas permintaan penerima kuasa,
- c. Persoalan yang dikuasakan telah dapat diselesaikan,
- d. Salah satu pihak meninggal dunia,
- e. Salah satu pihak berada di bawah pengampuan (curatele),
- f. Salah satu pihak berada dalam keadaan pailit,
- g. Karena perkawinan perempuan yang memberi/menerima kuasa,
- h. Atas keputusan pengadilan

Berakhirnya pemberian kuasa memiliki perbedaan dengan berakhirnya perjanjian franchise. Di dalam perjanjian pemberian kuasa, berakhirnya hubungan hukum dapat terjadi karena adanya permintaan dari si pemberi kuasa. Pemberi kuasa sewaktu-waktu dapat menghentikan pemberian kuasa yang dilimpahkan kepada si penerima kuasa. Hal ini berbeda dengan perjanjian franchise. Di dalam perjanjian franchise, hubungan hukum akan berakhir jika masa berlakunya perjanjian franchise telah berakhir. Pada umumnya perjanjian franchise berlaku selama 5 atau 10 tahun dan kemudian dapat diperpanjang kembali selama para pihak mengkehendakinya. Dalam perjanjian franchise antara PT.IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita akan berakhir pada tahun 2014 jika para pihak tidak mengkehendaki perpanjangan perjanjian franchise. Akan tetapi dalam hal ini terbuka kemungkinan bagi para pihak untuk

memperpanjang perjanjian franchise dalam hal adanya kesepakatan dari kedua belah pihak.

Perjanjian pemberian kuasa menyebabkan adanya suatu kewenangan yang diberikan oleh pemberi kuasa kepada penerima kuasa untuk melakukan sesuatu. Meskipun kewenangan tersebut telah diserahkan kepada si penerima kuasa, akan tetapi dalam hal adanya timbul gugatan yang diberikan oleh pihak ke-tiga, maka si pemberi kuasa yang berkewajiban untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa si penerima kuasa dalam melaksanakan tugasnya untuk dan atas nama si pemberi kuasa. Hal ini tentunya berbeda dengan perjanjian franchise. Meskipun franchisee di dalam perjanjian franchise menggunakan merek/lisensi milik franchisor, akan tetapi dalam hal adanya gugatan yang diajukan oleh pihak ke-tiga, maka franchisee lah yang harus bertanggung jawab atas segala gugatan yang diajukan kepadanya. Hal ini disebabkan karena di dalam menjalankan usaha bisnisnya, franchise tidak bertindak untuk dan atas nama franchisor, melainkan untuk dirinya sendiri.

Selain memiliki perbedaan dengan perjanjian pemberian kuasa, perjanjian franchise juga memiliki persamaan dan perbedaan dengan perjanjian perburuhan. Persamaan yang dapat ditemukan adalah adanya hubungan hukum yang timbul karena adanya suatu perjanjian. Di dalam perjanjian perburuhan hubungan hukum timbul karena adanya suatu perjanjian kerja diantara majikan dan buruh. Perjanjian kerja adalah perjanjian antara pekerja/buruh dengan pengusaha atau pemberi kerja yang memuat syarat syarat kerja, hak, dan kewajiban para pihak. Sedangkan di dalam perjanjian franchise hubungan hukum timbul karena adanya perjanjian franchise yang dibuat diantara franchisor dan franchisee. Perjanjian kerja dalam pelaksanaannya juga mengacu kepada pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Di dalam perjanjian kerja diatur pula mengenai kesepakatan, kecakapan melakukan perbuatan hukum, adanya pekerjaan yang dijanjikan, dan pekerjaan yang diberikan tidak bertentangan dengan undang-undang dan kepentingan umum. Hal demikian juga terjadi di dalam perjanjian franchise dimana di dalam

pembuatannya perjanjian franchise harus sesuai dengan ketentuan 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

Meskipun sekilas terlihat sama, akan tetapi di antara ke dua perjanjian tersebut memiliki perbedaan. Di dalam hubungan perburuhan terdapat suatu hubungan yang bersifat subordinatif. Maksudnya adalah di dalam hubungan tersebut terapat suatu ketergantungan dimana pegawai di dalam melakukan pekerjaannya sesuai dengan perintah dari majikannya. Sedangkan di dalam perjanjian franchise, timbul suatu hubungan yang bersifat koordinatif. Dalam hal ini, franchisee di dalam melaksanakan kewajibannya tidak tergantung kepada franchisor. Franchisee dalam hal ini tetap memiliki hak untuk mengelola usaha sesuai dengan keinginannya. Misalnya di dalam perjanjian franchise antara PT.IMPERIUM HAPPY PUPPY dan Ibu Anita, franchisee tetap memiliki hak untuk menentukan sendiri pembelian alat-alat elektronik seperti: TV, komputer, mike, dan lain-lain.

Perbedaan lainnya adalah mengenai pengawasan di antara hubungan hukum kedua perjanjian tersebut. Di dalam hubungan perburuhan, pengawasan dilakukan secara langsung oleh majikan/atasan. Berbeda dengan perjanjian franchise dimana di dalam perjanjian franchise ini, pengawasan dilakukan secara tidak langsung oleh franchisor. Mengingat banyaknya franchisee di dalam usaha karaoke ini, maka franchisor memiliki keterbatasan untuk melakukan pengawasan secara langsung.

Sehubungan dengan adanya pengawasan yang berbeda di antara perjanjian perburuhan dan perjanjian franchise, maka hal ini tentunya akan menimbulkan akibat yang berbeda dalam hal adanya gugatan dari pihak ke-tiga. Dalam hal adanya gugatan yang diajukan kepada pegawai, maka dalam hal ini majikan/atasan yang akan bertanggung jawab atas segala perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pegawai terhadap pihak ketiga tersebut. Hal ini sebagaimana dinyatakan di dalam pasal 1367 (3) Kitab Undang-undang Hukum Perdata, majikan-majikan dan mereka yang mengangkat orang lain untuk mewakili urusan-urusan mereka, adalah

bertanggung jawab tentang kerugian yang diterbitkan pelayan-pelayan atau bawahan-bawahan mereka di dalam melakukan pekerjaan untuk mana orang-orang ini dipakainya. Sedangkan di dalam perjanjian franchise, dalam hal adanya gugatan yang diajukan kepada franchisee, maka dalam hal ini franchisee bertanggung jawab atas gugatan pihak ketiga tersebut. Hal ini dikarenakan bahwa franchisor hanya sebagai pihak yang memberikan lisensi/merek kepada franchisee untuk mengembangkan usahanya tersebut. Oleh karena itu, franchisee bertanggung jawab atas segala gugatan yang diajukan kepadanya.

Di dalam perjanjian kerja, perjanjian dapat dibuat baik secara lisan dan tulisan, sebagaimana juga yang terdapat di dalam perjanjian pemberian kuasa. Akan tetapi, di dalam perjanjian franchise, perjanjian harus dibuat secara tertulis. Hal ini merupakan suatu cara untuk memberikan suatu kepastian hukum kepada franchisee dan franchisor. Berakhirnya perjanjian kerja akan dapat terjadi apabila:

1. Pekerja meninggal dunia,
2. Berakhirnya jangka waktu perjanjian,
3. Adanya putusan pengadilan/putusan pengadilan industrial,
4. Adanya keadaan atau kejadian tertentu yang dicantumkan di dalam perjanjian kerja.

Sedangkan di dalam perjanjian franchise, perjanjian berakhir apabila jangka waktu perjanjian franchise tersebut telah berakhir. Pada umumnya perjanjian franchise berlangsung selama 5 sampai 10 tahun dan terbuka kemungkinan untuk memperpanjang perjanjian tersebut apabila para pihak menghendakinya. Berakhirnya perjanjian franchise yang didasarkan pada suatu jangka waktu memiliki persamaan dengan berakhirnya suatu perjanjian kerja yang didasarkan pada suatu waktu tertentu. Perjanjian kerja untuk jangka waktu tertentu dapat diadakan untuk paling lama 2 (dua) tahun dan hanya boleh diperpanjang 1 (satu) kali untuk jangka waktu paling lama 1 (satu) tahun. Apabila pekerjaan yang dimaksudkan di dalam perjanjian telah selesai, maka berakhir pula hubungan hukum di antara majikan dan buruh tersebut.

Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa perjanjian franchise memiliki perbedaan dengan perjanjian pemberian kuasa dan perjanjian perburuhan. Dalam hal melakukan kewajibannya, maka franchisee tidak melakukannya untuk dan atas nama franchisor. Dalam hal ini franchisee merupakan pihak yang menggunakan merek/lisensi milik franchisor, untuk selanjutnya dikembangkan di dalam usaha milik franchisee itu sendiri. Adapun segala gugatan yang ditujukan kepada franchisee merupakan tanggung jawab yang harus diselesaikan oleh franchisee. Franchisee tidak dapat melimpahkannya kepada franchisor karena segala usaha yang dijalankannya baik berupa barang/jasa berada di bawah kepemilikan franchisee itu sendiri dan bukan lagi berada di bawah kepemilikan franchisor. Franchisor hanyalah pihak yang memberikan haknya kepada franchisee untuk menggunakan merek/lisensi yang sebelumnya sudah dikembangkan oleh franchisor. Sedangkan di dalam perjanjian pemberian kuasa, pihak yang menerima kuasa merupakan pihak yang melakukan suatu tugas untuk dan atas nama pemberi kuasa. Dalam hal ini apabila terdapat gugatan yang diajukan oleh pihak ketiga sehubungan dengan pemberian kuasa tersebut, maka dalam hal ini pemberi kuasa yang harus bertanggung jawab. Hal ini dikarenakan bahwa pemberi kuasa merupakan pihak/orang yang melakukan tugasnya atas wewenang yang diberikan oleh pemberi kuasa. Demikian pula di dalam perjanjian perburuhan, dalam hal adanya gugatan yang diajukan kepada buruh/pegawai, maka majikanlah yang bertanggung jawab atas gugatan tersebut

BAB 5

PENUTUP

A. KESIMPULAN

1. Perjanjian yang dibuat oleh para pihak merupakan salah satu bukti kekuatan hukum yang dimiliki oleh para pihak di dalam memberikan suatu kepastian hukum dalam menjalankan perjanjian yang telah disepakati bersama. Perjanjian franchise didalam pelaksanaannya harus sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Perjanjian franchise antara PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dengan Ibu Anita Gizelle secara formil telah sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undang yang berlaku
2. Pengaturan mengenai wanprestasi terdapat di dalam pasal 1267 Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Pasal ini menyebutkan bahwa terhadap pihak yang melakukan kontra prestasi dapat dituntut untuk memenuhi perjanjian, memenuhi perjanjian disertai ganti rugi, ganti rugi, pembatalan perjanjian, dan pembatalan perjanjian disertai ganti rugi. Pengaturan wanprestasi di dalam perjanjian franchise antara PT. IMPERIUM HAPPY PUPPY dan Ibu Anita Gizelle yang dilakukan oleh franchisor sebelum beroperasinya tempat usaha, maka franchisor harus mengembalikan *initial fee* yakni sebesar 40 juta rupiah. Dalam hal adanya wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak sesudah beroperasinya usaha tersebut, maka para pihak diharuskan untuk membayar ganti kerugian sebesar 100 jt. Dalam hal ini para pihak kembali kepada keadaan semula (pembatalan) disertai dengan pembayaran ganti rugi. Para pihak tidak dapat menuntut pelaksanaan perjanjian. Lebih lanjut lagi, para pihak di dalam melangsungkan suatu perjanjian dalam hal ini harus memperhatikan kepentingan pihak lainnya demi terciptanya suatu keadilan bagi masing-masing pihak. Perjanjian yang dibuat oleh para pihak harus didasarkan atas itikad

baik sebagaimana yang ditentukan pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-undang Hukum Perdata.

3. Perjanjian franchisee tidak dapat disamakan kedudukannya dengan perjanjian pemberian kuasa dan perjanjian perburuhan. Dalam hal adanya gugatan yang diajukan kepada franchisee, maka franchisee bertanggung jawab penuh atas gugatan tersebut. Berbeda dengan perjanjian pemberian kuasa dan perjanjian perburuhan, apabila terdapat suatu gugatan yang diajukan kepada penerima kuasa atau buruh, maka pihak-pihak tersebut dapat dibebaskan dari tanggungjawab untuk menyelesaikan gugatan tersebut. Pihak yang bertanggung jawab dalam hal ini adalah si pemberi kuasa dan majikan. Akibat ini timbul karena pada dasarnya penerima kuasa dan buruh merupakan pihak yang berada di bawah pengawasan pihak lainnya. Maksudnya adalah bahwa di dalam menjalankan kuasa/pekerjaan, penerima kuasa dan buruh melakukan bukan untuk dan atas namanya sendiri, melainkan untuk pihak yang memberikan kuasa/ pekerjaan tersebut.

B. SARAN

1. Dalam rangka mengembangkan perjanjian franchise di Indonesia, maka pemerintah hendaknya membenahi peraturan perundang-undangan yang mengatur secara tegas mengenai redaksi dari perjanjian franchise itu sendiri. Perjanjian franchise yang dibuat oleh para pihak hendaknya dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pihak. Pembinaan yang diawali dengan adanya undang-undang yang mengatur mengenai franchise maka diharapkan agar bisnis franchise ini dapat berkembang dengan baik. Sebab tidak dapat dipungkiri, bahwa bisnis franchise dapat digunakan sebagai salah satu sarana untuk membangun perekonomian negara dengan cara membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat banyak.

2. Adanya klausula yang menyatakan bahwa apabila adanya *force majeure* maka pihak franchisee tidak dapat menuntut pembayaran yang sudah dibayarkan kepada franchisor merupakan suatu klausula yang memberatkan bagi franchisee. Terutama apabila pembayaran sudah dilakukan akan tetapi franchisee belum mendapatkan untung dari usaha yang dijalankan. Klausula ini hendaknya tidak dicantumkan di dalam perjanjian franchise. Dengan adanya klausula ini, semakin mengaskan adanya kedudukan yang tidak seimbang di antara franchisor dan franchisee, dimana franchisor memiliki posisi tawar menawar lebih tinggi dibandingkan dengan franchisee.
3. Jangka waktu pendirian franchise terdapat pengaturan yang berbeda. Di dalam PP No. 42 Tahun 2007 dinyatakan bahwa jangka waktu berlakunya perjanjian franchise setidaknya-tidaknya selama 5 tahun. Pengaturan lain terdapat di dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2008 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba disebutkan bahwa Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku paling sedikit 10 (sepuluh) tahun. Pemerintah hendaknya menyusun suatu ketentuan dalam suatu produk hukum yang kedudukannya sama di dalam suatu hierarki peraturan perundang-undangan agar dapat memberikan suatu kepastian hukum baik kepada franchisor maupun kepada franchisee.
4. Perjanjian franchise hendaknya menyatakan dengan tegas tanggung jawab franchisee dalam hal adanya gugatan pihak ketiga. Dengan dicantulkannya dengan tegas mengenai hal ini, maka franchisee tidak dapat mengalihkan/melepaskan tanggung jawabnya kepada franchisor apabila ada gugatan yang diajukan terhadapnya.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Basarah, Moch. *Bisnis Franchise dan Aspek – aspek Hukumnya*, cet.1, (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008)
- Budiono, Herlien. *Ajaran umum hukum perjanjian dan penerapannya di bidang kenotariatan*, cet.2 (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010)
- Black, H.C. *Black's Law Dictionary*, (Sint Paul Minn : West Publishing Co., 1991)
- Davidson, D. *et.al., Business Law, Principles and cases*. Boston : Kent Publishing Co., 1984
- Fox, Stephen. *Membeli dan Menjual Bisnis Franchise [Buying and Selling a Business, Buying a Franchise]*. Diterjemahkan oleh Soesanto Boedidarmo. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 1991.
- Hakim, Lukman. *Info Lengkap Waralaba*, cet 1, (Yogyakarta : Medpress, 2008)
- Jehoram, H.C. *Central issues on intellectual property and media law* (Tjenk wilink zwolle, 1984)
- Muljadi, Kartini dan Gunawan Widjaja. *Perikatan Yang Lahir dari Perjanjian*, cet 5. (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2010)
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, cet.6, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2009)
- Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*, cet.1, (Jakarta : Ghalia Indonesia, 2008)
- Sumarno, Sony. *Manajemen bisnis waralaba*, cet.1 (Yogyakarta : Graha Ilmu, 2009)

Artikel

- Cheong, C.T. *Franchising In Singapore* (Workshop Paper, Asean Law Associations, Denpasar, 1989)
- Simangunsong, Benedictus Arnold. “ Franchise Media (Media Franchise) “ Dalam Jurnal Ilmiah Universitas Pelita Harapan 6(1)April 2003, hlm.62-63.

Skripsi

Universitas Indonesia

Widyastuty, Citra Ariesta.” Perlindungan hukum terhadap penerima franchise (*franchisee*) atas perbuatan melawan hukum yang dilakukan oleh pemberi franchise (*franchisor*). Analisis kasus antara PT. Raja Boga Sukses dengan Breadstory by Jun Pte.Ltd.” Tesis magister kenotariatan Universitas Indonesia. Depok, 2006.

Peraturan perundang-undangan

Kitab Undang – undang Hukum Perdata [*Burgerlijk Wetboek*]. Diterjemahkan oleh R. Subekti, Jakarta : Pradnya Paramita, 2005.

Indonesia, *Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba.*, PP. No 42 Tahun 2007, LN No. 90 Tahun 2007, TLN 4742.

Departemen Perindustrian dan Perdagangan, *Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Tentang Waralaba*, Kepmen Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPKK/Kep/7/1997.

Indonesia, *Undang – undang Tentang Desain Indsutri*, UU No. 31 Tahun 2000, LN No. 243 Tahun 2000, TLN No. 4045.

Indonesia, *Undang – undang Tentang Merek*, No. 15 Tahun 2001. LN No. 110 Tahun 2001, TLN 4131.

Indonesia, *Peraturan Pemerintah Tentang Franchise*, PP. No 16 Tahun 1997. LN No.49, TLN 3689.

INTERNET

“ BR. Internasional,” Asal – usul Franchise “, (<http://www.brindonesia.com>), diunduh 4 September 2010.

“Franchise media efektif memasarkan HKI”, “ bisnisukm.com/franchise-media-efektif-memasarkan-hki.html”, diunduh 19 September 2010

“ Hukum Waralaba”, hbt.files.wordpress.com/2008/11/hukum-bisnis-6.ppt, diunduh 14 Agustus 2010

Muharam,S.T .” *9 pertanyaan wajib sebelum membeli hak waralaba*”, (<http://agronema blog.com/planet/waralaba>) diunduh 15 Agustus 2010.

“ Membuka usaha karaoke keluarga” , bisnisukm.com/membuka-usaha-karaoke-keluarga.html, diunduh 12 Agustus 2010.

“ Profile perusahaan Happy Puppy Karaoke Keluarga”, www.happy-puppy.co.id/profil/index.php, diunduh 12 Agustus 2010.

“Sejarah Franchise” (<http://www.wirusaha.com>), diunduh 22 September 2010.

“Selama Ramadhan 541 tempat usaha tutup”, www.tribunnews.com/.../selama-ramadhan-541-tempat-hiburan-di-jakarta-tutup, diunduh 12 Agustus 2010.





Menteri Perdagangan Republik Indonesia

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA NOMOR : 31/M-DAG/PER/8/2008 TENTANG

PENYELENGGARAAN WARALABA

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk melaksanakan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, perlu menetapkan Peraturan Menteri Perdagangan tentang Penyelenggaraan Waralaba;

Mengingat :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1982 Nomor 7, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3214);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 1997 tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 43, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3687);
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1999 Nomor 33, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3817);
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2008 (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);
5. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 29 Tahun 2007 tentang Pemerintahan Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Sebagai Ibukota Negara Kesatuan Republik Indonesia (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4744);
6. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008 Nomor 93, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4866);

7. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 91, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3718);
8. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 38 Tahun 2007 tentang Pembagian Urusan Pemerintahan Antara Pemerintah, Pemerintahan Daerah Provinsi, dan Pemerintahan Daerah Kabupaten/Kota (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 82, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4737);
9. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007 Nomor 90, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4742);
10. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2004 tentang Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 171/M Tahun 2005;
11. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi, dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008;
12. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 21 Tahun 2008;
13. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 01/M-DAG/PER/3/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perdagangan sebagaimana telah beberapa kali diubah terakhir dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 34/M-DAG/PER/8/2007;

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG PENYELENGGARAAN WARALABA.**

BAB I
KETENTUAN UMUM
Pasal 1

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan:

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.

2. Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.
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.
4. Penerima waralaba yang mendapat hak untuk menunjuk penerima waralaba lain yang selanjutnya disebut pemberi waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan.
5. Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba dari pemberi waralaba lanjutan.
6. Prospektus penawaran waralaba adalah keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.
7. Perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba.
8. Surat Permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang selanjutnya disebut SP-STPW adalah formulir permohonan pendaftaran yang diisi oleh perusahaan yang memuat data-data perusahaan untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).
9. Pejabat penerbit STPW adalah Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan, pejabat pemerintah daerah yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di wilayah kerjanya, pejabat yang bertanggungjawab dalam pelaksanaan pelayanan terpadu satu pintu, atau pejabat lain yang ditetapkan berdasarkan Peraturan Menteri ini.
10. Surat Tanda Pendaftaran Waralaba selanjutnya disebut STPW adalah bukti pendaftaran prospektus atau pendaftaran perjanjian yang diberikan kepada pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam Peraturan Menteri ini.
11. Menteri adalah Menteri yang tugas dan tanggungjawabnya di bidang Perdagangan.

BAB II

KRITERIA DAN RUANG LINGKUP WARALABA

Pasal 2

- (1) Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:
 - a. memiliki ciri khas usaha;
 - b. terbukti sudah memberikan keuntungan;
 - c. memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
 - d. mudah diajarkan dan diaplikasikan;
 - e. adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
 - f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar.
- (2) Orang perseorangan atau badan usaha dilarang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba untuk nama dan/atau kegiatan usahanya, apabila tidak memenuhi kriteria sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

Pasal 3

- (1) Waralaba terdiri dari pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- (2) Pemberi waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. pemberi waralaba berasal dari luar negeri;
 - b. pemberi waralaba berasal dari dalam negeri; dan
 - c. pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri dan/atau luar negeri.
- (3) Penerima waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) meliputi:
 - a. penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri;
 - b. penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri; dan
 - c. penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri dan/atau waralaba luar negeri.

BAB III

KEWAJIBAN PEMBERI DAN PENERIMA WARALABA

Pasal 4

- (1) Pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.
- (2) Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan Menteri ini.
- (3) Dalam hal prospektus sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, prospektus harus diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.

Pasal 5

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dan mempunyai kedudukan hukum yang setara dan terhadap mereka berlaku Hukum Indonesia.
- (2) Perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit sebagaimana tercantum dalam Lampiran II Peraturan Menteri ini.
- (3) Perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (2) harus disampaikan kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian.
- (4) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian harus diterjemahkan ke dalam Bahasa Indonesia.

Pasal 6

- (1) Perjanjian waralaba yang diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlaku perjanjian berakhir, pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (*clean break*) atau paling lambat 6 bulan setelah pemutusan perjanjian waralaba.
- (2) Penerima waralaba baru sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan STPW, apabila sudah terjadi kesepakatan atau paling lambat 6 bulan setelah pemutusan perjanjian waralaba.

BAB IV

SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)

Pasal 7

- (1) Pemberi waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (2) wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba.
- (2) Penerima waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 ayat (3) wajib memiliki STPW dengan mendaftarkan perjanjian waralaba.

Pasal 8

- (1) STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
- (2) STPW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang habis masa berlakunya dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.
- (3) STPW dinyatakan tidak berlaku apabila:
 - a. jangka waktu STPW berakhir;
 - b. perjanjian waralaba berakhir; atau
 - c. pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.

Pasal 9

Kewajiban memiliki STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) untuk pemberi waralaba berasal dari luar negeri, dikecualikan apabila perjanjian waralaba antara pemberi waralaba berasal dari luar negeri dengan penerima waralaba di dalam negeri tidak mengalami perubahan.

Pasal 10

- (1) Pemberi waralaba berasal dari luar negeri yang tidak memiliki STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dilarang memperluas kegiatan usahanya di Indonesia.
- (2) Penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri dan/atau penerima waralaba yang bertindak sebagai pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilarang memperluas kegiatan usahanya.

BAB V

KEWENANGAN PENERBITAN STPW

Pasal 11

Menteri memiliki kewenangan pengaturan Waralaba.

Pasal 12

- (1) Menteri melimpahkan wewenang kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri untuk menerbitkan:
 - a. STPW pemberi waralaba berasal dari luar negeri;
 - b. STPW penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri; dan
 - c. STPW pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri.
- (2) Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri melimpahkan wewenang sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan.

Pasal 13

- (1) Menteri menyerahkan wewenang kepada Gubernur DKI Jakarta dan Bupati/Walikota di seluruh wilayah Republik Indonesia untuk menerbitkan:
 - a. STPW pemberi waralaba berasal dari dalam negeri;
 - b. STPW pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri;
 - c. STPW penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri;
 - d. STPW penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri; dan
 - e. STPW penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri.

- (2) Gubernur DKI Jakarta melimpahkan wewenang penerbitan STPW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan.
- (3) Bupati/Walikota melimpahkan wewenang penerbitan STPW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan.

BAB VI
TATA CARA PENDAFTARAN
Pasal 14

- (1) Permohonan STPW untuk pemberi waralaba berasal dari luar negeri dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di Direktorat Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III A-1 Peraturan Menteri ini.
- (2) Permohonan STPW untuk pemberi waralaba berasal dari dalam negeri dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota setempat dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III A-2 Peraturan Menteri ini.
- (3) Permohonan STPW untuk penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di Direktorat Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan, Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III B-1 Peraturan Menteri ini.
- (4) Permohonan STPW untuk penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, dan penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri, diajukan kepada pejabat penerbit STPW di kantor dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau kabupaten/kota setempat dengan mengisi formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran III B-2 Peraturan Menteri ini.

Pasal 15

Permohonan STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14 harus ditandatangani oleh pemilik, pengurus, atau penanggungjawab perusahaan dengan melampirkan dokumen persyaratan sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV Peraturan Menteri ini.

Pasal 16

- (1) Pemohon STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 15 harus menunjukkan asli dokumen persyaratan.
- (2) Pengurusan permohonan STPW dapat dilakukan oleh pihak ketiga dengan menunjukkan surat kuasa bermeterai cukup yang ditandatangani oleh pemilik, pengurus, atau penanggungjawab perusahaan.

Pasal 17

Prospektus penawaran waralaba yang didaftarkan oleh pemberi waralaba berasal dari luar negeri harus dilegalisir oleh *Public Notary* dengan melampirkan surat keterangan dari Atase Perdagangan R.I. atau Pejabat Kantor Perwakilan R.I. di negara asal.

Pasal 18

- (1) Paling lama 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak diterimanya SP-STPW dan dokumen persyaratan secara lengkap dan benar sebagaimana dimaksud dalam Pasal 14, pejabat penerbit STPW menerbitkan STPW dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran V Peraturan Menteri ini.
- (2) Apabila SP-STPW beserta dokumen persyaratan dinilai belum lengkap dan benar, pejabat penerbit STPW membuat surat penolakan penerbitan STPW kepada pemohon STPW, paling lama 3 (tiga) hari kerja terhitung sejak tanggal diterimanya surat permohonan.
- (3) Pemohon STPW yang ditolak permohonannya dapat mengajukan kembali permohonan STPW sesuai persyaratan sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Menteri ini.

Pasal 19

Pengurusan permohonan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 ayat (1), tidak dikenakan biaya administrasi.

BAB VII

PEMBINAAN DAN PENGAWASAN

Pasal 20

- (1) Pemerintah, pemerintah daerah provinsi dan/atau kabupaten/kota melakukan pembinaan waralaba.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain tercantum dalam Lampiran VI Huruf A Peraturan Menteri ini.
- (3) Pembinaan waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (2), dapat dilakukan secara bersama-sama dan/atau masing-masing instansi teknis terkait sesuai dengan kewenangannya.

Pasal 21

- (1) Pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan kepada penerima waralaba dalam bentuk sebagaimana tercantum dalam Lampiran VI Huruf B Peraturan Menteri ini.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan secara sendiri-sendiri dan/atau bersama-sama antara pemerintah, pemerintah daerah provinsi, dan/atau kabupaten/kota.

Pasal 22

- (1) Menteri melimpahkan wewenang kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri untuk melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan waralaba secara nasional.
- (2) Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dapat melakukan koordinasi dengan instansi terkait di pusat dan di daerah dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).
- (3) Kepala Dinas yang tugas dan tanggungjawabnya di bidang perdagangan pada pemerintah daerah Provinsi DKI Jakarta melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan kegiatan dan pendaftaran waralaba di wilayah kerjanya.
- (4) Kepala Dinas yang tugas dan tanggungjawabnya di bidang perdagangan pada pemerintah daerah kabupaten/kota melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan pendaftaran waralaba di wilayah kerjanya.

Pasal 23

Apabila diperlukan, pejabat penerbit STPW atau pejabat yang ditunjuk dapat menugaskan aparat untuk meminta data dan/atau informasi tentang kegiatan usaha yang dilaksanakan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang menggunakan istilah dan/atau nama waralaba.

BAB VIII PELAPORAN

Pasal 24

- (1) Pemilik STPW pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri, dan penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri, wajib menyampaikan laporan kegiatan waralaba kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri cq. Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan dengan tembusan kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan di kabupaten/kota setempat.
- (2) Laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan setiap tahun paling lambat tanggal 31 Maret tahun berikutnya, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran VII Peraturan Menteri ini.

Pasal 25

- (1) Pejabat penerbit STPW sebagaimana dimaksud dalam Pasal 13 harus menyampaikan laporan perkembangan penerbitan STPW kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri cq. Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran Perusahaan dengan tembusan kepada Gubernur dan Bupati/Walikota setempat.
- (2) Laporan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) disampaikan setiap tahun sekali paling lambat tanggal 31 Januari tahun berikutnya, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran VIII Peraturan Menteri ini.

BAB IX SANKSI Pasal 26

- (1) Pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7, dikenakan sanksi administratif berupa:
 - a. peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran IX Peraturan Menteri ini; dan
 - b. denda paling banyak Rp. 100.000.000,- (seratus juta rupiah).
- (2) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, dikenakan kepada pemberi waralaba berasal dari luar negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri, dan pemberi waralaba lanjutan berasal dari luar negeri dengan berpedoman pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Perdagangan.
- (3) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (2) disetor ke kas negara sebagai Penerimaan Negara Bukan Pajak pada Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan.
- (4) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf b, dikenakan kepada pemberi waralaba berasal dari dalam negeri, pemberi waralaba lanjutan berasal dari dalam negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba luar negeri, dan penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri ditetapkan dengan Peraturan Daerah yang besarnya berpedoman pada Peraturan Pemerintah yang mengatur tentang Penerimaan Negara Bukan Pajak yang berlaku pada Departemen Perdagangan.
- (5) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (4) disetor ke kas daerah sebagai pendapatan asli daerah.
- (6) Pengenaan denda sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dan ayat (4) dilaksanakan terhitung sejak batas waktu surat peringatan ke 3 (tiga) berakhir.

Pasal 27

Pemberi waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 ayat (1) atau Pasal 24, dikenakan sanksi administratif berupa:

- a. peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu 2 (dua) minggu sejak tanggal surat peringatan oleh pejabat penerbit STPW, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran X Peraturan Menteri ini;
- b. pemberi waralaba yang tidak memenuhi ketentuan dalam peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada huruf a, dikenakan sanksi berupa pemberhentian sementara STPW paling lama 2 (dua) bulan dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran XI Peraturan Menteri ini; dan
- c. pencabutan STPW oleh pejabat penerbit STPW, bagi pemberi waralaba yang tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud pada huruf b, dengan menggunakan formulir sebagaimana tercantum dalam Lampiran XII Peraturan Menteri ini.

Pasal 28

Orang perseorangan atau badan usaha yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (2), dikenakan sanksi sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan.

BAB X

KETENTUAN LAIN-LAIN

Pasal 29

Petunjuk teknis pelaksanaan Peraturan Menteri ini, diatur lebih lanjut oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri.

BAB XI

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 30

Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) bagi penerima waralaba yang telah diterbitkan berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, dinyatakan masih tetap berlaku sampai dengan masa berlaku STPUW berakhir dan dapat diperpanjang tanpa melampirkan STPW Pemberi Waralaba.

BAB XII
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 31

Pada saat Peraturan Menteri ini mulai berlaku, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 32

Peraturan Menteri ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Peraturan Menteri ini dengan penempatannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
pada tanggal 21 Agustus 2008
MENTERI PERDAGANGAN R.I.,

ttd

MARI ELKA PANGESTU

Salinan sesuai dengan aslinya
Sekretariat Jenderal
Departemen Perdagangan R.I.
Kepala Biro Hukum,

ttd

WIDODO

LAMPIRAN PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA
NOMOR : 31/M-DAG/PER/8/2008
TANGGAL : 21 Agustus 2008

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lampiran I : Prospektus Penawaran Waralaba
2. Lampiran II : Perjanjian Waralaba
3. Lampiran III :
 - A-1 - Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba berasal dari Luar Negeri
 - Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba Lanjutan dari Luar Negeri
 - A-2 - Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba berasal dari Dalam Negeri
 - Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Dalam Negeri
 - B-1 - Surat Permohonan STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Luar Negeri
 - B-2 - Surat Permohonan STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Dalam Negeri
 - Surat Permohonan STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Luar Negeri
 - Surat Permohonan STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Dalam Negeri
4. Lampiran IV : Daftar Dokumen Persyaratan Permohonan STPW
5. Lampiran V :
 1. Formulir STPW Pemberi Waralaba berasal dari Luar Negeri
 2. Formulir STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Luar Negeri
 3. Formulir STPW Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Luar Negeri
 4. Formulir STPW Pemberi Waralaba berasal dari Dalam Negeri
 5. Formulir STPW Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Dalam Negeri
 6. Formulir STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Dalam Negeri

7. Formulir STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Luar Negeri
 8. Formulir STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Dalam Negeri
6. Lampiran VI : Bentuk Pembinaan
 7. Lampiran VII : Formulir Laporan Kegiatan Waralaba Tahunan Pemilik STPW
 8. Lampiran VIII : Formulir Laporan Perkembangan Penerbitan STPW
 9. Lampiran IX : Formulir Peringatan Tertulis (Pelanggaran Pasal 6)
 10. Lampiran X : Formulir Peringatan Tertulis (Pelanggaran Pasal 18 dan Pasal 21)
 11. Lampiran XI : Formulir Keputusan Pemberhentian Sementara STPW
 12. Lampiran XII : Formulir Surat Keputusan Pencabutan STPW

MENTERI PERDAGANGAN R.I.,

ttd

MARI ELKA PANGESTU

**Salinan sesuai dengan aslinya
Sekretariat Jenderal
Departemen Perdagangan R.I.
Kepala Biro Hukum,**

ttd

WIDODO

PROSPEKTUS PENAWARAN WARALABA

Prospektus Penawaran Waralaba paling sedikit memuat :

1. Data identitas Pemberi Waralaba, yaitu fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor pemilik usaha apabila perseorangan, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor para Pemegang Saham, Komisaris dan Direksi apabila berupa badan usaha.
2. Legalitas usaha Waralaba, yaitu izin usaha teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan atau izin usaha yang berlaku di negara Pemberi Waralaba.
3. Sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.
4. Struktur organisasi Pemberi Waralaba, yaitu struktur organisasi usaha Pemberi Waralaba mulai dari Komisaris, Pemegang Saham dan Direksi sampai ke tingkat operasional termasuk dengan Pewaralaba/Franchiseenya.
5. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan Perusahaan Pemberi Waralaba 2 (dua) tahun berturut-turut dihitung mundur dari waktu permohonan Prospektus Penawaran Waralaba.
6. Jumlah tempat usaha, yaitu outlet/gerai usaha waralaba sesuai dengan Kabupaten/Kota domisili untuk Pemberi Waralaba Dalam Negeri dan sesuai dengan negara domisili outlet/gerai untuk Pemberi Waralaba Luar Negeri.
7. Daftar Penerima waralaba, yaitu daftar nama dan alamat perusahaan dan/atau perseorangan sebagai Penerima waralaba dan perusahaan yang membuat prospektus penawaran waralaba baik yang berdomisili di Indonesia maupun di Luar Negeri.
8. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, seperti;
 - a. Pemberi Waralaba berhak menerima fee atau royalty dari Penerima Waralaba, dan selanjutnya Pemberi Waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba.
 - b. Penerima Waralaba berhak menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba, dan selanjutnya Penerima Waralaba berkewajiban menjaga Kode Etik/kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan Pemberi Waralaba.

PERJANJIAN WARALABA

Perjanjian Waralaba paling sedikit memuat :

1. Nama dan alamat para pihak, yaitu nama dan alamat jelas perusahaan dan nama dan alamat jelas pemilik/penanggung jawab perusahaan yang mengadakan perjanjian yaitu Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
2. Jenis hak Kekayaan Interlektual, yaitu jenis Hak Kekayaan Intelektual Pemberi Waralaba, seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet/gerai, sistem manajemen/pemasaran atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.
3. Kegiatan usaha, yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran/ritel, pendidikan, restoran, apotek atau bengkel.
4. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, seperti:
 - a. Pemberi Waralaba berhak menerima fee atau royalty dari Penerima Waralaba, dan selanjutnya Pemberi Waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba.
 - b. Penerima Waralaba berhak menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba, dan selanjutnya Penerima Waralaba berkewajiban menjaga Kode Etik/kerahasiaan HKI atau ciri khas usaha yang diberikan Pemberi Waralaba.
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba, seperti bantuan fasilitas berupa penyediaan dan pemeliharaan komputer dan program IT pengelolaan kegiatan usaha.
6. Wilayah usaha, yaitu batasan wilayah yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba untuk mengembangkan bisnis Waralaba seperti; wilayah Sumatra, Jawa dan Bali atau di seluruh Indonesia.
7. Jangka waktu perjanjian, yaitu batasan waktu mulai dan berakhir perjanjian seperti, perjanjian kerjasama ditetapkan berlaku selama (sepuluh) tahun terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak.
8. Tata cara pembayaran imbalan, yaitu tata cara/ketentuan termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan seperti fee atau royalty apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab Penerima Waralaba.
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, yaitu, nama dan alamat jelas pemilik usaha apabila perseorangan, serta nama dan alamat Pemegang Saham, komisaris dan Direksi apabila berupa badan usaha.
10. Penyelesaian sengketa, yaitu penetapan tempat/lokasi penyelesaian sengketa, seperti melalui Pengadilan Negeri tempat/domisili perusahaan atau melalui Pengadilan, Arbitrase dengan memperhatikan hukum Indonesia.
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian seperti pemutusan perjanjian tidak dapat dilakukan secara sepihak, perjanjian berakhir dengan sendirinya apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam perjanjian telah berakhir. Perjanjian dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.
12. Jaminan dari pihak Pemberi Waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada Penerima Waralaba sesuai dengan isi Perjanjian hingga jangka waktu Perjanjian berakhir.

(KOP SURAT PERUSAHAAN)
SURAT PERMOHONAN
SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (SP-STPW)
(PROSPEKTUS PENAWARAN WARALABA)

....., Tanggal

Kepada Yth.

Direktur Bina Usaha dan
Pendaftaran Perusahaan

Direktorat Jenderal Perdagangan
Dalam Negeri

Departemen Perdagangan R.I.

di

Jakarta

Yang bertandatangan di bawah ini mengajukan permohonan Pendaftaran Prospektus Waralaba untuk mendapatkan STPW Pemberi Waralaba sebagaimana dimaksud dalam :

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor.. /M-DAG/PER/ / 2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

DATA PEMOHON/PERUSAHAAN (FRANCHISOR)

1. Identitas Penanggungjawab
a. Nama dan Kewarganegaraan :
b. Jabatan :
c. Alamat Rumah :
d. Nomor Telepon/Fax/Email :
2. Identitas Perusahaan :
a. Nama Perusahaan :
b. Bentuk Badan Usaha :
c. Alamat dan Negara Asal :
d. Nomor Telepon/Fax/Email :
3. Legalitas Usaha/Ijin Teknis :
a. Nama Instansi Penerbit :

- b. Nomor :
- c. Tanggal :
4. Akta Pendirian/Perubahan Perusahaan*
- a. Nomor :
- b. Tanggal :
- c. Nomor dan Tanggal Pengesahan :
5. Tanda Daftar Perusahaan **
- a. Nomor :
- b. Tanggal :
6. Identitas Pemberi Waralaba ***
- a. Nama Perusahaan :
- b. Alamat Perusahaan :
- c. Negara asal :
- d. Bentuk Badan Usaha :
- e. Nomor Telp/Fax/Email :
7. Jumlah Tempat Usaha/Outlet
- a. Dikelola sendiri :
- b. Diwaralabakan :
8. Jenis dan Merek usaha yang diwaralabakan :
9. Tanda Daftar HKI obyek yang diwaralabakan
- a. Instansi yang mengeluarkan :
- b. Nomor :
- c. Tanggal :
- d. Masa Berlaku :

Demikian Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba ini kami buat dengan data/ informasi yang sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ternyata data/informasi tersebut tidak benar atau palsu, kami menyatakan bersedia untuk STPW Penerima Waralaba yang telah diterbitkan untuk dicabut dan dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tempat dan tanggal

Meterai secukupnya

Pemohon atau pihak yang diberi kuasa,

* Khusus untuk Perusahaan yang berbadan hukum

** Khusus untuk Pemberi Waralaba Dalam Negeri

*** Khusus untuk Pemberi Waralaba Lanjutan

(KOP SURAT PERUSAHAAN)

**SURAT PERMOHONAN
SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (SP-STPW)
(PROSPEKTUS PENAWARAN WARALABA)**

....., Tanggal

Kepada Yth.

Kepala Dinas

.....
di

Yang bertandatangan di bawah ini mengajukan permohonan Pendaftaran Prospektus Waralaba untuk mendapatkan STPW Pemberi Waralaba sebagaimana dimaksud dalam:

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba; dan
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor ..M-DAG/PER/.. /2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

DATA PEMOHON/PERUSAHAAN (FRANCHISOR)

1. Identitas Penanggungjawab
a. Nama dan Kewarganegaraan :
 - b. Jabatan :
 - c. Alamat Rumah :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
2. Identitas Perusahaan :
 - a. Nama Perusahaan :
 - b. Bentuk Badan Usaha :
 - c. Alamat dan Negara Asal :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
3. Legalitas Usaha/Ijin Teknis :
 - a. Nama Instansi Penerbit :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
4. Akta Pendirian/Perubahan Perusahaan*
a. Nomor :
 - b. Tanggal :

- c. Nomor dan Tanggal Pengesahan :
5. Tanda Daftar Perusahaan **
- a. Nomor :
- b. Tanggal :
6. Identitas Pemberi Waralaba ***
- a. Nama Perusahaan :
- b. Alamat Perusahaan :
- c. Negara asal :
- d. Bentuk Badan Usaha :
- e. Nomor Telp/Fax/Email :
7. Jumlah Tempat Usaha/Outlet
- a. Dikelola Sendiri :
- b. Diwaralabakan :
8. Jenis dan Merek usaha yang diwaralabakan :
9. Tanda Daftar HKI obyek yang diwaralabakan
- a. Instansi yang mengeluarkan :
- b. Nomor :
- c. Tanggal :
- d. Masa berlaku :

Demikian Surat Permohonan STPW Pemberi Waralaba ini kami buat dengan data/informasi yang sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ternyata data/informasi tersebut tidak benar atau palsu, kami menyatakan bersedia untuk STPW Penerima Waralaba yang telah diterbitkan untuk dicabut dan dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tempat dan tanggal

Meterai secukupnya

Pemohon atau pihak yang diberi kuasa,

* Khusus untuk Perusahaan yang berbadan hukum

** Khusus untuk Pemberi Waralaba Dalam Negeri

*** Khusus untuk Pemberi Waralaba Lanjutan

(KOP SURAT PERUSAHAAN)

**SURAT PERMOHONAN
SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (SP-STPW)
(PERJANJIAN WARALABA)**

....., Tanggal

Kepada Yth.

Direktur Bina Usaha Dan
Pendaftaran Pendaftaran

Direktorat Jenderal Perdagangan
Dalam Negeri

Departemen Perdagangan R.I.

di

Jakarta

Yang bertandatangan di bawah ini mengajukan permohonan Pendaftaran Perjanjian Waralaba untuk mendapatkan STPW Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud dalam:

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba; dan
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor .. /M-DAG/PER/ .. /2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

DATA PEMOHON/PERUSAHAAN (*FRANCHISEE*)

1. Identitas Penanggungjawab
 - a. Nama dan Kewarganegaraan :
 - b. Jabatan :
 - c. Alamat Rumah :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
2. Identitas Perusahaan :
 - a. Nama Perusahaan :
 - b. Bentuk Badan Usaha :
 - c. Alamat dan Negara Asal :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
3. Akta Pendirian/Perubahan Perusahaan*
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :
 - c. Nomor dan Tanggal Pengesahan :
4. Perjanjian Waralaba
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :
 - c. Masa Berlaku :
 - d. Wilayah Usaha :

5. Legalitas Usaha/Ijin Teknis
 - a. Nama Instansi Penerbit :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa Berlaku :

6. Tanda Daftar Perusahaan **
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :

7. Identitas Pemberi Waralaba ***
 - a. Nama Perusahaan :
 - b. Alamat Perusahaan :
 - c. Negara Asal :
 - d. Bentuk Badan Usaha :
 - e. Nomor Telp/Fax/Email :

8. Jumlah Tempat Usaha/Outlet
 - a. Dikelola Sendiri :
 - b. Diwaralabakan :

9. STPW Pemberi Waralaba
 - a. Instansi Penerbit :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa Berlaku :

8. Jenis dan Merek Dagang Atas Usaha yang Diwaralabakan :

9. Tanda Daftar HKI Obyek yang Diwaralabakan
 - a. Instansi yang Mengeluarkan :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa Berlaku :

Demikian Surat Permohonan Pendaftaran Perjanjian Waralaba ini kami buat dengan data/informasi yang sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ternyata data/informasi tersebut tidak benar atau palsu, kami menyatakan bersedia STPW Penerima Waralaba yang telah diterbitkan untuk dicabut dan dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan.

Tempat dan tanggal

Meterai secukupnya

Pemohon atau pihak yang diberi kuasa,

- Khusus untuk perusahaan yang berbadan hukum

(KOP SURAT PERUSAHAAN)

**SURAT PERMOHONAN
SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (SP-STPW)
(PERJANJIAN WARALABA)**

....., Tanggal

Kepada Yth.

Kepala Dinas

.....

di

.....

Yang bertandatangan di bawah ini mengajukan permohonan Pendaftaran Perjanjian Waralaba untuk mendapatkan STPW Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud dalam:

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba; dan
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor .. /M-DAG/PER/ .. /2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

DATA PEMOHON/PERUSAHAAN (FRANCHISEE)

1. Identitas Penanggungjawab
 - a. Nama dan Kewarganegaraan :
 - b. Jabatan :
 - c. Alamat Rumah :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
2. Identitas Perusahaan
 - a. Nama Perusahaan :
 - b. Bentuk Badan Usaha :
 - c. Alamat dan Negara Asal :
 - d. Nomor Telepon/Fax/Email :
3. Akta Pendirian/Perubahan Perusahaan*
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :
 - c. Nomor dan Tanggal Pengesahan :
4. Perjanjian Waralaba
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :
 - c. Masa Berlaku :
 - d. Wilayah Usaha :

5. Legalitas Usaha/Ijin Teknis
 - a. Nama Instansi Penerbit :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa Berlaku :

6. Tanda Daftar Perusahaan **
 - a. Nomor :
 - b. Tanggal :
 - c. Masa Berlaku :

7. Identitas Pemberi Waralaba
 - a. Nama Perusahaan :
 - b. Alamat Perusahaan :
 - c. Negara Asal :
 - d. Bentuk Badan Usaha :
 - e. Nomor Telp/Fax/Email :

8. STPW Pemberi Waralaba
 - a. Instansi Penerbit :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa berlaku :

9. Jenis dan Merek Dagang Atas Usaha yang Diwaralabakan :

10. Tanda Daftar HKI Obyek yang Diwaralabakan
 - a. Instansi yang Mengeluarkan :
 - b. Nomor :
 - c. Tanggal :
 - d. Masa Berlaku :

Demikian Surat Permohonan Pendaftaran Perjanjian Waralaba ini kami buat dengan data/informasi yang sebenarnya, dan apabila dikemudian hari ternyata data/informasi tersebut tidak benar atau palsu, kami menyatakan bersedia STPW Penerima Waralaba yang telah diterbitkan untuk dicabut dan dituntut sesuai dengan peraturan perundang-undangan..

Tempat dan tanggal
Meterai secukupnya
Pemohon atau Pihak yang diberi Kuasa,

- Khusus untuk perusahaan yang berbadan hukum

DAFTAR DOKUMEN PERSYARATAN PERMOHONAN STPW

I. Permohonan Baru STPW Pemberi Waralaba berasal dari Luar Negeri

1. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba; dan
2. Fotokopi legalitas usaha.

II. Permohonan Baru STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Luar Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
3. Fotokopi Perjanjian Waralaba;
4. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
5. Fotokopi STPW Pemberi Waralaba;
6. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang *;
7. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
8. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

III. Permohonan Baru STPW Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Luar Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba;
3. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
4. Fotokopi STPW sebagai Penerima Waralaba;
5. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang *;
6. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
7. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

IV. Permohonan Baru STPW Pemberi Waralaba berasal dari Dalam Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba;
3. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
4. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang* ;
5. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
6. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

V. Permohonan Baru STPW Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Dalam Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba;
3. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
4. Fotokopi STPW sebagai Penerima Waralaba;
5. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang* ;
6. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
7. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab perusahaan.

VI. Permohonan Baru STPW Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Dalam Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
3. Fotokopi Perjanjian Waralaba;
4. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
5. Fotokopi STPW Pemberi Waralaba;
6. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang* ;
7. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
8. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

VII. Permohonan Baru STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Luar Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
3. Fotokopi Perjanjian Waralaba;
4. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
5. Fotokopi STPW Pemberi Waralaba;
6. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang* ;
7. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
8. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

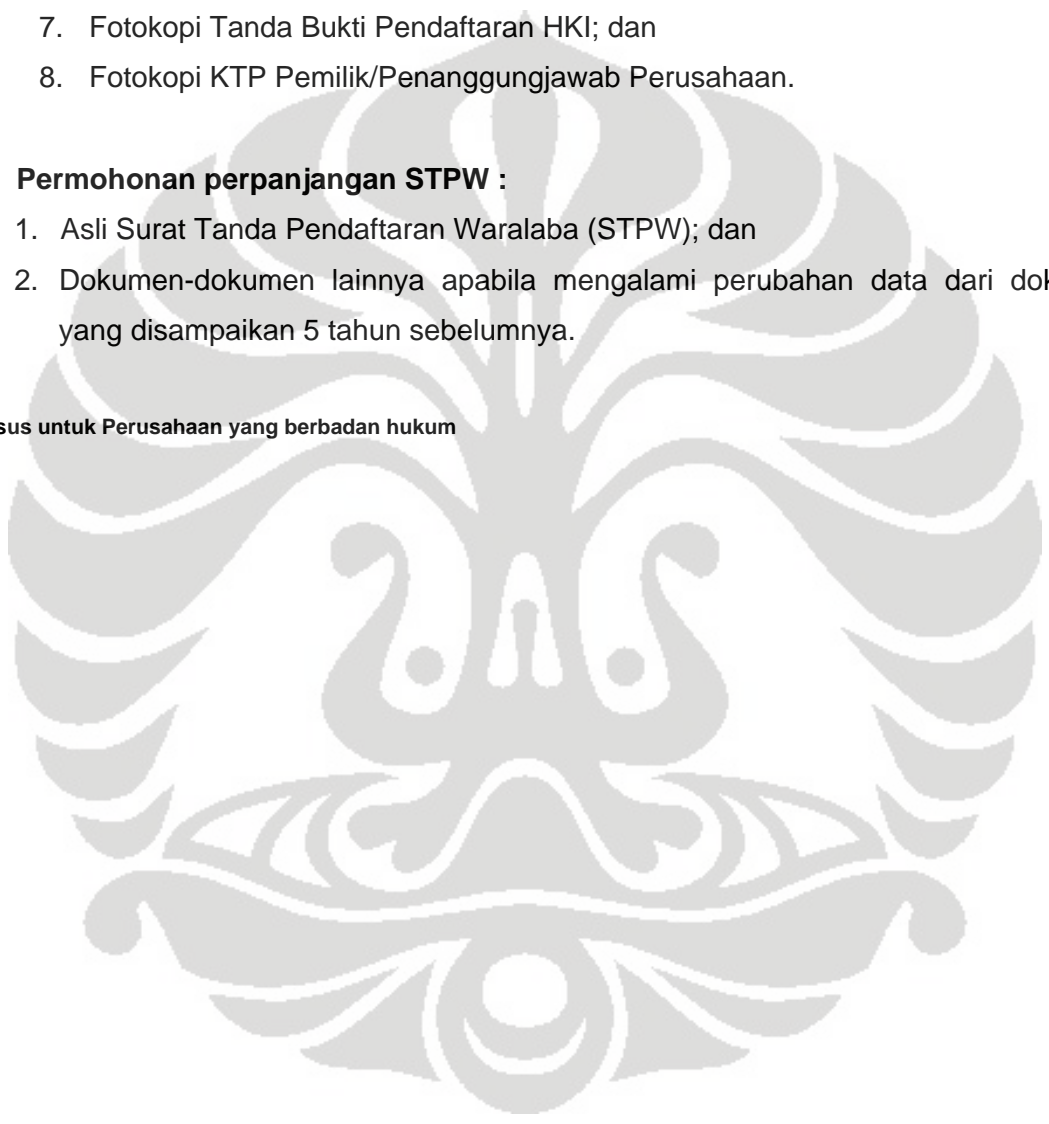
VIII. Permohonan Baru STPW Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Dalam Negeri

1. Fotokopi Izin Teknis;
2. Fotokopi Prospektus Penawaran Waralaba dari Pemberi Waralaba;
3. Fotokopi Perjanjian Waralaba;
4. Fotokopi Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
5. Fotokopi STPW Pemberi Waralaba;
6. Fotokopi Akta Pendirian Perusahaan dan/atau Akta Perubahan yang telah mendapat Pengesahan dari Instansi Berwenang *;
7. Fotokopi Tanda Bukti Pendaftaran HKI; dan
8. Fotokopi KTP Pemilik/Penanggungjawab Perusahaan.

IX. Permohonan perpanjangan STPW :

1. Asli Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW); dan
2. Dokumen-dokumen lainnya apabila mengalami perubahan data dari dokumen yang disampaikan 5 tahun sebelumnya.

* Khusus untuk Perusahaan yang berbadan hukum



DEPARTEMEN PERDAGANGAN R.I.

SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PEMBERI WARALABA BERASAL DARI LUAR NEGERI)

NOMOR :	:
MASA BERLAKU :	:
Nama Perusahaan :	:
Negara Asal :	:
Alamat :	:
Telepon :	:
Fax :	:
Email :	:
Nama Penanggung Jawab :	:
Kewarganegaraan :	:
Alamat :	:
Telepon :	:
Fax :	:
Email :	:
Barang/Jasa Objek Waralaba :	:
Merek :	:
Pemberi Waralaba berasal dari Luar Negeri, wajib memberikan pembinaan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.	

Jakarta,

PEJABAT PENERBIT STPW

SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PENERIMA WARALABA BERASAL DARI WARALABA LUAR NEGERI)

NOMOR	:
MASA BERLAKU	:
Nama Perusahaan Alamat Telepon Fax Email	: : : : : :
Nama Penanggung Jawab Jabatan	: :
Barang/Jasa Objek Waralaba Merek Negara Asal	: : :
Nama Perusahaan Pemberi Waralaba Alamat Penanggung Jawab	: : :
Nomor dan Tanggal Perjanjian Wilayah Pemasaran	: :
Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Luar Negeri, wajib : - Menyampaikan Laporan Tahunan Kegiatan Waralaba; - Mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan.	

Jakarta,

PEJABAT PENERBIT STPW

SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PEMBERI WARALABA LANJUTAN BERASAL DARI LUAR NEGERI)

NOMOR	:
MASA BERLAKU	:
Nama Perusahaan Alamat Telepon Fax Email	: : : : : :
Nama Penanggung Jawab Jabatan	: :
Barang/Jasa Objek Waralaba Merek Negara Asal	: : :
Nama Perusahaan Pemberi Waralaba Alamat Telepon Fax Email	: : : : :
Nama Penanggung Jawab Nomor dan Tanggal STPW	: :
Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Luar Negeri wajib : <ul style="list-style-type: none">- Menyampaikan Laporan Tahunan Kegiatan Waralaba;- Bekerjasama dengan Pengusaha Kecil dan Menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan;- Mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan;- Melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.	

Jakarta,

PEJABAT PENERBIT STPW

KOP SURAT PEMDA

**SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PEMBERI WARALABA BERASAL DARI DALAM NEGERI)**

NOMOR :	
MASA BERLAKU :	s/d
NAMA PERUSAHAAN :	
ALAMAT :	
NOMOR TELEPON :	Fax: Email:
PENANGGUNG JAWAB :	
ALAMAT :	
NOMOR TELEPON :	Fax: Email:
BARANG/JASA OBJEK WARALABA :	
MEREK :	
Pemberi Waralaba berasal dari Dalam Negeri wajib: <ul style="list-style-type: none">- Menyampaikan laporan tahunan kegiatan Waralaba;- Bekerjasama dengan Pengusaha Kecil dan Menengah di daerah setempat sebagai Penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan;- Mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan;- Melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.	

.....

PEJABAT PENERBIT STPW

KOP SURAT PEMDA

**SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PEMBERI WARALABA LANJUTAN BERASAL DARI DALAM NEGERI)**

NOMOR	:	
MASA BERLAKU	:	s/d
NAMA PERUSAHAAN	:	
ALAMAT	:	
NOMOR TELEPON	:	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB	:	
JABATAN	:	
BARANG/JASA OBJEK WARALABA	:	
MEREK	:	
NEGARA ASAL	:	
NAMA PERUSAHAAN PEMBERI WARALABA	:	
ALAMAT	:	
NOMOR TELEPON	:	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB	:	
NOMOR DAN TGL STPW	:	
Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari Dalam Negeri wajib: <ul style="list-style-type: none">- Bekerjasama dengan Pengusaha Kecil dan Menengah di daerah setempat sebagai Penerima waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan;- Mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan;- Melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.		

.....,

PEJABAT PENERBIT STPW

KOP SURAT PEMDA

**SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PENERIMA WARALABA BERASAL DARI WARALABA DALAM NEGERI)**

NOMOR :	
MASA BERLAKU :	s/d
NAMA PERUSAHAAN :	
ALAMAT :	
NOMOR TELEPON :	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB :	
JABATAN :	
BARANG/JASA OBJEK WARALABA :	
MEREK :	
NAMA PERUSAHAAN PEMBERI WARALABA :	
ALAMAT :	
PENANGGUNGJAWAB :	
NOMOR DAN TANGGAL PERJANJIAN :	
WILAYAH PEMASARAN :	
<p>Penerima Waralaba berasal dari Waralaba Dalam Negeri wajib mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan</p>	

.....

PEJABAT PENERBIT STPW

KOP SURAT PEMDA

**SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PENERIMA WARALABA LANJUTAN BERASAL DARI WARALABA LUAR
NEGERI)**

NOMOR	:	
MASA BERLAKU	:	s/d
NAMA PERUSAHAAN	:	
ALAMAT	:	
NOMOR TELEPON	:	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB	:	
JABATAN	:	
BARANG/JASA OBJEK WARALABA	:	
MEREK	:	
NEGARA ASAL	:	
PERUSAHAAN PEMBERI WARALABA LANJUTAN	:	
ALAMAT	:	
NOMOR TELEPON	:	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB	:	
NOMOR DAN TGL STPW	:	
Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Luar Negeri, wajib mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi stándar mutu yang ditetapkan.		

.....,

PEJABAT PENERBIT STPW

KOP SURAT PEMDA

**SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)
(PENERIMA WARALABA LANJUTAN BERASAL DARI WARALABA DALAM
NEGERI)**

NOMOR :	
MASA BERLAKU :	s/d
NAMA PERUSAHAAN :	
ALAMAT :	
NOMOR TELEPON :	Fax: Email:
PENANGGUNGJAWAB :	
JABATAN :	
BARANG/JASA OBJEK WARALABA :	
MEREK :	
PERUSAHAAN PEMBERI WARALABA LANJUTAN :	
ALAMAT :	
PENANGGUNGJAWAB :	
NOMOR DAN TANGGAL PERJANJIAN :	
WILAYAH PEMASARAN :	
<p>Penerima Waralaba Lanjutan berasal dari Waralaba Dalam Negeri, wajib mengutamakan penggunaan barang dan/atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu yang ditetapkan .</p>	

..... ,

PEJABAT PENERBIT STPW,

BENTUK PEMBINAAN

A. Pembinaan yang dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah provinsi, dan/atau kabupaten/kota antara lain:

1. Menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan tentang sistem waralaba, baik bagi Pemberi Waralaba/Penerima Waralaba Dalam Negeri maupun bagi pengusaha yang usahanya layak diwaralabakan;
2. Merekomendasikan Penerima/Calon Penerima Waralaba untuk diberikan keringanan/kemudahan memanfaatkan sarana perpasaran, baik milik pemerintah atau pemerintah daerah maupun milik swasta;
3. Memfasilitasi/merekomendasikan Pemberi/Calon Pemberi Waralaba Dalam Negeri yang memiliki produk yang potensial dipromosikan lebih luas untuk mengikuti pameran waralaba, baik di dalam negeri maupun di luar negeri;
4. Memfasilitasi sarana klinik bisnis, baik di daerah-daerah maupun pada pameran-pameran di dalam negeri untuk dapat dimanfaatkan para pewaralaba untuk berkonsultasi/berdiskusi tentang permasalahan yang dihadapi;
5. Mengupayakan pemberian penghargaan kepada Pemberi Waralaba Dalam Negeri yang telah berhasil mengembangkan Waralabanya dengan, baik dan memberikan manfaat yang baik terhadap perekonomian nasional;
6. Memfasilitasi untuk memperoleh bantuan perkuatan permodalan bagi Pemberi Waralaba/Penerima Waralaba Dalam Negeri, baik melalui instansi terkait maupun melalui unsur perbankan.

B. Pembinaan yang dilakukan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba adalah :

1. Pendidikan dan pelatihan tentang sistem manajemen pengelolaan waralaba yang dikerjasamakan sehingga Penerima Waralaba dapat menjalankan kegiatan Waralaba dengan baik dan menguntungkan;
2. Secara rutin memberikan bimbingan operasional manajemen, sehingga apabila ditemukan kesalahan operasional dapat diatasi dengan segera;
3. Membantu pengembangan pasar melalui promosi, seperti melalui iklan, *leaflet*/katalog/brosur atau pameran;
4. Penelitian dan pengembangan pasar dan produk yang dipasarkan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima pasar dengan baik.

KERTAS KOP

Nomor :
Lampiran :
Perihal : Laporan Kegiatan Tahunan
Pemberi /Penerima Waralaba

Tempat, tanggal
Kepada Yth.
Direktur Jenderal Perdagangan Dalam
Negeri
cq. Direktur Bina Usaha dan Pendaftaran
Perusahaan, Departemen Perdagangan R.I.
Jl. M.I. Ridwan Rais No. 5, Gd. II Lt. 5

di-
Jakarta

1. Nama Perusahaan :
2. Nomor & Tanggal STPW :
3. Jenis dan Merek Usaha yang
Diwaralabakan :
4. Jumlah Tempat Usaha/Outlet
 - a. Yang Dikelola Sendiri :
 - b. Yang Diwaralabakan :
5. Omzet (Tahun Laporan) :
6. Jumlah *Fee* yang Dibayar (Penerima Waralaba)
 - a. *Franchise Fee* :
 - b. *Royalty Fee* :
7. Jumlah *Fee* yang Diterima (Pemberi Waralaba)
 - a. *Franchise Fee* :
 - b. *Royalty Fee* :
8. Nilai Bahan Baku :
9. Penggunaan Bahan Baku (%)
 - a. Asal Dalam Negeri :
 - b. Asal Impor :
10. Jumlah Tenaga Kerja
 - a. Nasional :
 - b. Asing :
11. Bentuk Pembinaan Yang Telah Diberikan
Pemberi Waralaba* :

Demikian, laporan ini kami buat dengan sebenarnya.

Penanggungjawab Perusahaan,

Tembusan:

Kepala Dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan (Daerah setempat);

* Apabila tidak cukup dapat dibuat dalam lampiran.

LAPORAN PERKEMBANGAN PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN WARALABA (STPW)

PERIODE : Januari s/d Desember.....
PROVINSI/KABUPATEN/KOTA :

NO.	NAMA PERUSAHAAN/ PEMILIK	ALAMAT PERUSAHAAN	NOMOR DAN TANGGAL STPW	JENIS BARANG/JASA YANG DIWARALABAKAN	STATUS (PEMBERI WARALABA/ PENERIMA WARALABA)*
1	2	3	4	5	6

* Pilih salah satu

Pejabat Penerbit STPW,

KOP SURAT

Nomor : Tempat, tanggal
Lampiran :
Perihal : Peringatan ke ... Tentang Kepada Yth.
Pelanggaran Ketentuan
Pendaftaran Waralaba
di
.....

Sesuai dengan informasi/data yang kami peroleh, ternyata Perusahaan Saudara telah melakukan kegiatan dengan Sistem Waralaba (*Franchise*) namun belum memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Kegiatan usaha tersebut telah melanggar ketentuan sebagai berikut:

1. Pasal 10 ayat (1) / Pasal 11 ayat (1)^{*)} Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba; dan
2. Pasal 6 ayat (1) / ayat (2)^{*)} Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor .. /M-DAG/PER/./2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Berkenaan dengan hal tersebut di atas, paling lambat 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal Surat Peringatan ini diminta sudah mendaftarkan Prospektus Penawaran/Perjanjian-Waralaba*) Saudara sesuai dengan ketentuan Waralaba pada angka 1 dan angka 2 di atas, dan apabila Saudara tetap tidak mendaftarkan akan dikenakan sanksi administratif berupa denda.

Demikian, untuk menjadi perhatian Saudara.

Pejabat Penerbit STPW,

Tembusan:

1. Direktur Binus dan PP, Dep. Perdagangan;
2. Bupati/Walikota setempat;
3. Peringgal.

*) Pilih salah satu yang dikenakan sanksi.

KOP SURAT

Nomor : Tempat, tanggal
Lampiran : Kepada Yth.
Perihal : Peringatan ke.....tentang
Kewajiban Pembinaan dan Pelaporan
Waralaba
di-

Sesuai dengan data dan informasi yang ada pada kami ternyata Perusahaan Saudara selaku Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dengan STPW Nomortanggal..... ternyata belum melaksanakan Pembinaan dan/atau Pelaporan sebagaimana diatur pada Pasal 21 dan Pasal 24 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor ... Tahun ... tentang Penyelenggaraan Waralaba yaitu sebagai berikut:

1.
2.

Berkenaan dengan hal tersebut di atas, paling lambat 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal Surat Peringatan ini, diminta agar Saudara melaksanakan kewajiban Saudara tersebut dan apabila Saudara tetap tidak melaksanakannya, maka akan dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) yang telah Saudara miliki.

Demikian, untuk menjadi perhatian Saudara.

Pejabat Penerbit STPW,

Tembusan:

1. Direktur Binus dan PP, Dep. Perdagangan;
2. Bupati/Walikota setempat;
3. Peringgal.

KOP SURAT

**KEPUTUSAN
PEJABAT PENERBIT STPW
NOMOR :**

**TENTANG
PEMBERHENTIAN SEMENTARA STPW**

Menimbang : bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan kegiatan Waralaba PT. jalanPemilik STPW Nomor tanggal ternyata belum melakukan:

1. Pembinaan kepada Penerima Waralaba; dan
2. Pelaporan kegiatan Waralaba.

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor tentang Penyelenggaraan Waralaba;
3. Surat Peringatan ke III No..... Tanggal

MEMUTUSKAN:

Menetapkan :

PERTAMA : Memberhentikan sementara kegiatan STPW Nomor tanggal atas nama PT. jalan selama-lamanya 2 (dua) bulan.

KEDUA Selama diberhentikan STPW sebagaimana dimaksud dalam Diktum Pertama, maka PT..... jalan dilarang untuk melakukan kegiatan Waralaba.

KETIGA Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di
pada tanggal

PEJABAT PENERBIT STPW,

Salinan Keputusan ini disampaikan kepada:

1. Direktur Binus dan PP, Dep. Perdagangan;
2. Bupati/Walikota setempat;
3. Kepala Dinas (yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi...)

KOP SURAT

**KEPUTUSAN
PEJABAT PENERBIT STPW
NOMOR :**

**TENTANG
PENCABUTAN STPW**

Menimbang : bahwa berdasarkan hasil pemeriksaan dan penelitian terhadap pelaksanaan kegiatan Waralaba PT. jalanPemilik STPW Nomor tanggal ternyata tidak melakukan:

1. Pembinaan kepada Penerima Waralaba; dan
2. Pelaporan kegiatan Waralaba.

Mengingat : 1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
2. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor tentang Penyelenggaraan Waralaba;
3. Keputusan Pejabat Penerbit STPW No. Tanggal tentang Pemberhentian Sementara STPW.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan :

PERTAMA : Mencabut STPW Nomor tanggal atas nama PT. jalan

KEDUA : Dengan dicabutnya STPW sebagaimana dimaksud dalam Diktum Pertama, maka perusahaan Saudara dilarang untuk melakukan kegiatan Waralaba.

KETIGA : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan.

Ditetapkan di
pada tanggal

PEJABAT PENERBIT STPW,

Salinan Keputusan ini disampaikan kepada:

1. Direktur Binus dan PP, Dep. Perdagangan;
2. Bupati/Walikota setempat;
3. Kepala Dinas (yang bertanggungjawab di bidang perdagangan Provinsi...)

