

## BAB 2

### PERJANJIAN WARALABA DI TINJAU DARI HUKUM WARALABA

#### (STUDI PERJANJIAN WARALABA DI PT. X)

## 2.1. TINJAUAN UMUM WARALABA

### 2.1.1. Sejarah Waralaba

Perkembangan waralaba secara pesat dimulai pada akhir abad XVIII, dimana waralaba berkembang sebagai akibat terjadinya revolusi industri. *Singer sewing machine company* merupakan perusahaan yang pertama kali memperkenalkan teknik distribusi yang pada akhirnya terkenal dengan sebutan *Franchise* (waralaba).<sup>1</sup>

Di Indonesia, kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh V. Winarto, Direktur Pengembangan Usaha Institusi Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, sebagai buah hasil diskusi dengan pakar bahasa dan sastra Indonesia, Harimurti Kridolaksono, sebagai padanan dari kata *franchise*.<sup>2</sup> Waralaba berasal dari kata wara, yang artinya lebih/istimewa dan laba yang berarti untung. Jadi waralaba berarti sistem keterkaitan usaha dengan memberikan keuntungan lebih atau istimewa.<sup>3</sup>

Waralaba bukanlah merupakan satu hal baru di Indonesia. Menurut Amir Karamoy, pelopor waralaba di Indonesia adalah Pertamina. Walaupun Pertamina tidak pernah menyatakan secara tegas bahwa perusahaannya menjalankan sistem waralaba, usaha yang dijalankan oleh Pertamina dengan mengoperasikan unit-unit pompa bensin ini telah memenuhi kriteria sebagai suatu usaha waralaba.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Meila Indira, "Analisa Perjanjian *Franchise* Antara PT. Indomarco Prismatama Indomaret Sebagai Franchisor dengan CV. Berkah Abadi Sebagai *Franchisee*," (Skripsi Sarjana Hukum Universitas Indonesia, Depok, 2004), hal. 33.

<sup>2</sup> *Ibid.*, hal. 38 - 39.

<sup>3</sup> *Ibid.*, hal. 39.

<sup>4</sup> *Ibid.*

Sebelum tahun 1970, telah ada usaha waralaba asing yang masuk ke Indonesia, seperti Pepsi Cola, Hotel Hyatt dan Hotel Sheraton. Pada bulan Februari 1991, restoran hamburger *fast food* Mc Donalds masuk ke Indonesia. Sejalan dengan munculnya waralaba asing, beberapa pengusaha Indonesia yang melihat usaha waralaba sebagai usaha yang membawa keuntungan juga mulai mengembangkan waralaba lokal, mulai dari salon Rudi Hadisuwarno, kios modern Tri-M, California Fried Chicken, kursus bahasa Inggris Oxford, dan lain-lain. Oleh karena itu, pada tanggal 22 November 1991, didirikanlah Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) oleh perusahaan-perusahaan Pemberi Waralaba nasional.<sup>5</sup>

## 2.1.1. Pengertian Waralaba

### 2.1.1.1. Menurut Peraturan Waralaba

Menurut definisi yang diberikan pada pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007, waralaba didefinisikan sebagai, “Hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.”<sup>6</sup>

### 2.1.1.2. Menurut Para Ahli

Menurut Charles L. Vauhn istilah *franchise* dipahami sebagai bentuk kegiatan pemasaran dan distribusi yang didalamnya sebuah perusahaan memberikan hak atau *priviledge* untuk menjalankan bisnis secara tertentu dalam waktu dan tempat tertentu kepada individu atau perusahaan yang relatif lebih kecil. Sedangkan Douglas J. Queen memberikan pengertian *franchise* sebagai suatu metode perluasan pemasaran

---

<sup>5</sup> *Ibid.*, hal. 39 - 41.

<sup>6</sup> Indonesia, Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba, *op.cit.*, ps. 1 angka 1.

dan bisnis. Pemegang *franchise* yang membeli suatu bisnis menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise*.<sup>7</sup>

Rooseno Harjowidigdo mengemukakan mengenai *franchise* sebagai berikut, kerjasama di bidang perdagangan atau jasa yang dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan sistem usaha di lain tempat, dimana *franchisor* secara ekonomi sangat untung karena ia mendapatkan management fee dari *franchisee*, barang produknya bisa tersebar ke tempat lain dimana *franchisee* mengusahakan *franchisenya*, dan bagi konsumen yang memerlukan barang hasil produksinya *franchisee* cepat didapat serta dalam keadaan *fresh* dan belum atau tidak rusak. Sedangkan Dominique Voillemont memberikan pengertian *franchise* sebagai suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, satu pihak bertindak sebagai *franchisor* dan pihak lain sebagai *franchisee*, pada mana didalamnya diatur, bahwa pihak *franchisor* sebagai suatu pemilik merek dan *know how*, memberikan haknya kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis berdasarkan merek *know how* itu.<sup>8</sup>

## **2.1.2. Unsur-unsur dan Karakteristik Waralaba**

### **2.1.2.1. Menurut Peraturan Waralaba**

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba pada

---

<sup>7</sup> Indira, *op. cit.*, hal. 20 – 21.

<sup>8</sup> *Ibid*, hal. 22 - 23.

Pasal 2 ayat (1) memuat ketentuan mengenai kriteria dari usaha waralaba, yaitu:<sup>9</sup>

1) Memiliki ciri khas usaha

Yang dimaksud dengan ciri khas usaha adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi Waralaba.

2) Terbukti sudah memberikan keuntungan

Yang dimaksud dengan terbukti sudah memberikan keuntungan adalah menunjuk pada pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki yang kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

3) Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis

Yang dimaksud dengan standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis adalah standar secara tertulis supaya Penerima Waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*standard operational procedures*).

4) Mudah diajarkan dan diaplikasikan

Yang dimaksud dengan mudah diajarkan dan diaplikasikan adalah mudah dilaksanakan sehingga Penerima Waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan

---

<sup>9</sup> Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008, ps. 2 (1).

mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba.

5) Adanya dukungan yang berkesinambungan

Yang dimaksud dengan dukungan yang berkesinambungan adalah dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi.

6) Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar

Yang dimaksud dengan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

### 2.1.2.2. Menurut Para Ahli

Martin D. Fern, melihat *franchise* atau waralaba dari persyaratan untuk memenuhi 4 unsur, sebagai berikut:

- 1) Pemberian hak untuk berusaha dalam bisnis tertentu;
- 2) Lisensi untuk menggunakan tanda pengenal usaha; biasanya suatu merek dagang atau merek jasa, yang akan menjadi ciri pengenal dari bisnis *franchise*;
- 3) Lisensi untuk menggunakan rencana pemasaran dan bantuan yang luas oleh franchisor kepada *franchisee*; dan
- 4) Pembayaran oleh *franchisee* kepada franchisor berupa sesuatu yang bernilai bagi franchisor selain dari harga borongan bonafide atas barang yang terjual.<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Indira, *op.cit.*, hal. 25- 26.

Sedangkan V. Winarto mengidentifikasi karakteristik pokok yang terdapat dalam sistem waralaba atau *franchise*, sebagai berikut:

- 1) Ada kesepakatan kerjasama yang tertulis.
- 2) Selama kerjasama, *franchisor* mengizinkan *franchisee* menggunakan merek dagang dan identitas usaha milik *franchisor* dalam bidang usaha yang disepakati.
- 3) Selama kerjasama, *franchisor* memberikan jasa mempersiapkan usaha dan melakukan pendampingan berkelanjutan pada *franchisee*.
- 4) Selama kerjasama, *franchisee* mengikuti ketentuan yang telah disusun oleh *franchisor*, untuk menjadi dasar usaha yang sukses.
- 5) Selama kerjasama, *franchisor* melakukan pengendalian hasil dan kedudukannya sebagai pimpinan sistem kerjasama.
- 6) Kepemilikan dari badan usaha yang dijalankan oleh *franchisee* adalah sepenuhnya pada *franchisee*.<sup>11</sup>

### 2.1.3. Prospektus Penawaran Waralaba

Dalam Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007, dimuat juga ketentuan mengenai kewajiban Pemberi Waralaba untuk membuat prospektus penawaran waralaba. Kewajiban ini dapat dikatakan merupakan kewajiban baru yang menyempurnakan ketentuan sebelumnya. Penyempurnaan utamanya dilakukan terhadap isi dari prospektus dan sanksi bagi pelanggaran pembuatan prospektus oleh Pemberi Waralaba. Dalam pasal 7 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 dimuat ketentuan mengenai syarat minimal isi prospektus penawaran waralaba, meliputi:<sup>12</sup>

- a. Data identitas Pemberi Waralaba

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hal. 27 - 28.

<sup>12</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008, *op.cit.*, Lampiran I.

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.

b. Legalitas usaha Pemberi Waralaba

Legalitas usaha Pemberi 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.

c. Sejarah kegiatan usaha

Sejarah kegiatan usaha yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.

d. Struktur organisasi Pemberi Waralaba

Struktur organisasi Pemberi Waralaba yaitu struktur organisasi usaha Pemberi Waralaba mulai dari Komisaris, Pemegang Saham dan Direksi sampai ke tingkat operasional termasuk dengan Penerima Waralabanya.

e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir

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.

f. Jumlah tempat usaha

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.

g. Daftar Penerima Waralaba

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.

#### h. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba

Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, seperti:

- i. Pemberi Waralaba berhak menerima fee atau royalti dari Penerima Waralaba, dan selanjutnya Pemberi Waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba.
- ii. Penerima Waralaba berhak menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba, dan selanjutnya Penerima Waralaba berkewajiban menjaga kode etik atau kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang diberikan Pemberi Waralaba.

Pemberi Waralaba yang melanggar kewajiban pembuatan dan pendaftaran prospektus penawaran waralaba, akan dikenakan sanksi administrasi secara bertingkat, mulai dari surat peringatan 1, surat peringatan 2, surat peringatan 3, dan denda hingga jumlah maksimal Rp. 100.000.000,- (seratus juta Rupiah). Pemberi Waralaba yang belum melaksanakan kewajiban pembuatan dan pendaftaran prospektus, sehingga belum memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba, demi hukum, belum dapat mewaralabakan kegiatan usahanya.

## 2.2. TINJAUAN UMUM PERJANJIAN WARALABA

### 2.2.1. Pengertian Perjanjian Waralaba

Pasal 1 angka 7 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 memuat pengertian perjanjian waralaba yaitu “perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba”.<sup>13</sup>

---

<sup>13</sup> Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008, *op.cit.*, ps. 1 angka 7.



Pada dasarnya waralaba berkenan dengan pemberian izin oleh seorang pemberi waralaba (*franchisor*) kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi izin untuk menggunakan hak-hak pemberi waralaba yang berada dibidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadang kala disebut dengan pemberian izin lisensi.

Perjanjian lisensi biasa tidak sama dengan perjanjian waralaba. Kalau pada pemberian (perjanjian) lisensi biasanya hanya meliputi pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu. Sedangkan pada perjanjian waralaba, pemberian izin meliputi pelbagai macam hak milik intelektual.

### **2.2.2. Ketentuan Minimum Perjanjian Waralaba**

Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba memuat ketentuan bahwa perjanjian waralaba paling sedikit harus memuat klausula sebagai berikut:<sup>14</sup>

- a. 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.
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual, yaitu jenis hak kekayaan intelektual pemberi waralaba seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet/gerai, sistem manajemen/pemasaran atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.
- c. Kegiatan Usaha, yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran/ritel, pendidikan, restoran, apotek atau bengkel.
- d. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yaitu hak yang dimiliki baik oleh Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba, seperti:

---

<sup>14</sup> Indonesia, Peraturan Pemerintah Tentang Waralaba, *op.cit.*, ps. 5.

- Pemberi waralaba berhak menerima fee atau royalty dari penerima waralaba dan selanjutnya pemberi waralaba berkewajiban memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba.
  - Penerima waralaba berhak menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dan selanjutnya penerima waralaba berkewajiban menjaga kode etik/kerahasiaan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang diberikan pemberi waralaba.
- e. 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.
- f. Wilayah usaha, yaitu batasan wilayah yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk mengembangkan bisnis waralaba seperti wilayah sumatera, jawa dan bali atau di seluruh Indonesia.
- g. Jangka waktu perjanjian, yaitu batasan waktu mulai dan berakhir perjanjian seperti, perjanjian kerjasama ditetapkan berlaku selama 10 tahun terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak.
- h. Tata cara pembayaran imbalan, yaitu tata cara cara/ketentuan termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan seperti fee atau royalty apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab penerima waralaba.
- i. 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.
- j. Penyelesaian sengketa, yaitu penetapan tempat/lokasi penyelesaian sengketa, seperti melalui pengadilan negeri tempat/domisili

perusahaan atau melalui pengadilan, arbitrase dengan memperhatikan hukum Indonesia.

- k. 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.

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ditemui satu pasal yang mengatur prinsip kebebasan berkontrak. Pasal itu menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 Kitab Undang-undang Hukum Perdata).

Agar supaya perjanjian yang dibuat oleh para pihak menjadi sah harus dipenuhinya syarat-syarat yang ditentukan dalam pasal 1320 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yaitu:

- a. Adanya kesepakatan dari para pihak yang membuat perjanjian. Artinya untuk membuat perjanjian tidak boleh ada paksaan, tidak boleh ada penipuan, dan tidak boleh ada kekhilafan. Kalau ada perjanjian dibuat dengan tidak sepakat maka perjanjian itu dapat dimintakan pembatalannya.
- b. Para pihak harus cakap (berwenang) bertindak dalam hukum. Artinya pihak-pihak yang membuat perjanjian tersebut harus cakap (berwenang) untuk membuat perjanjian. Maksudnya orang yang cakap (berwenang) adalah orang yang sudah dewasa, orang yang tidak berada dibawah pengampuan (*curatele*) seperti orang yang sakit otak, mata gelap, pemabok, penjudi, dan sebagainya.

- c. Sesuatu hal tertentu. Artinya yang menjadi objek perjanjian sudah jelas, yaitu perjanjian waralaba jenis retail atau makanan. Kalau hal ini tidak dapat ditentukan maka perjanjian tersebut batal demi hukum, artinya perjanjian itu tidak sah.
- d. Sebab yang halal. Artinya perjanjian itu dibuat tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Kalau ini tidak halal, artinya bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum dan kesusilaan, maka perjanjian yang dibuat itu tidak sah. Dengan demikian, ketentuan minimum yang diatur dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tersebut harus terpenuhi, agar perjanjian waralaba dinyatakan sebagai perjanjian yang sah dan mengikat Para Pihak yang membuatnya.

### **2.2.3. Pendaftaran Perjanjian Waralaba**

Sesuai dengan ketentuan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba jo. Peraturan menteri perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan waralaba, maka setiap penerima waralaba, baik penerima waralaba berasal dari waralaba luar negeri, penerima waralaba berasal dari waralaba dalam negeri, penerima waralaba lanjutan berasal dari waralaba dalam negeri dan/atau waralaba luar negeri wajib memiliki surat tanda pendaftaran waralaba dengan mendaftarkan perjanjian waralaba. Sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam Pasal 12 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007, permohonan pendaftaran perjanjian waralaba diajukan oleh penerima waralaba atau kuasanya dengan melampirkan dokumen:

- Fotokopi legalitas usaha
- Fotokopi perjanjian waralaba
- Fotokopi prospektus penawaran waralaba, dan
- Fotokopi kartu tanda penduduk pemilik/pengurus perusahaan.

### **2.3. PERJANJIAN WARALABA DI PT. X DI TINJAU DARI PERATURAN DI BIDANG WARALABA**

Pemberi Waralaba selaku pemilik merek dagang atau jasa hampir selalu berada di pihak yang lebih kuat. Sementara idealnya suatu perjanjian waralaba harus mengandung nilai-nilai adanya kepentingan bersama yang akan dicapai untuk memperoleh keuntungan yang timbal balik.

Melalui perjanjian, para pihak dapat menjamin kepentingannya tidak dilanggar oleh pihak lain. Untuk dapat mencapai perlindungan bagi kepentingan para pihak tersebut suatu perjanjian harus wajar dan adil.

Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba memuat ketentuan bahwa perjanjian waralaba paling sedikit harus memuat klausula sebagai berikut:

#### **2.3.1. Nama dan Alamat Para Pihak**

Perjanjian waralaba di PT. X dilakukan melalui legalisasi tanda tangan perjanjian dihadapan notaris. Dengan demikian, keterangan nama dan alamat para pihak menggunakan standar yang digunakan oleh notaris dalam pelaksanaan legalisasi perjanjian.

Sampai dengan saat ini, Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 belum memuat ketentuan yang secara spesifik mengatur mengenai bentuk perjanjian waralaba baik dalam bentuk akta otentik, legalisasi tanda tangan, atau tanda tangan dibawah tangan. Dengan demikian, itu berarti bahwa penentuan bentuk dari suatu perjanjian waralaba ditentukan oleh para pihak yang mengikat perjanjian waralaba itu sendiri, yang pada prakteknya lebih banyak ditentukan oleh Pemberi Waralaba.

Setiap bentuk perjanjian waralaba yang dipilih oleh Para Pihak memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing:

- 1) Perjanjian waralaba dengan akta otentik

Sebagaimana diuraikan dalam Bagian Umum Penjelasan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2004 Tentang Jabatan Notaris, akta otentik merupakan akta yang memiliki kekuatan pembuktian sebagai alat bukti yang sempurna. Konsekwensinya dalam hal terjadi sengketa, hakim harus menerima akta tersebut sebagai alat bukti yang sempurna, sampai kemudian dapat dibuktikan bahwa ada kesalahan atau kelalaian dalam pembuatan akta, yang menyebabkan akta tersebut kehilangan otentisitasnya. Kelemahan pembuatan perjanjian waralaba dengan akta otentik, dari segi teknis pembuatan perjanjian, biaya dan waktu yang harus disiapkan untuk menghadap notaris.

2) Perjanjian waralaba dengan legalisasi tanda tangan

Perjanjian waralaba yang dibuat dengan legalisasi tanda tangan memiliki kelebihan dibanding perjanjian waralaba di bawah tangan, khususnya mengenai pembuktian keaslian tandatangan dari pihak yang menandatangani perjanjian. Dengan bentuk legalisasi tanda tangan, salah satu unsur sahnya perjanjian yang berkaitan dengan subjek hukum, yaitu penghadap haruslah orang yang cakap hukum, telah terpenuhi. Notaris memiliki kewajiban untuk memeriksa kelengkapan identitas dan kedudukan penghadap yang melakukan penandatanganan perjanjian di hadapannya. Kelemahan pembuatan perjanjian waralaba dengan legalisasi tanda tangan, yaitu masih adanya ketidak-flexibelan dalam proses penandatanganan perjanjian.

3) Perjanjian waralaba dengan tanda tangan dibawah tangan

Perjanjian waralaba dengan tanda tangan dibawah tangan memiliki kelebihan dalam hal fleksibilitas penandatanganan perjanjian. Para pihak dapat mengatur sendiri jadwal penandatanganan perjanjian tanpa adanya suatu tahapan atau prosedur tertentu yang terkadang dianggap rumit oleh sebagian pihak, utamanya bagi Penerima Waralaba yang sibuk. Disamping itu,

perjanjian waralaba dibawah tangan juga menghemat biaya, karena tidak dibutuhkan biaya tambahan untuk membayar biaya jasa notaris. Sedangkan kelemahan dari perjanjian waralaba dibawah tangan adalah dalam hal pembuktian perjanjian dihadapan pengadilan. Perjanjian dibawah tangan hanya dapat menjadi salah satu alat bukti dalam hal terjadi sengketa di pengadilan. Hakim harus meneliti secara lebih dalam klausul-klausul yang ada dalam perjanjian waralaba tersebut sebelum membuat putusan mengenai hal-hal yang menjadi obyek sengketa.

### **2.3.2. Jenis Hak Kekayaan Intelektual**

Pada prinsipnya, perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang mengatur mengenai penggunaan hak kekayaan intelektual yang dimiliki oleh seseorang. Batas-batas hak dan kewajiban dalam pemakaian nama dan merek dagang yang merupakan hak kekayaan intelektual Pemberi Waralaba, yaitu:

- 1) Penjaminan Pemberi Waralaba tentang keabsahan pemilikan nama dan merek dagangnya

Dengan adanya jaminan dari Pemberi Waralaba, maka Pemberi Waralaba berkewajiban untuk menanggung tuntutan-tuntutan tentang penggunaan nama dan merek dagang dari pihak ketiga. Di bagian premis perjanjian waralaba di PT. X, Pemberi Waralaba membuat pernyataan bahwa Pemberi Waralaba merupakan pihak yang memiliki hak atas kekayaan intelektual yang menjadi obyek yang akan diwaralabakan. Pernyataan dari Pemberi Waralaba di bagian premis tersebut, diperkuat lagi pada Pasal 2.1, yang intinya memuat uraian pemberian hak dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba untuk menggunakan merek dagang dan sistem usaha Pemberi Waralaba, yang jenisnya sebagaimana terdapat dalam Lampiran Perjanjian.

- 2) Penentuan hak eksklusif pemakaian nama dan merek dagang kepada Penerima Waralaba di wilayah yang telah ditentukan

Penentuan hak eksklusif pemberian waralaba merupakan hal yang sangat penting bagi para pihak. Dalam perjanjian waralaba PT. X, hal ini telah dimuat dalam pasal 2.1. Disamping itu, PT. X juga telah mengatur ketentuan mengenai prosedur penggunaan hak kekayaan intelektualnya. Apabila melihat uraian dalam Pasal 19 Perjanjian Waralaba di PT. X, dapat disimpulkan bahwa PT. X sebagai Pemberi Waralaba telah melindungi hak dan kepentingannya sebagai pemilik Hak Kekayaan Intelektual yang menjadi obyek waralaba.

### **2.3.3. Kegiatan Usaha**

Perjanjian waralaba di PT. X tidak memuat secara khusus ketentuan yang menjelaskan kegiatan usaha yang dijalankan. Ketentuan mengenai kegiatan usaha hanya bisa disimpulkan dari definisi mengenai sistem usaha sebagaimana terdapat dalam Pasal 1.1 huruf e Perjanjian Waralaba di PT. X. Dengan demikian, perjanjian waralaba di PT. X ini sebaiknya ditambahkan satu ayat dalam bagian definisi untuk menjelaskan kegiatan usaha yang diwaralabakan.

### **2.3.4. Hak dan Kewajiban Para Pihak**

Pengaturan mengenai hak dan kewajiban Para Pihak sangat penting dalam suatu perjanjian. Pengaturan hak dan kewajiban harus jelas, seimbang dan mempunyai batas-batas tertentu, agar tidak terjadi tindakan yang sewenang-wenang dari satu pihak kepada pihak lainnya. Dengan ditandatanganinya perjanjian berarti calon Penerima Waralaba telah sepakat untuk melaksanakan dan mematuhi perjanjian dengan itikad baik (Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdara). Setelah penandatanganan perjanjian waralaba, dimulailah hak dan kewajiban diantara kedua belah pihak.



Ketentuan mengenai hak dan kewajiban para pihak tersebar dalam keseluruhan isi perjanjian waralaba di PT. X. Dengan demikian tidak ada satu pasal yang khusus memuat ketentuan mengenai hak dan kewajiban Para Pihak.

Adapun uraian mengenai hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam Perjanjian Waralaba di PT. X yang berhubungan dengan peraturan dibidang waralaba, sebagai berikut:

#### **2.3.4.1. Hak Pemberi Waralaba**

2.3.4.1.1. Menerima imbalan jasa waralaba (*franchise fee*), royalti (*royalty*), dan imbalan jasa pemasaran (*marketing fee*) (*vide* Ps. 4). Ketentuan ini merupakan hak yang diterima oleh Pemberi Waralaba sebagai imbalan penggunaan merek dagang dan sistem usaha oleh Penerima Waralaba.

2.3.4.1.2. Mengijinkan penyimpangan jam operasional toko (*vide* pasal 6.5). Ketentuan mengenai jam operasional Toko Modern diatur dalam Peraturan Presiden Nomor 112 tahun 2007 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, khususnya pada Pasal 7 yang berbunyi sebagai berikut:<sup>15</sup>

- (1) “Jam kerja Hypermarket, Department Store dan Supermarket sebagai berikut:
- a. Untuk hari Senin sampai dengan Jumat, pukul 10.00 sampai dengan pukul 22.00 waktu setempat.
  - b. Untuk hari Sabtu dan Minggu, pukul 10.00 sampai dengan pukul 23.00 waktu setempat.

---

<sup>15</sup> Indonesia, Peraturan Presiden Tentang Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat Perbelanjaan dan Toko Modern, Perpres Nomor 112 tahun 2007, ps.7.

- (2) Untuk hari besar keagamaan, libur nasional atau hari tertentu lainnya, Bupati/Walikota atau Gubernur untuk Pemerintah Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta dapat menetapkan jam kerja melampaui pukul 22.00 waktu setempat.”

Dalam peraturan presiden tersebut, tidak ada ketentuan yang mengatur mengenai jam operasional minimarket. Hal ini dapat disimpulkan bahwa minimarket diijinkan untuk dapat beroperasi selama 24 jam setiap hari dan 7 hari dalam seminggu. Sedangkan peraturan dibidang waralaba tidak memuat ketentuan mengenai jam operasional minimarket sebagaimana terdapat dalam peraturan presiden tersebut diatas.

- 2.3.4.1.3. Melakukan monitoring dan inspeksi toko (*vide* Pasal 7). Klausula monitoring dan inspeksi disusun sebagai pelaksanaan salah satu kewajiban Pemberi Waralaba untuk memberikan pembinaan kepada Penerima Waralaba, sebagaimana diatur dalam ketentuan Pasal 21 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan waralaba. Dengan melaksanakan proses monitoring dan inspeksi secara teratur, maka Penerima Waralaba memperoleh pengetahuan yang lebih mendalam tentang pelaksanaan ketentuan-ketentuan yang terdapat dalam Panduan Operasi dan Perjanjian Waralaba.

### 2.3.4.2. Kewajiban Pemberi Waralaba

2.3.4.2.1. Meminjamkan 1 salinan panduan operasi (*vide* Pasal 6.2 jo. Pasal 1.1 huruf f). Panduan operasi merupakan hak kekayaan intelektual dari Pemberi Waralaba. Dalam panduan operasi terdapat informasi-informasi yang dapat dikategorikan sebagai hak cipta ataupun rahasia dagang dari suatu perusahaan. Pemberi Waralaba memiliki kepentingan untuk menjaga kerahasiaan panduan operasi yang diserahkan kepada Penerima Waralaba. Hal ini yang mendasari dikeluarkannya klausula sebagaimana terdapat dalam perjanjian waralaba ini. Panduan operasi sifatnya hanya dipinjamkan dan harus dikembalikan kepada Pemberi Waralaba pada saat berakhirnya perjanjian waralaba. Penerima Waralaba terikat untuk merahasiakan segala isi ketentuan yang terdapat dalam panduan operasi, dimana kewajiban untuk merahasiakan juga berlaku bagi karyawan toko Penerima Waralaba.

2.3.4.2.2. Memberikan pelatihan berkala bagi Penerima Waralaba dan karyawan Toko (*vide* Pasal 9.1). Dalam setiap perjanjian waralaba pasti ada klausul mengenai program pelatihan. Tujuan dari program pelatihan adalah untuk menyeragamkan cara-cara pengoperasian toko waralaba milik Penerima Waralaba dengan milik Pemberi Waralaba.

2.3.4.2.3. Melakukan modifikasi terhadap standar dan prosedur yang terdapat dalam Panduan Operasi menyesuaikan dengan kebutuhan operasi terkini (*vide* Pasal 6.2 huruf

a). Untuk dapat memenangkan persaingan dalam industri yang terus berkembang, inovasi merupakan suatu keniscayaan. Dengan demikian, perubahan atas panduan operasi dan sistem operasional toko merupakan suatu hal yang tidak dapat dihindari, guna dapat memenangkan persaingan usaha yang semakin ketat.

2.3.4.2.4. Memiliki wewenang penuh dalam menentukan strategi pemasaran dan program promosi yang dilakukan di Toko (*vide* Pasal 14). Pada umumnya Pemberi Waralaba menghendaki untuk tetap memiliki hak menentukan strategi pemasaran atas toko-toko yang beroperasi dengan sistem usaha dan merek dagangnya. Hal ini lebih didasari pertimbangan untuk menciptakan keseragaman antara satu toko dengan toko lain, sehingga dapat menimbulkan persepsi yang sama di benak konsumen.

2.3.4.2.5. Membuat laporan operasional toko (*vide* Pasal 16.1). Kewajiban ini perlu dibebankan kepada Pemberi Waralaba, mengingat pencatatan penjualan barang di toko dan pembelian barang di gudang dilakukan melalui sistem yang dimiliki oleh Pemberi Waralaba. Dengan demikian, Pemberi Waralaba perlu membuat laporan operasional kegiatan toko untuk dapat digunakan oleh Penerima Waralaba guna penyusunan laporan keuangan.

### 2.3.4.3. Hak Penerima Waralaba

2.3.4.3.1. Membuka toko di tempat yang telah ditentukan dengan menggunakan merek dagang dan sistem usaha (*vide* pasal 2.1). Jika dicermati secara mendalam, klausul dalam pasal ini menunjukkan bahwa pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian ini bersifat non eksklusif. Artinya bahwa Penerima Waralaba hanya diberikan hak untuk mengoperasikan toko dengan sistem usaha dan merek dagang Pemberi Waralaba di tempat yang telah disepakati bersama. Jika Penerima Waralaba berkehendak untuk menambah jumlah tokonya, maka Penerima Waralaba harus mengikuti kembali tahapan proses yang telah ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.

2.3.4.3.2. Mengembalikan barang dagangan yang rusak dan kurang baik penjualannya selama mengikuti ketentuan dan dengan persetujuan Pemberi Waralaba (*vide* Pasal 10.5). Masalah pengembalian barang dagangan yang rusak ataupun kurang baik penjualannya, merupakan masalah sensitif yang dapat menjadi sumber sengketa antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba. Banyak faktor dan pihak yang terlibat dalam pembuatan kebijakan mengenai pengembalian barang dagangan ini. Dari sisi hukum, belum ada aturan hukum yang mengatur mengenai masalah ini. Hal ini berakibat pada ketidakseragamannya perlakuan yang diberikan oleh para pemasok atau distributor barang dagangan. Pada dasarnya Pemberi Waralaba juga hanya bertindak sebagai distributor dari produsen barang-barang dagangan tersebut. Sebagai distributor,

Pemberi Waralaba harus mengikat perjanjian kerjasama pemasokan barang dagangan, yang umum dikenal dengan nama *trading term*. Peraturan Presiden nomor 112 tahun 2006 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan dan toko modern, tidak memuat ketentuan yang mengatur mengenai teknis pengembalian barang dagangan yang rusak atau kurang baik penjualannya dari distributor ke produsen.

2.3.4.3.3. Melakukan aktivitas promosi di toko (atas biaya sendiri), dengan persetujuan Pemberi Waralaba (*vide* Pasal 14.3). Klausul ini memberikan fleksibilitas kepada Penerima Waralaba dalam melakukan aktivitas promosi untuk memperkenalkan tokonya kepada pihak ketiga. Hal yang tetap dijaga oleh Pemberi Waralaba yaitu prinsip keseragaman dan persaingan usaha yang sehat diantara satu toko dengan toko lainnya. Pemberi Waralaba memiliki kepentingan untuk memastikan bahwa aktivitas promosi yang dilakukan oleh Penerima Waralaba tidak menimbulkan akibat persaingan usaha tidak sehat diantara toko Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

2.3.4.3.4. Memperoleh surplus kas (*vide* Pasal 15.2). Sistem yang diterapkan oleh PT. X menggunakan sistem waralaba tidak murni, karena proses perhitungan dan pembagian surplus kas, dilakukan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba. Dalam sistem waralaba murni, Pemberi Waralaba hanya

mendapatkan laporan keuangan bulanan yang memuat perhitungan royalti yang diperolehnya berdasarkan perjanjian, sehingga perhitungan dan pembayaran royalti seharusnya dari Penerima Waralaba.

#### **2.3.4.4. Kewajiban Penerima Waralaba**

2.3.4.4.1. Mengikuti segala ketentuan dalam Panduan Operasi dan Perjanjian Waralaba (*vide* Pasal 5.1). Panduan operasi dan perjanjian waralaba pada dasarnya merupakan pedoman yang mengatur hak dan kewajiban para pihak dalam pelaksanaan ketentuan yang berkaitan dengan sistem waralaba. Para pihak harus menghormati dan mengikuti segala ketentuan yang terdapat dalam panduan operasi dan perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama. Hal yang penting untuk ditinjau dalam klausul ini yaitu mengenai kesepakatan bersama para pihak atas isi perjanjian dan panduan operasi. Telah menjadi rahasia umum bahwa isi perjanjian waralaba dan panduan operasi umumnya tidak bisa diganti atau diubah. Pemberi Waralaba biasanya selalu menerapkan konsep perjanjian baku yang berlaku bagi para Penerima Waralabanya. Dari sisi Pemberi Waralaba, bentuk perjanjian waralaba baku akan sangat memudahkan dalam proses kontrol. Sedangkan dari sisi Penerima Waralaba, bentuk perjanjian waralaba baku dapat melanggar asas-asas kesepakatan dan syarat sah perjanjian sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 1320 jo. 1321 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, khusus pada bagian pemberian kesepakatan dengan paksaan. Dalam hal ini, perlu dibuktikan

bahwa Penerima Waralaba dalam memberikan kesepakatan berada dalam keadaan yang bebas, tanpa ada paksaan atau ancaman yang mengganggu keselamatan jiwanya.

2.3.4.4.2. Membuka toko sesuai dengan tanggal yang telah ditetapkan Pemberi Waralaba (*vide* Pasal 5.4 huruf a). Klausul ini cukup menarik untuk dibahas, karena jika dicermati, esensi dari klausul ini yaitu Pemberi Waralaba menetapkan target tanggal pembukaan toko agar Penerima Waralaba tidak menunda proses renovasi dan pengoperasian tokonya. Jika melihat pada esensinya, klausul ini sesungguhnya menguntungkan Para Pihak, karena ada suatu komitmen bersama untuk melakukan proses renovasi dan pengoperasian toko sesuai dengan target waktu, biaya serta spesifikasi teknis yang disepakati bersama. Kekurangan dari klausul ini, tidak adanya unsur pemaksa atau sanksi yang berlaku, jika ternyata Penerima Waralaba tidak dapat memenuhi target yang telah disepakati bersama tersebut. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kewajiban ini hanya bersifat panduan, tanpa ada unsur imperatif didalamnya.

2.3.4.4.3. Membentuk badan usaha dan mengurus legalitas usaha (*vide* Pasal 5.6). Klausul ini menunjukkan kewajiban Penerima Waralaba untuk mengurus dan bertanggung jawab dalam pengurusan ijin yang berkaitan dengan badan usaha dan ijin-ijin yang berkaitan dengan pengoperasian toko.



2.3.4.4.4. Menjaga tingkat persediaan minimum barang dagangan (*vide* Pasal 6.3 huruf e). Kewajiban ini timbul seiring dengan karakter usaha yang diwaralabakan itu sendiri. Sebagai bisnis retail, ketersediaan barang dagangan dengan jumlah yang cukup merupakan sesuatu yang diperlukan, mengingat bisnis retail pada dasarnya merupakan bisnis penjualan barang dagangan secara eceran. Dengan demikian, untuk mencapai target penjualan yang disepakati bersama oleh Para Pihak, Penerima Waralaba perlu bekerjasama dengan Pemberi Waralaba untuk menjaga tingkat ketersediaan minimum barang dagangannya. Disisi yang lain, Pemberi Waralaba juga harus melakukan upaya sungguh-sungguh melalui riset yang menyeluruh untuk mengetahui karakteristik serta minat konsumen di suatu lokasi, sehingga mampu memilih barang dagangan yang layak jual.

2.3.4.4.5. Membuka toko selama 24 jam/hari, 7 hari/minggu (*vide* Pasal 6.5 huruf a). Kewajiban ini mutlak bagi Penerima Waralaba, karena berkaitan dengan konsep bisnis yang diwaralabakan oleh Pemberi Waralaba. Pelanggaran atas kewajiban ini diberikan sanksi yang cukup berat oleh Pemberi Waralaba.

2.3.4.4.6. Membayar premi asuransi (*vide* Pasal 8.1). Kewajiban ini berhubungan dengan karakteristik bisnis yang diwaralabakan. Dengan jam operasional selama 24 jam, maka asuransi merupakan hal penting guna membagi resiko usaha.

2.3.4.4.7. Mengikuti pelatihan yang diselenggarakan oleh Pemberi Waralaba (*vide* Pasal 9.1). Pelatihan merupakan komponen penting dalam usaha waralaba. Dengan mengikuti pelatihan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba diharapkan terjadi proses alih pengetahuan (*transfer knowledge*), yang menjadi tujuan utama dari dilaksanakannya sistem waralaba.

2.3.4.4.8. Pengelolaan kepegawaian, mulai dari pengangkatan hingga pemberhentian (*vide* Pasal 9.2 huruf a). Penerima Waralaba bertanggung jawab atas hal-hal yang berkaitan dengan kepegawaian, khususnya tanggung jawab dari sisi hukum yang berkaitan dengan pengangkatan hingga pemberhentian karyawan.

2.3.4.4.9. Melakukan *stock opname* dan *cash opname* secara berkala (*vide* Pasal 10.4 huruf b dan c). Pada prinsipnya uang penjualan dan barang dagangan yang ada di toko sebagian merupakan milik Penerima Waralaba. Dengan demikian, suatu hal yang wajar jika Penerima Waralaba dibebani kewajiban untuk melaksanakan *stock opname* dan *cash opname* secara berkala.

2.3.4.4.10. Membuka rekening dan memberikan kuasa pengelolaan rekening (*vide* Pasal 12). Kewajiban Penerima Waralaba untuk memberikan kuasa kepada Pemberi Waralaba terkait dengan sistem waralaba yang dilaksanakan dalam Perjanjian ini. Sebagaimana

telah diuraikan sebelumnya, waralaba ini menganut sistem waralaba tidak murni, dimana pengelolaan rekening dilakukan oleh Pemberi Waralaba melalui pemberian kuasa.

2.3.4.4.11. Menyetorkan hasil penjualan (*vide* Pasal 13).

Kewajiban melaksanakan penyetoran hasil penjualan sangat erat kaitannya dengan pembayaran royalti yang menjadi dasar dari terciptanya suatu hubungan waralaba. Pemberi Waralaba sebagai pemilik merek dagang dan sistem usaha memiliki hak untuk menarik royalti dari Penerima Waralaba. Jika Penerima Waralaba dan/atau karyawannya tidak melaksanakan kewajiban ini, maka hal itu dapat menjadi sumber sengketa bagi Para Pihak.

2.3.4.4.12. Membuat laporan keuangan dan perpajakan (*vide* Pasal 16.2).

Kewajiban ini menunjukkan bahwa tanggung jawab atas kegiatan usaha terletak di Penerima Waralaba. Penerima Waralaba bertanggung jawab atas pembuatan laporan keuangan dan perpajakan. Kewajiban ini erat kaitannya dengan status Penerima Waralaba sebagai suatu badan usaha atau badan hukum. Sebagai salah satu instrumen penilaian kinerja badan usaha atau badan hukum, maka perlu disusun suatu laporan keuangan dan laporan perpajakan.

2.3.4.4.13. Non kompetisi (*vide* Pasal 20).

Kewajiban ini menunjukkan bahwa pemberi waralaba menghendaki agar hasil adaptasi atas isi perjanjian waralaba dan

panduan operasi tidak digunakan untuk berkompetisi dengan pemberi waralaba.

### **2.3.5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba**

#### **2.3.5.1. Bantuan, fasilitas dan bimbingan operasional yang diberikan oleh Pemberi Waralaba**

Bantuan, fasilitas dan bimbingan operasional yang menjadi kewajiban Pemberi Waralaba ini dapat dikelompokkan pada dua hal, yaitu:

a. Bantuan pada saat persiapan pelaksanaan usaha Penerima Waralaba, yaitu:

- Bantuan dalam menentukan pemilihan lokasi usaha;
- Bantuan dalam menentukan arsitektur bangunan dan tata letak ruangan serta pemilihan bahan-bahan dan peralatannya, yang akan menentukan standar dan spesifikasinya;
- Penentuan standar administrasi dan pembukuan;
- Penentuan standar penerimaan karyawan;
- Panduan operasi bisnis waralaba;
- Panduan pelaksanaan pembukaan toko (*grand opening*)

b. Bantuan selama hubungan hukum berlangsung meliputi kegiatan-kegiatan sebagai berikut:

- Pengawasan dan evaluasi pelaksanaan usaha
- Pemberian konsultasi selama kegiatan usaha waralaba Penerima Waralaba beroperasi

#### **2.3.5.2. Pelatihan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba**

Pelatihan merupakan obyek waralaba yang sangat penting, baik bagi Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba. Jasa pelatihan dapat diberikan kepada Penerima Waralaba sendiri atau

semua jajaran manajemennya. Perjanjian waralaba di PT. X ini memuat klausul-klausul yang menguraikan mengenai pelatihan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba sebagaimana terdapat dalam Pasal 9.1 mengenai Pelatihan.

#### **2.3.5.3. Pemasaran yang diberikan oleh Pemberi Waralaba**

Di dalam klausul perjanjian waralaba lazim ditentukan bahwa Penerima Waralaba harus turut serta menanggung biaya kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Pemberi Waralaba. Disamping terdapat ketentuan yang mewajibkan Pemberi Waralaba untuk melakukan kegiatan pemasaran sebagaimana tersebut diatas, dalam perjanjian waralaba juga terdapat ketentuan yang mewajibkan Penerima Waralaba menyisihkan dana bagi kegiatan pemasaran yang dilakukannya. Perjanjian waralaba di PT. X ini memuat klausul-klausul yang menguraikan mengenai kegiatan pemasaran yang diberikan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba sebagaimana terdapat dalam Pasal 14 mengenai Iklan dan Promosi.

#### **2.3.6. Wilayah usaha**

Wilayah usaha diuraikan dalam pasal mengenai pemberian hak. Penerima Waralaba hanya diberikan hak untuk mengoperasikan toko di tempat yang secara khusus telah ditetapkan dalam perjanjian. Dengan demikian, Penerima Waralaba tidak dapat secara serta merta mengoperasikan toko di tempat selain yang ditunjuk dalam perjanjian, kecuali diantara Para Pihak diadakan pengikatan perjanjian waralaba baru untuk lokasi lainnya, sebagaimana diuraikan dalam Pasal 2.1.

### **2.3.7. Jangka waktu perjanjian**

Perjanjian waralaba dibuat untuk jangka waktu tertentu. Pemberi Waralaba biasanya cenderung menyukai jangka waktu yang pendek. Sebaliknya Penerima Waralaba cenderung menyukai jangka waktu yang panjang karena dengan jangka waktu tersebut, Penerima Waralaba akan lebih leluasa meraih keuntungan sebagai keseimbangan dari kerugian-kerugian yang kemungkinan dialami pada tahun-tahun pertama. Di samping itu, dengan jangka waktu yang relatif lama, maka akan memungkinkan Penerima Waralaba memperoleh tingkat adaptasi yang lebih bagus terhadap sistem waralaba. Ketentuan mengenai jangka waktu perjanjian waralaba di PT. X diatur dalam pasal 3.1, yaitu selama 5 tahun.

### **2.3.8. Tata cara pembayaran imbalan**

Biaya waralaba merupakan obyek perjanjian, karena biaya waralaba merupakan kontra prestasi Penerima Waralaba kepada Pemberi Waralaba, sehubungan dengan penerimaan hak-haknya dari Pemberi Waralaba. Klausul mengenai cara pembayaran imbalan diatur dalam pasal 3, pasal 4 serta pasal 5 perjanjian waralaba di PT. X. Untuk imbalan jasa waralaba, dana investasi dan dana modal kerja, pada prinsipnya harus disetorkan ke rekening yang ditunjuk oleh Pemberi Waralaba. Sedangkan untuk imbalan royalti, imbalan jasa pemasaran, biaya pembelian barang, di debet langsung dari rekening Penerima Waralaba, berdasarkan kuasa yang diberikan oleh Penerima Waralaba kepada Pemberi Waralaba berdasarkan perjanjian waralaba.

### **2.3.9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris**

Kepemilikan waralaba melekat pada badan usaha atau badan hukum yang mengikat perjanjian waralaba dengan Pemberi Waralaba. Untuk perubahan kepemilikan dapat meliputi perubahan kepemilikan sebagai akibat hukum dari perjanjian jual beli waralaba yang dibuat

Penerima Waralaba dengan pihak ketiga atau perubahan kepemilikan yang disebabkan oleh pewarisan akibat meninggalnya Penerima Waralaba. Pemberi Waralaba di PT. X menetapkan beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh calon penerima waralaba baru sebelum memberikan persetujuan atas perubahan kepemilikan.

Perjanjian waralaba di PT. X memuat prinsip individualitas terhadap badan usaha ataupun badan hukum yang menjadi pihak dalam perjanjian. Setiap pengalihan perjanjian harus mendapatkan persetujuan dari Pemberi Waralaba. Hal ini utamanya berlaku bagi badan usaha berupa perseroan komanditer ataupun perusahaan dagang, yang mengikat perjanjian waralaba dengan Pemberi Waralaba (*vide* Pasal 18).

Dalam ketentuan Pasal 1646 Kitab Undang-undang Hukum Perdata dicantumkan ketentuan mengenai alasan pengakhiran persekutuan, yaitu:

- a. Persekutuan berakhir karena lewatnya waktu untuk mana persekutuan telah diadakan;
- b. Persekutuan berakhir dengan musnahnya barang atau diselesaikannya perbuatan yang menjadi pokok persekutuan;
- c. Persekutuan berakhir atas kehendak semata-mata dari beberapa atau seorang sekutu;
- d. Persekutuan berakhir jika salah seorang sekutu meninggal atau ditaruh dibawah pengampuan, atau dinyatakan pailit.

Dengan demikian, jika salah seorang sekutu dalam badan usaha yang berbentuk persekutuan perdata, persekutuan firma ataupun persekutuan komanditer meninggal, maka secara otomatis persekutuan tersebut berakhir, dan secara otomatis pula demi hukum perjanjian waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba juga berakhir. Hal ini berbeda jika Penerima Waralaba adalah badan hukum, seperti yayasan, koperasi ataupun perseroan terbatas. Dalam hal badan hukum, meninggalnya pengurus ataupun pemegang saham perseroan, tidak mengakibatkan berakhirnya badan hukum tersebut.

### 2.3.10. Penyelesaian sengketa

Perjanjian waralaba di PT. X memuat klausul arbitrase dalam penyelesaian sengketa, sebagaimana terdapat dalam Pasal 23. Dengan demikian, penyelesaian sengketa harus mengikuti segala ketentuan yang diatur dalam Undang-undang Republik Indonesia Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Pengertian arbitrase termuat dalam pasal 1 angka 8 Undang Undang Arbitrase dan Alternatif penyelesaian sengketa Nomor 30 tahun 1999:<sup>16</sup>

“Lembaga Arbitrase adalah badan yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu, lembaga tersebut juga dapat memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal belum timbul sengketa.”

Keunggulan arbitrase dibandingkan dengan pengadilan dapat disimpulkan melalui Penjelasan Umum Undang Undang Nomor 30 tahun 1999 , yaitu:

- kerahasiaan sengketa para pihak terjamin;
- keterlambatan yang diakibatkan karena hal prosedural dan administratif dapat dihindari;
- para pihak dapat memilih arbiter yang berpengalaman, memiliki latar belakang yang cukup mengenai masalah yang disengketakan, serta jujur dan adil;
- para pihak dapat menentukan pilihan hukum untuk penyelesaian masalahnya;
- para pihak dapat memilih tempat penyelenggaraan arbitrase;
- putusan arbitrase merupakan putusan yang mengikat para pihak melalui prosedur sederhana ataupun langsung dapat dilaksanakan.

---

<sup>16</sup> Indonesia, Undang-undang Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, UU Nomor 30 tahun 1999, LN Nomor 138 Tahun 1999, TLN Nomor 3872, ps. 1 angka 8.



### **2.3.11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian**

#### **2.3.11.1. Tata cara perpanjangan perjanjian**

Menurut isi perjanjian waralaba di PT. X, setelah jangka waktu perjanjian berakhir, para pihak dapat memperpanjang jangka waktu perjanjian untuk waktu 5 (lima) tahun berikutnya, selama Penerima Waralaba dapat memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba. Hal yang menarik untuk dibahas mengenai persyaratan perpanjangan perjanjian.

Ketentuan Pasal 3.3 huruf a dan b Perjanjian Waralaba PT. X menyatakan bahwa syarat mengenai kewajiban pembayaran imbalan jasa waralaba, royalti dan imbalan jasa pemasaran besarnya belum ditentukan pada saat awal penandatanganan perjanjian waralaba. Hal ini menimbulkan potensi tindakan sewenang-wenang dari Pemberi Waralaba, yang mungkin ditujukan agar lokasi tersebut dapat digunakan sendiri untuk mengoperasikan toko dengan sistem usahanya. Untuk mencegah terjadinya kondisi tersebut, persyaratan dalam pasal 3.3 huruf a dan b sebaiknya diubah agar terdapat kepastian hukum bagi para Penerima Waralaba yang akan mengikat Penerima Waralaba dengan Pemberi Waralaba. Usul perubahan yang dapat ditawarkan, yaitu:

- a. Membayar Imbalan Jasa Waralaba untuk masa perpanjangan selama 5 (lima) tahun, yang nilainya ditentukan kemudian oleh Pemberi Waralaba, namun tidak melebihi nilai yang ditetapkan pada awal pengikatan perjanjian, yang dibayarkan pada saat penandatanganan perpanjangan perjanjian waralaba, yang menjadi addendum atau tambahan dari Perjanjian ini. Dalam hal perpanjangan perjanjian

tidak mencapai jangka waktu 5 (lima) tahun, maka imbalan jasa waralaba untuk masa perpanjangan tersebut, akan dihitung secara prorata.

- b. Membayar kewajiban-kewajiban keuangan lain, meliputi tetapi tidak terbatas pada royalti, imbalan jasa pemasaran, dan pembayaran-pembayaran lain yang ditentukan oleh Pemberi Waralaba, dengan nilai yang mungkin berbeda dari waktu ke waktu sebagaimana ditentukan oleh Pemberi Waralaba, dengan ketentuan bahwa nilai kewajiban-kewajiban keuangan tersebut tidak akan melebihi nilai yang ditetapkan dalam awal pengikatan perjanjian ini.

#### **2.3.11.2. Tata cara pengakhiran perjanjian**

Disamping klausul mengenai perpanjangan perjanjian, klausul yang menarik untuk dibahas dalam perjanjian ini yaitu klausul mengenai pengakhiran perjanjian. Perjanjian melahirkan prestasi yang harus dilaksanakan oleh para pihak yang membuatnya. Adapun hal-hal yang menjadi sebab tak terlaksananya perjanjian adalah adanya wanprestasi oleh para pihak atau keadaan memaksa (*overmacht*).

- a. Wanprestasi

Perkataan wanprestasi berasal dari Bahasa Belanda yang artinya prestasi buruk.<sup>17</sup> Apabila debitur menyangkal bahwa ia lalai atau melakukan wanprestasi, maka harus dibuktikan dimuka hakim. Pasal 1267 Kitab Undang-undang Hukum Perdata menyatakan bahwa terhadap pihak yang lalai dapat dituntut untuk:

---

<sup>17</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cet XVI, (Jakarta: PT. Intermasa, 1996), hal. 144.

1. Memenuhi perjanjian
2. Memenuhi perjanjian disertai dengan ganti rugi
3. Ganti rugi
4. Pembatalan perjanjian
5. Pembatalan perjanjian disertai dengan ganti rugi

b. *Overmacht*

*Overmacht* (keadaan memaksa) diartikan sebagai suatu keadaan yang terjadi setelah dibuatnya perjanjian yang menghalangi debitur memenuhi prestasinya dan terjadi diluar kesalahannya. Keadaan memaksa diatur dalam pasal 1244 dan 1245 Kitab Undang-undang Hukum Perdata, dimana debitur tidak diwajibkan membayar ganti rugi, atas suatu kejadian yang tidak terduga, tak disengaja dan tidak dapat dipertanggungjawabkan.

Keadaan memaksa dapat bersifat tetap dan sementara. Jika bersifat tetap maka berlakunya perjanjian terhenti sama sekali sedangkan jika bersifat sementara maka berlakunya perjanjian tertunda sampai keadaan memaksa tersebut hilang, setelah itu, perjanjian dapat dilanjutkan kembali.

**2.3.11.3. Tata cara pemutusan perjanjian**

Pada umumnya Penerima Waralaba tidak mempunyai hak untuk memutuskan perjanjian, kecuali apabila Pemberi Waralaba melakukan pelanggaran terhadap perjanjian dan untuk pelanggaran tersebut Pemberi Waralaba telah diberikan kesempatan untuk memperbaikinya. Mirip dengan pemutusan perjanjian, perjanjian waralaba juga dapat memuat klausula

penundaan atau penghentian sementara berlakunya perjanjian waralaba.

“Perjanjian waralaba di PT. X memuat klausula bahwa perjanjian dapat berakhir sebelum berakhirnya jangka waktu perjanjian, dalam hal:

- a. Terjadinya perubahan kondisi Penerima Waralaba sedemikian sehingga menyebabkan perjanjian waralaba diantara Para Pihak berakhir secara otomatis;
- b. Terjadinya pelanggaran isi ketentuan perjanjian dan panduan operasi yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba;
- c. Terjadinya pengakhiran perjanjian lisensi diantara Pemberi Waralaba dan Pemberi Waralaba Utama. Adapun yang dimaksud dengan Pemberi Waralaba Utama, yaitu pemilik merek dagang dan sistem usaha yang menjadi obyek dalam perjanjian waralaba ini.”

Klausul dalam huruf c tersebut cukup memberatkan bagi Penerima Waralaba yang nyatanya bertindak sebagai Penerima Waralaba lanjutan. Dalam hal ini tidak ada jaminan dari Pemberi Waralaba atas investasi yang dikeluarkan oleh Penerima Waralaba untuk mengoperasikan toko. Penerima Waralaba setiap saat harus menghadapi kemungkinan adanya pengakhiran perjanjian, yang disebabkan oleh pengakhiran perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Pemberi Waralaba utama. Untuk lebih melindungi kepentingan Penerima Waralaba, maka klausul dalam perjanjian waralaba di PT. X ini sebaiknya diubah, sehingga berbunyi sebagai berikut:

“Apabila Perjanjian Lisensi antara Pemberi Waralaba dan ..... diakhiri karena sebab apapun juga, maka Perjanjian ini akan secara otomatis berakhir, karenanya Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba secara bersama-sama akan membicarakan kelanjutan kerjasama diantara Para Pihak.”

Selain ketentuan minimal yang harus dimuat dalam suatu perjanjian waralaba sebagaimana diuraikan diatas, perjanjian waralaba juga dapat memuat klausul bahwa Penerima Waralaba dapat menunjuk Penerima Waralaba lain (mensubwaralabakan) perjanjian waralaba yang telah dibuat antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, dengan ketentuan bahwa Penerima Waralaba utama tersebut harus mendirikan minimal 1 tempat usaha waralaba (*vide* Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007). Perjanjian waralaba di PT. X tidak membuka kemungkinan untuk dilakukannya subwaralaba dari Penerima Waralaba utama ke Penerima Waralaba lanjutan (*vide* Pasal 2.1).