



UNIVERSITAS INDONESIA

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM
PERJANJIAN WARALABA ANTARA PIHAK PT IMPERIUM HAPPY
PUPPY DENGAN PIHAK X**

TESIS

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Magister
Hukum dalam Ilmu Hukum**

ACINTYA PARAMITA

0906580520

**FAKULTAS ILMU HUKUM
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS INDONESIA
JAKARTA
2011**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Acintya Paramita

NPM : 0906580520

Tanda Tangan :

Tanggal : 29 Juni 2011

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis Ini Diajukan Oleh

Nama : Acintya Paramita
NPM : 0906580520
Program Studi : Hukum Ekonomi
Judul Tesis : Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Dalam Perjanjian Antara Pihak PT Imperium Happy Puppy Dengan Pihak X"

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Nurul Elmiyah S.H, M.H ()

Penguji : Dr. Inosentius Samsul S.H, M.H ()

Penguji : Heru Susetyo S.H, LL.M., MSi ()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 7 Juli 2011

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur senantiasa terucap kepada Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia Nya sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan penulisan Tesis ini dengan sebaik-baiknya.

Penulis menyusun Tesis ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Hukum di Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia. Di mana untuk itu penulis mencoba untuk membuat Tesis dengan judul *“Tinjauan Yuridis Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Dalam Perjanjian Antara Pihak PT Imperium Happy Puppy Dengan Pihak X”*

Dengan segala kerendahan hati, Penulis menyadari bahwa dalam penulisan Tesis ini tentunya tidak luput dari adanya kekeliruan dan kekurangan dan/atau ketidaksempurnaan baik dari segi materi maupun dari segi tata bahasa penulisan. Namun dengan segala kemampuan yang ada serta dengan dorongan keinginan yang luhur, Penulis berusaha semaksimal mungkin untuk dapat menyelesaikannya dengan baik. Penulis berharap penulisan Tesis ini dapat bermanfaat bagi seluruh kalangan.

Dalam penulisan Tesis ini, Penulis banyak sekali mendapat bantuan, bimbingan, pengarahan, serta dorongan dari berbagai pihak baik berbentuk moril maupun materil, oleh karena itu pada kesempatan ini perkenankanlah Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Nurul Elmiyah, S.H., M.H., selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan Penulis dalam penyusunan tesis ini;
2. Bapak Heru Susetyo S.H., LL.M., Msi dan Bapak Dr. Inosentius Samsul S.H., M.H., selaku dosen penguji yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan masukan kepada Penulis;
3. Prof. Safri Nugraha SH, LL.M, Ph.D selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Indonesia.

4. Prof. Dr. Rosa Agustina S.H., M.H, selaku Ketua Program Pascasarjana Ilmu Hukum Fakultas Hukum Universitas Indonesia
5. Prof. DR. Felix O. Soebagjo, S.H., LL.M., selaku Ketua Peminatan Hukum Ekonomi Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia;
6. Segenap dosen yang selama ini telah mengajar penulis selama penulis menjalankan kuliah di Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia Program Kekhususan Hukum Ekonomi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan banyak ilmu kepada penulis;
7. Segenap Staf Sekretariat Program Pascasarjana Fakultas Hukum Universitas Indonesia dan segenap Staf Administrasi Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Indonesia yang telah banyak memberikan bantuan kepada Penulis dalam mengumpulkan bahan, mengurus administrasi surat izin maupun peminjaman buku, sehingga tesis ini dapat terselesaikan;
8. Orang tua tercinta, yaitu Dr. Lukman Hakim SpKK dan Dr. Emalia Iragiliati M.Pd., kakak tersayang dr. Sita Anindita dan dr. Ryan Akhmad serta ponakan tercinta Agha Putra yang telah memberikan dukungan moril maupun materil, sehingga Penulis dapat menyelesaikan tesis ini;
9. Sahabat-Sahabat yang tidak bisa terpisahkan Fitra Setyaningsih,Amd., Indhira Dwi Nanda,S.T., Made Laksmi,S.E., Merlyn Anastasia,S.H., Patricia Angel,S.T., Dita Anggraeni
10. Rekan-rekan di Program Pascasarjana Ilmu Hukum Universitas Indonesia, Nadya Putri Anggraini SH, MH, Airlangga Z. Pratama SH, MH, Aryani Nauli Hasibuan SH, MH, Adhari Surya Putra SH,MH, Deasita Diah Susanti SH, MH, Mbak Amie, Mbak Dini, Putri, Mbak Anggi, Sandi dan rekan-rekan lainnya, terimakasih atas bantuan, dukungan serta kebersamaan selama menempuh pendidikan.
11. Nicodemus Revelino,S.H. yang selalu ada di saat senang maupun susah terimakasih atas bantuannya dalam proses penyusunan tesis ini.
12. Serta semua pihak terkait yang telah memberikan dukungan dan bantuan hingga selesainya penulisan tesis ini.

Akhir kata Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Juli 2011

Acintya Paramita

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

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

Nama : Acintya Paramita

NPM : 0906580520

Program Studi : Ilmu Hukum

Fakultas : Hukum

Jenis Karya : Tesis

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

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM
PERJANJIAN WARALABA ANTARA PIHAK PT IMPERIUM HAPPY
PUPPY DENGAN PIHAK X**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Nonesklusif ini Universitas Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di Jakarta

Pada Tanggal: 29 Juni 2011

Yang menyatakan

Acintya Paramita

ABSTRAK

Nama : Acintya Paramita
Program Studi : Hukum Ekonomi
Judul : Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba Antara Pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

Tesis ini membahas tentang penerapan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba dalam perjanjian waralaba antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X dan menganalisis bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X. Penelitian ini bersifat Normatif dengan pendekatan sinkronisasi hukum vertikal dan juga didukung dengan pendekatan kasus.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh hasil Perjanjian Waralaba antara Pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X telah memenuhi syarat dan ketentuan seperti yang diatur dalam peraturan perundang-undangan. Dalam penelitian ini ditemukan adanya beberapa klausula perjanjian yang memberatkan Pihak X sebagai penerima waralaba (*franchisee*).

Kata kunci: Perlindungan Hukum, Perjanjian Waralaba, Waralaba,

ABSTRACT

Name : Acintya Paramita
Program : Economic Law
Title : Law Protection for Parties in the Franchise Agreement between the First Party PT Imperium Happy Puppy and the Second Party X

This reseach uses normative law methods, a research method based on normative law stated in the Indonesian Law. This thesis discusses on the application of the law on franchise system in Indonesia based on the agreement between two parties. The first party is PT Imperium Happy Puppy and the second party is X and the agreemeent was then analyzed on how the law protection for both parties are being applied.

The results of the research showed that the agreement between both prties has fulfilled the requirements and closures as stated in the Indonesian Law. However, it was found out that there several agreement clauses that are burdening the second party in this case the X as the franchisee.

Key words: Law Protection, Franchise Agreement, Franchise

III. PENGATURAN WARALABA DI INDONESIA.....	74
3.1 Sebelum Berlakunya PP no 16 Tahun 1997	75
3.2 Saat Berlakunya PP no 16 Tahun 1997.....	76
3.3 Saat Berlakunya PP no 42 Tahun 2007.....	87
3.4 PERMENDAG No 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha	87
 IV. PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ANTARA PT IMPERIUM HAPPY PUPPY DENGAN PIHAK X	 93
4.1 Subyek Hukum Pada Perjanjian Waralaba	93
4.2 Objek Hukum dari Perjanjian Waralaba.....	93
4.3 Periode dari Perjanjian Waralaba	93
4.4 Terjadinya perjanjian waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X	94
4.5 Penerapan Syarat Sahnya Perjanjian dalam perjanjian Waralaba antara PT.Imperium Happy Puppy dengan Pihak X	95
4.6 Penerapan Asas-Asas Perjanjian dalam Perjanjian Waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X	100
4.7 Penerapan Syarat-syarat Waralaba dalam Perjanjian Waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X	103
4.8 Perlindungan Hukum terhadap Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X	105
 V. PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	113
5.2. Saran.....	114
 DAFTAR REFERENSI	 115

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era globalisasi ekonomi saat ini, pelaku ekonomi swasta memiliki peranan cukup penting dalam menjalankan proses perkembangan perekonomian suatu negara. Tidak mengherankan bila proses perkembangan perekonomian lebih banyak diserahkan kepada swasta untuk mengelola dan menjalankannya, sehingga peran aktif dan inisiatif para pelaku usaha swasta sangat dibutuhkan dalam era globalisasi ekonomi saat ini. Sejalan dengan meningkatnya era globalisasi ini, maka semakin terbuka pula kesempatan seluas-luasnya terhadap kemampuan produk dan sistem perdagangan, baik yang berasal dari dalam negeri maupun dari luar negeri.

Dalam dunia usaha yang selalu bergerak dinamis, pelaku usaha selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan usahanya. Hal ini semakin terasa di era global saat ini di mana ekspansi dunia bisnis telah menembus batas ruang, waktu dan teritorial suatu negara. Warren J. Keegen mengatakan bahwa pengembangan usaha secara internasional dapat dilakukan dengan sekurangnya lima macam cara, yaitu¹ :

1. Dengan cara ekspor,
2. Melalui pemberian lisensi,
3. Dalam bentuk *franchising* (waralaba),
4. Pembentukan perusahaan patungan (*joint venture*),
5. *Total ownership* atau pemilikan menyeluruh, yang dapat dilakukan melalui *direct ownership* (kepemilikan langsung) ataupun akuisisi.

Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah pengembangan usaha melalui sistem *franchise* yang di Indonesia diistilahkan dengan waralaba. Sistem ini bagi sebagian usahawan yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu perusahaan karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak

¹ Gunawan, Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), halaman 1

lain.

Waralaba mulai mengalami perkembangan yang sangat baik bersamaan dengan dinamisnya perekonomian Amerika Serikat yang menganut sistem hukum Common Law. Pada tahun 1863, perusahaan mesin jahit Singer memperkenalkan untuk pertama kalinya bentuk waralaba modern. Isaac M. Singer (1811-1875) menandai munculnya waralaba di Amerika dengan bisnis mesin jahitnya. Dia menggunakan waralaba untuk menambah jangkauan distribusi pasarnya dengan cepat. Format waralabanya adalah dengan memberikan hak penjualan mesin jahitnya dan tanggung jawab pelatihan kepada penerima waralaba (*franchisee*).

Tahun 1890, industri minuman ringan dan industri otomotif mengadopsi waralaba sebagai metode utama dalam distribusi, yang kemudian diikuti oleh produsen- produsen minyak pada tahun 1930, dan Howard Johnson mengembangkan jaringan restoran waralaba yang pertama kali pada tahun 1935. Industri waralaba mulai tumbuh pesat pada tahun 1950-an, dan *booming* pada tahun 1990-an, pada bidang usaha restoran cepat saji (*fastfood*), bisnis jasa, konstruksi, hotel dan motel, pariwisata, hiburan².

Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi waralaba sebagai format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai waralaba generasi kedua. Perkembangan sistem waralaba yang demikian pesat terutama di negara asalnya, Amerika Serikat, menyebabkan waralaba digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di Amerika Serikat. Sedangkan di Inggris berkembangnya waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya *Wimpy and Golden Egg*, pada tahun 60-an. Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi. Pemberi waralaba (*franchisor*) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama. Dengan semakin banyak franchise yang bermunculan, kebutuhan akan hukum dan perlindungan terhadap konsumen dibutungkan. Terbentuklah Asosiasi Franchise Internasional (*International*

² Donald W. Hackett, *The International Expansion of U.S. Franchise Systems: Status and Strategies*, Durham: Whittemore School of Bussiness, University of New Hampshire, 1976, hal. 76.

Franchise Association) pada tahun 1960 yang anggotanya terdiri dari pemberi waralaba (*franchisor*), penerima waralaba (*franchisee*) dan pemasok

Secara garis besar di dunia ini meskipun dikenal ada lima sistem hukum, yaitu; *Common law*, *civil law*, *socialis law*, *islamic law* dan sistem hukum adat, tetapi sesungguhnya yang dominan dipakai di dunia internasional hanyalah dua, yaitu sistem hukum *common law* dan *civil law*. Negara negara yang menganut sistem hukum *Common Law* antara lain : Inggris, bekas jajahan Inggris seperti Malaysia dan Australia. negara Amerika dan bekas jajahannya seperti Singapura dan Filipina. Sedangkan yang menganut sistem hukum *civil law* antara lain : Jerman, Belanda, Prancis, Italia, Amerika Latin, dan Indonesia³.

Di Indonesia, sistem waralaba mulai dikenal pada tahun 1950-an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu pihak penerima waralaba (*franchisee*) tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya. Kehadiran waralaba asing semakin mengalir. Masuknya Shakey Pisa, KFC, Swensen dan Burger King merupakan generasi awal waralabadi Indonesia. Adanya lisensi waralaba yang tidak sekedar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi menandakan perkembangan selanjutnya. Sejak tahun 1995, system waralaba mulai terlihat sangat pesat. Pada tahun 1997 saja Deperindag mencatat sekitar 259 perusahaan penerima waralaba di Indonesia⁴, dan tersebar ke beberapa bidang usaha yang lain, seperti:

- a. Hotel
- b. Toko buku atau toko cinderamata
- c. Minimarket
- d. Pusat kebugaran dan perawatan tubuh
- e. Salon kecantikan dan penataan rambut
- f. Restoran / Rumah makan

³ Titon Slamet Kurnia, *Pengantar Sistem Hukum Indonesia*, Alumni, 2009, hal 45

⁴ Setiawan, *Beberapa Catatan Tentang Perjanjian Franchise*, Pradya Paramita, Jakarta, 1996, hal 29

- g. Jasa pemasaran
- h. Pendidikan

Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan yang harus dimiliki adalah memiliki kepastian hukum yang mengikat baik bagi pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchisee*), serta kejelasan arah kebijakan ekonomi. Atau dengan kata lain negara yang memiliki tingkat stabilitas dan ketepatan prediksi ekonomi yang tinggi. Karenanya, kita dapat melihat bahwa di negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, waralaba berkembang pesat, misalnya seperti di negara di Amerika Serikat dan Jepang. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Namun karena krisis moneter, banyak penerima waralaba asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang sangat anjlok. Butuh waktu 6 tahun, yaitu pada tahun 2003 sampai akhirnya franchise di Indonesia kembali mengalami perkembangan yang sangat pesat. Selanjutnya pemerintah mencabut Peraturan Pemerintah (PP) RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan diganti dengan Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 tahun 2007 tentang waralaba.

Waralaba mulai dikenal di Eropa pada sekitar tahun 1980-an, kehadirannya banyak memperoleh pengaruh dari “*franchise boom*”⁵ yang terjadi di Amerika Serikat. Pada saat itu berkembang bentuk waralaba yang banyak digunakan sebagai pola distribusi barang atau jasa di beberapa Negara. Peranan waralaba yang semakin luas, di Eropa muncul kebutuhan akan waralaba yang dapat menjamin kepastian usaha⁶. Komisi Uni Eropa (pada saat itu masih bernama masyarakat

⁵ Setelah berakhirnya Perang Dunia II terjadi *baby boom* di Amerika Serikat. *Baby boom* telah menyebabkan meningkatnya permintaan akan barang dan jasa. Sejalan dengan hal tersebut, konsep waralaba berkembang pesat di Amerika Serikat. Waralaba atau *franchising* dianggap sebagai konsep bisnis ideal untuk pengembangan suatu bisnis dari jasa hotel dan industri makanan cepat saji (*fast food*). Perekonomian Amerika Serikat yang mengalami keterpurukan selama Perang Dunia II mulai bangkit dan bergairah kembali dimana kemajua tersebut seiring serta didorong oleh berkembangnya konsep bisnis waralaba. Pada periode tersebut setelah Perang Dunia II hingga sekitar tahun 1960-an banyak perusahaan besar yang berhasil mengembangkan konsep bisnis waralaba dan menjadi *franchisor* atau penerima waralaba, antara lain : *Holiday Inns, Rora Roorer, Dunkin Donut, Mc Donalds, KFC, Wendys*, dan lain lain.

⁶ M. Udin Silalahi. " Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa " dalam jurnal

eropa) pada tahun 1978 menerbitkan suatu hasil studi yang memuat pandangan yang menyeluruh mengenai keadaan perwaralabaan di Eropa dari tahun 1971 sampai dengan tahun 1975. Hasil studi ini mengungkapkan bahwa belum terdapat satu Negara pun anggota Uni Eropa yang menggolongkan waralaba sebagai suatu sistem pemasaran. Studi tersebut cukup menyeluruh memandang waralaba dari segenap aspek baik dari aspek ekonomi, juga aspek hukum. Saat itu belum terdapat definisi khusus mengenai waralaba yang membedakan dengan bentuk kerjasama lainnya.

Waralaba merupakan salah satu metode pengembangan usaha secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Hal ini berarti bahwa seorang pemberi waralaba (*franchisor*) harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara di mana waralaba akan diberikan atau dikembangkan, agar nantinya penerima waralaba (*franchisee*) tidak beralih wujud dari mitra usaha menjadi kompetitor. Pada sisi lain, seorang atau suatu pihak penerima waralaba (*franchisee*) yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha pemberi waralaba (*franchisor*) menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan merupakan suatu produk yang disukai oleh masyarakat, serta akan dapat memberikan suatu manfaat (finansial) baginya. Ini berarti waralaba sesungguhnya juga hanya memiliki satu aspek yang diharapkan baik oleh pengusaha pemberi waralaba maupun mitra usaha penerima waralaba, yaitu masalah kepastian dan perlindungan hukum⁷.

Franchise atau waralaba sebagai salah satu strategi bisnis sebagai salah satu metode pemasaran merupakan salah satu alternatif yang menarik bagi perusahaan sebagai upaya bertahan hidup secara berkelanjutan pada masa krisis ekonomi. Karena melalui sistem ini perusahaan mempunyai peluang untuk berhasil mengembangkan usahanya dengan resiko gagal sekecil mungkin⁸. Dimana calon

hukum Bisnis, Volume 6, Tahun 1999, hlm. 59.

⁷ Gunawan Widjaja, *Op Cit*, hal. 5.

⁸ Tanan, Antonius, , *Bisnis Cara Duplikasi : Meraih Peluang Bisnis dengan Resiko Gagal Minimal*,(Jakarta:Gramedia Pustaka Utama, 2000)

pengusaha yang ingin memiliki bisnis mereka sendiri tetapi bukan sepenuhnya milik mereka sendiri.

Perjanjian dalam waralaba menghendaki adanya semacam perjanjian tertutup dalam klausulanya, ketika pihak penerima waralaba dan pemberi waralaba tidak memberikan ruang kepada pesaing lain untuk masuk dalam kegiatan usaha mereka. Perjanjian tertutup diatur dalam Pasal 15 Undang-undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang Anti Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat :

- 1) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pelaku usaha lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang atau jasa hanya akan memasok kembali barang dan atau jasa tersebut kepada pihak tertentu dan atau pada tempat tertentu
- 2) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian dengan pihak lain yang memuat persyaratan bahwa pihak yang menerima barang dan atau jasa tertentu harus bersedia membeli barang atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok
- 3) Pelaku usaha dilarang membuat perjanjian mengenai harga atau potongan harga tertentu atas barang dan atau jasa, yang memuat persyaratan bahwa pelaku usaha yang menerima barang dan atau jasa dari pelaku usaha pemasok:
 - a. Harus bersedia membeli barang dan atau jasa lain dari pelaku usaha pemasok; atau
 - b. Tidak akan membeli barang dan atau jasa yang sama atau sejenis dari pelaku usaha lain yang menjadi pesaing dari pelaku usaha pemasok

Alasan pembenaran dari pengecualian pada perjanjian waralaba adalah untuk pengontrolan kualitas mutu dari merek waralaba yang dimiliki oleh Pemberi Waralaba.

Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini. Waralaba tak ubahnya pola bisnis maupun pola pemasaran yang melibatkan kerja sama dua belah pihak. Hubungan dua belah pihak tersebut dibangun atas dasar perjanjian. Dalam waralaba, perjanjian kerja sama antara dua belah pihak ini disebut dengan perjanjian waralaba (*franchise agreement*). Perjanjian franchise merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemberi waralaba atau yang sering disebut *franchisor* dan penerima waralaba atau yang sering disebut *franchisee*⁹. Pada dasarnya perjanjian ini disesuaikan dengan kebutuhan antara kedua belah pihak dan tentunya harus menguntungkan bagi kedua belah pihak.

⁹ Juajir, Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, (Bandung: PT.

Citra Aditya Bakti, 1995), hal 9

Hukum pada dasarnya adalah untuk perlindungan kepentingan manusia. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian harus ada keseimbangan antara para pihak supaya tidak terjadi konflik kepentingan. Namun dalam realitasnya tidak selalu demikian. Selalu terdapat kemungkinan salah satu pihak mempunyai posisi yang lebih kuat baik dari sisi ekonomis maupun dari penguasaan teknologi atau suatu penemuan yang spesifik. Dalam kondisi ini salah satu pihak lebih mempunyai peluang untuk lebih diuntungkan dalam suatu perjanjian. Seringkali pihak penyusun menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan apalagi perjanjian tersebut disajikan dalam bentuk perjanjian standard, karena ketentuan-ketentuan dalam perjanjian dapat dipakai untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian pada pihaknya. Dalam hal demikian salah satu pihak hanya punya pilihan untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut¹⁰.

Pada dasarnya setiap perjanjian, termasuk perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya, dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak¹¹. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/KEP/1997 Pasal 8 yang mengatur waralaba disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba ditentukan berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan kompleks dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan.

Salah satu sektor industri yang berkembang pesat di Indonesia saat ini adalah pada sektor industri hiburan. Berbagai tempat-tempat hiburan di daerah

¹⁰ Siti Malikhatun Badriyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku* (Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro) Vol. XXX NO. 1 Januari – Maret 2001, hal. 42

¹¹ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hal 26

perkotaan terus bertambah, mulai dari tempat hiburan yang hanya dinikmati oleh golongan- golongan tertentu, hingga tempat hiburan yang dapat dinikmati semua golongan. Setiap tempat hiburan memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki penikmatnya masing-masing. Kemajuan teknologi merupakan salah satu faktor pendukung berkembangnya tempat-tempat hiburan di daerah perkotaan dan salah satu tempat hiburan yang sangat dipengaruhi oleh kemajuan teknologi adalah tempat karaoke.

Memang sampai saat ini tidak ada data yang benar-benar valid kapan dan di mana karaoke pertama kali didirikan di Indonesia. Karaoke pada awalnya dianggap sebagai hiburan yang mahal dan dipandang sebagai hiburan malam yang berkonotasi negatif oleh sebagian masyarakat Indonesia. Seiring dengan berjalannya waktu, pandangan negatif ini semakin lama semakin menipis, bahkan telah hilang sama sekali pada masa sekarang. Menjamurnya karaoke-karaoke yang mengklasifikasikan dirinya sebagai karaoke keluarga di kota-kota besar, bahkan sudah pula masuk ke kota-kota kabupaten. Ini merupakan sebuah bukti yang jelas bahwa karaoke sudah dianggap sebagai sebuah bentuk hiburan yang dibutuhkan dan diinginkan oleh masyarakat Indonesia .

Konsep Karaoke Keluarga untuk pertama kalinya diperkenalkan di Indonesia oleh Santoso dengan didirikannya Happy Puppy Self-Service Family Karaoke Box pada tanggal 14 Nopember 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. 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, Banjarmasin dan kota-kota lainnya di Indonesia¹².

Kerja sama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik pemberi maupun penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain. Dalam merealisasikan hal tersebut penyusunan dan pembuatan perjanjian waralaba secara seimbang antara para pihak sebagai dasar pelaksanaan kerja sama menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut. Oleh sebab itu penulis tertarik untuk mengkaji tentang **“TINJAUAN YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA ANTARA PIHAK PT IMPERIUM HAPPY PUPPY DAN PIHAK X”**

A. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut diatas dapat dirumuskan permasalahan yang merupakan fokus pengkajian, yaitu :

1. Bagaimana penerapan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba dalam perjanjian waralaba antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X?
2. Bagaimanakah bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X?

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

¹² Profile perusahaan Happy Puppy Karaoke Keluarga, <http://www.happy-puppy.co.id/profil/index.php> , diunduh 23 Juni 2011

1. Untuk mengetahui penerapan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba dalam perjanjian antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X
2. Untuk mengetahui bentuk perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

1.3 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna baik dari segi teoritis maupun praktis:

1. Secara teoritis : diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan kajian terhadap perkembangan hukum khususnya yang berkaitan dengan perkembangan usaha waralaba atau *franchise*. Selain itu diharapkan akan dapat memberikan sumbangan pemikiran yuridis terhadap perkembangan hukum agar nantinya lebih dapat mengikuti atau bahkan mengimbangi perkembangan teknologi informasi yang semakin cepat. Dan selain itu juga diharapkan agar dapat memberikan pemahaman dan wawasan ilmiah baik secara khusus maupun secara umum berkenaan dengan masalah tanggung jawab para pihak atas permasalahan yang terjadi dalam pelaksanaan usaha waralaba atau *franchise*.
2. Secara praktis : dapat memberikan manfaat bagi dunia usaha di dalam pengembangannya di kemudian hari dan juga bagi masyarakat dapat menjadi salah satu bahan masukan yang berguna di dalam memasuki dunia usaha khususnya dalam bidang waralaba atau *franchise*.

1.4 Kerangka Teori

Lawrence M. Friedman dalam *legal system* mendeskripsikan tentang keberlakuan hukum atau efektivitas hukum, di mana ia menegaskan bahwa keberlakuan kaidah hukum dipengaruhi oleh 3 (tiga) elemen dasar yaitu *structure*, *substance* dan *culture*. Struktur itu sendiri menurut Friedman adalah “.....the

structure of a system is its skeletal framework; it is permanent shape, the institutional body of system, the tough, rigid bones that keep the process flowing within bounds. We describe the structure of a justice system when we talk about the number of judges, the jurisdiction of courts.....”.¹³

Dari penjelasan Friedman ini dapat dipahami bahwa struktur dalam suatu sistem hukum berkaitan dengan sistem sebagai kerangka dalam bentuk yang kuat, adanya pengaturan yang rinci dalam mengikuti proses dalam batas yang jelas. Struktur sebagai suatu sistem berkaitan dengan lembaga penegakan hukum itu sendiri, seperti hakim, yurisdiksi pengadilan dan lain sebagainya. Dengan kata lain, struktur dalam hukum sebagai suatu sistem lebih menekankan pada aspek kelembagaan yang terlibat dari suatu proses penegakan hukum itu sendiri. Oleh karena itu lembaga ini akan sangat strategis sekali dalam “mewarnai” implementasi suatu ketentuan peraturan perundang-undangan.

Sedangkan substansi hukum dalam suatu sistem hukum menurut Friedman adalah “.....*is composed of substantive rules and rules about how institutions should behave....*”.¹⁴ Dari pernyataan Friedman ini terlihat bahwa pada prinsipnya substansi hukum itu sendiri adalah berkaitan dengan aturan-aturan hukum yang sesungguhnya dan aturan tentang bagaimana institusi harus bertindak. Dari makna substansi tersebut jelaslah bahwa substansi suatu aturan itu harus jelas dan mempunyai *value* sebagaimana dinyatakan oleh Bruggink. Jika suatu substansi hukum sudah memiliki nilai, pada saat itu pulalah nilai itu dapat dievaluasi tentang keberlakuan atau efektivitasnya. Jadi suatu ketentuan peraturan perundang-undangan dianggap mempunyai nilai, pada saat substansinya mewujudkan nilai-nilai yang dalam masyarakat itu sendiri.

Begitu pula dengan budaya hukum (*legal culture*), di mana Friedman menegaskan bahwa “.....*legal culture refers, then, to those parts of general culture*

¹³ Lawrence M. Friedman, *The Legal System, A Social Science Perspective*, (New York: Russell Sage Foundation, 1975), hal. 14.

¹⁴ *Ibid* .

– *customs, opinions, ways of doing and thinking*”.¹⁵ Jadi budaya hukum ini sendiri merupakan bagian dari budaya dalam arti umum yang meliputi kebiasaan, opini, cara melakukan dan berpikir tentang sesuatu hal dan lain sebagainya. Dengan demikian, budaya hukum ini akan mendeskripsikan nilai-nilai yang ada dalam masyarakat itu sendiri, sehingga keberlakuan atau efektivitas hukum amat tergantung pada budaya hukum dari masyarakat atau komunitas tersebut. Melalui budaya hukum ini pulalah, bisa dilihat tingkat kepatuhan dan ketaatan masyarakat atau komunitas tertentu menaati ketentuan peraturan perundang-undangan yang tercermin dari sikap dan perilaku mereka sendiri. Dari ketiga elemen dasar dari sistem hukum yang dikemukakan oleh Friedman, akan mampu melihat sejauh mana keberlakuan atau efektivitas dari suatu produk hukum masyarakat.

Dalam penelitian ini, akan dilihat bagaimana hukum mengatur kedua belah pihak dalam bentuk perjanjian waralaba dan juga melihat sejauh mana hukum dapat dipatuhi oleh pihak yang terikat dalam perjanjian tersebut. Dalam penelitian ini akan memaparkan hak dan kewajiban dari kedua belah pihak, dan juga bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam waralaba. Apakah kedua hal tersebut telah memenuhi syarat dan ketentuan sebagaimana telah ditetapkan oleh Undang-undang.

1.5 Kerangka Konseptual

Untuk menghindari perbedaan penafsiran mengenai istilah-istilah yang dipakai dalam pengkajian ini, maka uraian berikut yang akan menerangkan definisi operasional dari istilah-istilah berikut

1. Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat

¹⁵ *Ibid.*, hal. 15.

dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba¹⁶.

2. Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba¹⁷.
3. Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba¹⁸.
4. Perjanjian adalah adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih¹⁹

1.6 Metode Penelitian

1. Tipe Penelitian

Untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan dalam penulisan ini, digunakan metode penelitian hukum normatif. yaitu metode penelitian yang mengacu kepada norma-norma hukum untuk memahami penerapan norma-norma hukum terhadap fakta-fakta yang tersaji yang dalam hal ini keberadaanya untuk mengubah keadaan dan menawarkan penyelesaian yang berpotensi untuk menyelesaikan setiap masalah kemasyarakatan yang konkret.²⁰

¹⁶ Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Pasal 1 ayat (1)

¹⁷ *Ibid*, Pasal 1 ayat (2)

¹⁸ *Ibid*, Pasal 1 ayat (3)

¹⁹ Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Pasal 1313

²⁰ Johnny Ibrahim, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, (Malang; Bayumedia Publishing, 2006), hal 162

2. Pendekatan Masalah

Dalam penelitian ini pendekatan masalah yang digunakan adalah pendekatan adalah pendekatan perundang-undangan (*statue approach*) dilakukan dengan menelaah semua undang-undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang ditangani.

3. Bahan Hukum

- a. Bahan hukum primer yaitu bahan hukum yang mengikat bagi setiap individu atau masyarakat, antara lain berupa Undang-undang, Peraturan Perundang-undangan, Keputusan Menteri dan Putusan Pengadilan yang terkait dengan penulisan ini.
- b. Bahan hukum sekunder yaitu bahan yang memberikan penjelasan tentang bahan hukum primer antara lain : buku-buku, hasil penelitian, hasil seminar dan risalah sidang.
- c. Bahan hukum tersier yang memberikan informasi lebih lanjut mengenai bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang berupa :
 - i. Kamus besar bahasa Indonesia.
 - ii. Ensiklopedia Indonesia.
 - iii. Black's Law Dictionary

4. Pengolahan dan Analisa Bahan Hukum

Penelitian ini bersifat analitis karena hasil dari penelitian ini disajikan dalam bentuk laporan yang bersifat deskriptif analisis. Deskriptif maksudnya adalah dengan penelitian ini diperoleh suatu gambaran yang bersifat menyeluruh dan sistematis mengenai asas-asas hukum, kaedah-kaedah hukum, doktrin dan peraturan perundang-undangan. Bersifat analitis ini karena hasil dari penelitian ini akan dilakukan analisis terhadap berbagai aspek hukum untuk menjawab permasalahan penelitian. Analisa bahan hukum yang dilakukan adalah dengan analisa kuantitatif yaitu dengan cara menafsirkan gejala yang terjadi. Analisa bahan hukum dilakukan dengan cara mengumpulkan semua bahan hukum yang diperlukan, yang bukan

berupa angka-angka dan kemudian menghubungkannya dengan permasalahan yang diteliti.

1.7 Sistematika Penulisan

Secara sistematika penulisan dalam tesis ini terbagi dalam 5 (lima) bab, yang masing-masing bab terdiri dari sub bab. Adapun susunan kelima bab tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang masalah, pokok permasalahan, maksud dan tujuan penelitian, kerangka konseptual, metodologi penelitian serta sistematika penulisan

BAB II : WARALABA DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai ruang lingkup perjanjian yang mencakup pengertian perjanjian, syarat sah perjanjian, asas hukum perjanjian hapusnya perikatan dan wanprestasi. Selain itu akan dijelaskan mengenai ruang lingkup waralaba, mulai dari pengertian waralaba, sejarah dan perkembangan waralaba hingga jenis-jenis waralaba. Dan juga akan dijelaskan mengenai waralaba dari segi perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

BAB III : PENGATURAN WARALABA DI INDONESIA

Dalam bab ini akan dijelaskan mengenai pengaturan waralaba di Indonesia, mulai dari Sebelum Berlakunya PP No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, saat berlakunya Peraturan Pemerintah No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, kemudian saat digantinya Peraturan Pemerintah itu dengan PP No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan waralaba berdasarkan Permendag No 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

BAB IV : ANALISA PERJANJIAN WARALABA ANTARA PT IMPERIUM HAPPY PUPPY DENGAN PIHAK X

Dalam bab ini akan dibahas mengenai penerapan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba dalam perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X, dan bentuk perlindungan hukum yang Diatur dalam perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini penulis akan memberikan kesimpulan dan saran terhadap apa yang telah dibahas dalam bab-bab sebelumnya

BAB II

WARALABA DITINJAU DARI HUKUM PERJANJIAN

3.1 Ruang Lingkup Perjanjian

2.1.1 Pengertian Perjanjian

Suatu perjanjian dapat menimbulkan perikatan antara 2 (dua) orang yang membuatnya, yang mana bentuk perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Definisi mengenai perjanjian (*overeenkomst*) dalam Pasal 1313 KUH Perdata menyebutkan bahwa: “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang/lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain/lebih”.

Perumusan tersebut banyak mengundang kritik para sarjana, karena dianggap banyak mengandung kelemahan-kelemahan. Kelemahan-kelemahan yang terkandung dari pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUH Perdata menurut Abdul Kadir Muhammad antara lain adalah²¹:

a. Hanya menyangkut pihak saja.

Hal ini dapat di lihat dari persoalan satu orang/lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang/lebih lainnya. Kata kerja mengikatkan sifatnya hanya datang dari satu pihak saja, tidak dari kedua-belah pihak sehingga tidak terdapat hak dan kewajiban dari masing-masing pihak secara timbal balik.

b. Kata perbuatan mencakup tanpa konsesus.

Dalam pengertian perbuatan termasuk juga tindakan melaksanakan tugas tanpa kuasa (*zaakwaarneming*) dan tindakan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*) yang tidak mengandung suatu konsesus, seharusnya dipakai kata persetujuan serta kata perbuatan hukum sehingga para pihak betul-betul menghendakinya. Kata perbuatan disini dapat pula berarti suatu perbuatan materi yaitu perbuatan manusia biasa yang tidak mempunyai suatu akibat hukum.

²¹ Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, (Bandung: PT. Alumni, 1982), hlm. 78

c. Pengertian perjanjian terlalu luas.

Pengertian perjanjian di dalam pasal tersebut terlalu luas karena, mencakup janji kawin, janji yang diatur dalam lapangan hukum keluarga. Sebenarnya yang dimaksud dalam pasal ini adalah hubungan debitur dan kreditur di dalam lapangan hukum harta kekayaan saja. Perjanjian yang dikehendaki dalam Buku III KUH Perdata sebenarnya adalah perjanjian yang bersifat kebendaan bukan yang bersifat personal.

d. Tidak menyebutkan tujuan.

Di dalam perumusan masalah Pasal 1313 KUH Perdata tidak disebutkan tujuan mengadakan perjanjian sehingga pihak yang mengikatkan diri itu tidak jelas untuk apa.

Untuk menyikapi kelemahan-kelemahan yang terdapat dalam Pasal 1313 KUH Perdata yang tersebut di atas, maka muncullah beberapa pendapat para sarjana mengenai pengertian perjanjian menurut versi mereka masing-masing, dengan tetap berpedoman pada Pasal 1313 KUH Perdata. Definisi tentang perjanjian menurut para sarjana adalah sebagai berikut :

- 1) J. Satrio mengemukakan bahwa, perjanjian adalah sekelompok atau sekumpulan perikatan-perikatan yang mengikat para pihak dalam perjanjian yang bersangkutan²².
- 2) R. Subekti memberikan definisi bahwa, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji pada seseorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal²³.
- 3) Menurut Abdul Kadir Muhammad, perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan²⁴.

²² J. Satrio, *Hukum Perjanjian*, (Bandung:PT. Citra Adytia Bakti, 1991) hlm. 4

²³ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, (Jakarta: PT. Intermedia, 1998), hlm. 1

²⁴ Abdul Kadir Muhammad, *Op Cit*, hlm. 77

4) Wirjono Prodjodikoro memberikan kesimpulan bahwa; Perjanjian adalah suatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dimana suatu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan perjanjian itu²⁵.

5) Menurut Salim H.S

Perjanjian/kontrak merupakan hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum yang lain dalam bidang harta kekayaan, dimana subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga dengan subjek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakati²⁶.

Dari rumusan perjanjian di atas, dapat dikatakan bahwa perjanjian itu adalah suatu perbuatan hukum yang lahir karena adanya kesepakatan kedua belah pihak. Dimana lazimnya suatu perjanjian itu bersifat timbal balik, maksudnya apa yang menjadi hak bagi salah satu pihak, merupakan kewajiban bagi pihak lain atau sebaliknya kewajiban bagi pihak yang satu, menjadi hak bagi pihak yang lainnya.

2.1.2 Syarat-Syarat Sah Perjanjian

Waralaba merupakan suatu perikatan / perjanjian antara dua pihak. Sebagai perjanjian dapat dipastikan terikat pada ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tentang perjanjian sesuai dengan pasal 131, sahnya perjanjian (pasal 1320) dan kebebasan berkontrak (pasal 1338).

Selanjutnya untuk sahnya suatu perjanjian menurut pasal 1320 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata diperlukan empat syarat yaitu²⁷ :

²⁵ Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, (Bandung:PT. Bale, 1981), hlm. 9

²⁶ Salim H.S, 2005, *Hukum Kontrak (teori dan teknik penyusunan Kontrak)*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm. 27

²⁷ Ibid, hal 69

a. Kesepakatan (*toesteming* / izin) kedua belah pihak

Kesepakatan ini diatur dalam pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang dimaksud kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Yang sesuai adalah pernyataannya, karena kehendak itu tidak dapat dilihat / diketahui orang lain.

b. Kecakapan Bertindak

Kecakapan bertindak adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan mempunyai wewenang untuk melakukan perbuatan hukum, sebagaimana yang ditentukan oleh undang-undang. *Bekwaam* (cakap) merupakan syarat umum untuk dapat melakukan perbuatan hukum secara sah, yaitu harus sudah dewasa, sehat akal pikiran, dan tidak dilarang oleh sesuatu peraturan perundang-undangan untuk melakukan suatu perbuatan tertentu

c. Mengenai suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu adalah barang yang menjadi obyek dalam kontrak. Menurut pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, barang yang menjadi obyek suatu perjanjian harus tertentu, setidaknya harus ditentukan jenisnya. Demikian juga jumlahnya perlu ditentukan asal dapat ditentukan dan diperhitungkan

d. Suatu sebab yang halal (*Geoorloofde oorzaak*)

Halal merupakan syarat keempat sebagai sahnya suatu kontrak. Pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menegaskan “jika kontrak tanpa sebab, atau kontrak karena sebab palsu atau terlarang maka tidak mempunyai kekuatan”

Dua syarat yang pertama, dinamakan syarat-syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat yang terakhir dinamakan syarat-syarat obyektif

karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan itu²⁸

Apabila syarat pertama dan kedua tidak terpenuhi maka perjanjian itu dapat dibatalkan. Artinya, bahwa salah satu pihak dapat mengajukan kepada pengadilan untuk membatalkan perjanjian yang disepakatinya. Tetapi apabila para pihak tidak ada yang keberatan maka perjanjian itu tetap dianggap sah. Syarat ketiga dan keempat tidak terpenuhi maka perjanjian itu batal demi hukum. Artinya bahwa dari semula perjanjian itu dianggap tidak ada²⁹.

Ada beberapa syarat untuk perjanjian yang berlaku umum tetapi diatur di luar pasal 1320 KUH Perdata, yaitu sebagai berikut :

- a. Perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik
- b. Perjanjian tidak boleh bertentangan dengan kebiasaan yang berlaku
- c. Perjanjian harus dilakukan berdasarkan asas kepatutan
- d. Perjanjian tidak boleh melanggar kepentingan umum

Apabila kontrak dilakukan dengan melanggar salah satu dari empat prinsip tersebut, maka konsekuensi yuridisnya adalah bahwa kontrak yang demikian tidak sah dan batal demi hukum (*null and void*).

Adapun pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berbunyi

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

Walaupun dalam suatu perjanjian mengatur sistem terbuka / bebas (*open system*) namun tetap dibatasi oleh beberapa hal, misalnya :

- a. Dibatasi undang-undang, adalah dilarang membuat perjanjian tanpa harga, perjanjian penetapan di bawah harga dan lain-lain karena menyangkut persaingan ekonomi yang tidak sehat.
- b. Dibatasi untuk ketertiban umum, misalnya perjanjian pemboikotan

²⁸ Subekti, *Op Cit*, hlm. 17

²⁹ Salim HS, *op. cit*, hlm. 34 - 35

terhadap produk, perjanjian tertutup,

- c. Bertentangan dengan kesusilaan, misalnya perjanjian tentang perdagangan wanita, perjanjian tentang bentuk pertaruhan dan lain-lain.

2.1.3 Asas-Asas Hukum Perjanjian

Yang dimaksud dengan asas-asas hukum perjanjian adalah prinsip yang harus di pegang bagi para pihak yang mengikatkan diri ke dalam hubungan hukum perjanjian. Menurut Hukum Perdata, sebagai dasar hukum utama dalam melakukan suatu perjanjian, dikenal 5 asas penting sebagai berikut³⁰:

- a. Asas Kebebasan Berkontrak (*Freedom of contract*)

Sistem pengaturan hukum kontrak adalah sistem terbuka (*open system*) artinya bahwa setiap orang bebas untuk mengadakan perjanjian baik yang sudah diatur maupun yang belum diatur di dalam undang-undang.

- b. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam pasal itu ditentukan bahwa salah satu syarat sahnya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak. Asas konsensualisme merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan merupakan persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua belah pihak.

- c. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas *pacta sunt servanda* atau disebut juga dengan asas kepastian hukum. Asas ini berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* merupakan asas bahwa hakim atau pihak ketiga harus

³⁰ Salim HS, *ibid*, hlm. 9 - 12

menghormati substansi perjanjian yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak. Asas *pacta sunt servanda* dapat disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang bunyinya : “Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang”

d. Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*)

Asas itikad baik dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yang berbunyi “Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Asas itikad merupakan asas bahwa para pihak, yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi perjanjian berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari para pihak.

e. Asas Kepribadian (*Personalitas*)

Asas kepribadian merupakan asas yang menentukan bahwa seseorang yang akan melakukan dan atau membuat kontrak hanya untuk kepentingan perseorangan saja. Hal ini dapat dilihat dalam pasal 1315 dan pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Pasal 1315 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berbunyi “ Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri.”

2.1.4 Berakhirnya Perjanjian

Berakhirnya perjanjian menurut pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata:

- a. Karena pembayaran, yaitu setiap pemenuhan perjanjian secara sukarela dan dengan itikad baik
- b. Karena penawaran pembayaran tunai, diikuti dengan penyimpanan atau penitipan (konsinyasi)
- c. Karena pembaharuan utang (novasi), berdasarkan pasal 1413 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

- d. Karena perjumpaan utang (kompensasi), yang merupakan suatu cara penghapusan utang dengan jalan memperjumpakannya atau memperhitungkan utang piutang secara timbal balik antara kreditur dengan debitur
- e. Karena pencampuran utang, yaitu apabila kedudukan sebagai berpiutang (kreditur) dan orang berutang (debitur) berkumpul pada satu orang, maka terjadilah demi hukum suatu pencampuran utang dengan mana utang-piutang itu dihapuskan
- f. Karena pembebasan utangnya, yaitu perikatan yang hapus karena si kreditur dengan tegas menyatakan tidak menghendaki lagi prestasi dari si berutang dan melepaskan haknya atas pembayaran atau pemenuhan perjanjian
- g. Karena batal atau pembatalan berdasarkan pasal 1446 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
- h. Karena musnahnya barang yang terutang, yaitu obyek perjanjian tidak dapat lagi diperdagangkan, musnah, atau hilang sama sekali tidak diketahui apakah barang itu masih ada
- i. Karena berlakunya syarat batal, yaitu perikatan dilahirkan yang justru akan berakhir atau dibatalkan apabila peristiwa yang dimaksud itu terjadi
- j. Karena lewatnya waktu (daluwarsa), berdasarkan Pasal 1946 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Sedangkan dalam prakteknya, suatu perjanjian dapat hapus karena :

- a. Jangka waktu berakhir
- b. Dilaksanakan obyek perjanjian
- c. Kesepakatan kedua belah pihak
- d. Pemutusan secara sepihak
- e. Adanya putusan pengadilan

2.1.5 Wanprestasi

Wanprestasi adalah apabila si berutang (debitur) tidak melakukan apa yang dijanjikannya, alpa atau lalai atau ingkar janji atau juga melanggar perjanjian, bila melakukan atau berbuat sesuatu yang tidak boleh dilakukannya maka dikatakan melakukan wanprestasi³¹. Seorang debitur baru dikatakan wanprestasi apabila telah diberikan somasi oleh kreditur atau juru sita. Somasi itu minimal telah dilakukan sebanyak tiga kali oleh kreditur atau juru sita. Apabila somasi itu tidak diindahkannya, maka kreditur berhak membawa persoalan ke pengadilan. Dan pengadilanlah yang akan memutuskan, apakah debitur wanprestasi atau tidak.

Wanprestasi oleh salah satu pihak berakibat hukum berat dengan ancaman sebagai berikut³²:

- a. Debitur diharuskan membayar kerugian yang diderita oleh kreditur sebagaimana disebutkan dalam pasal 1243 BW, yang berbunyi *“Penggantian biaya, rugi dan bunga karena tak dipenuhinya suatu perikatan (wanprestasi) barulah mulai diwajibkan, apabila si berhutang, setelah dinyatakan lalai memenuhi perikatannya tetap melalaikannya, atau jika sesuatu yang harus diberikan atau dibuatnya, hanya dapat diberikan atau dibuat dalam tenggang waktu yang telah dilampaukan”*;
- b. Dalam perjanjian timbal balik (bilateral), wanprestasi dari satu pihak memberikan hak kepada pihak lainnya untuk membatalkan atau memutuskan perjanjian lewat hakim. Pasal 1266 BW, menyatakan, *“Syarat batal dianggap selalu dicantumkan dalam persetujuan-persetujuan yang bertimbal balik, manakala salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya”*;
- c. Resiko beralih kepada debitur sejak wanprestasi terjadi, yakni bagi perjanjian yang memberikan sesuatu. Pasal 1237 ayat (2) Kitab

³¹ Subekti, *op. cit*, hlm. 45

³² *Ibid*

Undang-Undang Hukum Perdata, menegaskan “Jika si berhutang lalai akan menyerahkannya, maka semenjak saat kelalaiannya, kebendaan adalah atas tanggungannya;

- d. Membayar biaya perkara apabila diperkarakan. Debitur yang wanprestasi tentu akan dikalahkan dalam perkara. Dan ini berlaku untuk semua perjanjian;
- e. Memenuhi perjanjian jika masih dapat dilakukan, atau pembatalan perjanjian disertai dengan pembayaran ganti rugi sesuai dengan pasal 1267 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ini berlaku bagi semua jenis perjanjian.

3.2 Ruang Lingkup Waralaba

2.2.3.1 Pengertian Waralaba

Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh lembaga pendidikan dan pengembangan manajemen (LPPM). Waralaba berasal dari kata wara artinya lebih atau istimewa dan laba artinya untung, sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa³³.

Rooseno Harjowidigdo sendiri memberikan rumusan tentang waralaba, sebagai berikut:

Franchise adalah suatu sistem usaha dalam bidang perdagangan atau jasa, mempunyai ciri khas bisnis tersendiri, baik mengenai jenis dan bentuk produk yang diusahakan, identitas perusahaan (merek dagang, logo, desain bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan oprasional³⁴

Menurut Hadi Setia Tunggal, waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan pewaralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada

³³ Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba* (Jakarta : Ghalia Indonesia,2008), hal 7

³⁴ Rooseno Harjowidigdo, dalam Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, (Bandung; Citra Aditya Bakti, 2002)

pihak independen terwaralaba (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan franchisor.³⁵

Menurut Amir Karamoy, waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal, serta sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap, yang disebut *franchisor*, dengan perusahaan / individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik franchisor disebut *franchisee*.

Menurut *British Franchise Association* :

“A contractual license granted by one person (the franchisor) to another (the franchisee) which :

- 1. permits or requires the franchisee to carry on, during the period of the franchise, a particular business under or using a specific name belonging to or associated with the franchisor; and*
- 2. entitles the the franchisor to exercise continuing control during the period of the franchise over the manner in which the franchisee carries on the business which is the subject of the franchise; and*
- 3. obliges the franchisor to provide the franchisee with assitance in carrying on the business which is the subject of the franchise (in relation to the organization of the franchisee's business, the training of staff, merchandising, management or otherwise); and*
- 4. requires the franchisee periodically, during the period of franchise, to pay the franchisor sums of money in consideration for the franchise, or for goods or services provided by the franchisor to the franchisee; and*
- 5. which is not transaction between a holding company and its subsidiary (as defined in section 736 of the Companies Act 1985) or between subsidiaries of the same holding company, or between an individual and a company controlled by him”.*

Henry Campbell Dalam bukunya Black’s Law Dictionary, *franchise* atau waralaba diartikan sebagai :

“A special privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or services. In its simple terms, a franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a franchise has evolved into an elaborate agreement under which the franchise undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the

³⁵ Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Perwaralabaan* (Jakarta: Harvindo, 2006) hal 1

*franchisor, and the franchisor undertakes to assist the franchisee thorough advertising, promotion and other advisory services.*³⁶”

Dalam Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, didefinisikan waralaba sebagai :

Pasal 1 Ayat (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.”

Dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Waralaba dijelaskan pengertian waralaba, yaitu :

Pasal 1 Ayat (1)

“Waralaba (Franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.”

Meskipun terdapat perbedaan dalam merumuskan definisi waralaba, tetapi pada umumnya, seperti dikemukakan oleh Jetro K Libermann dan George J. Siedel, waralaba memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

a. Waralaba merupakan perjanjian timbal balik antara franchisor dan

³⁶ Gunawan, Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002) hal 7

franchisee.

- b. Franchisee berkewajiban membayar fee kepada franchisor.
- c. Franchisee diizinkan menjual dan mendistribusikan barang atau jasa franchisor menurut cara yang telah ditentukan franchisor atau mengikuti metode bisnis yang dimiliki franchisor.
- d. Franchisee menggunakan merek nama perusahaan atau juga simbol-simbol komersial franchisor.

2.2.3.2 Jenis Waralaba

Jika dilihat dari sejarahnya, *franchise* dari awal berkembangnya mengalami banyak perkembangan dan perubahan. Pada awal berkembangnya *franchise* hanya merupakan suatu cara yang digunakan seorang pengusaha untuk melakukan distribusi hingga berkembang sampai pada *franchise* sebagai format bisnis.

Secara spesifik ada dua bentuk *franchise* atau waralaba yang berkembang di Indonesia³⁷

1. Waralaba (*Franchise*) Format Bisnis

Pada waralaba format bisnis ini barang atau jasa ditawarkan, dijual atau didistribusikan oleh penerima waralaba (*franchisee*) di bawah suatu sistem yang dirancang oleh pemberi waralaba (*franchisor*). Dengan kata lain pada umumnya pemberi waralaba bukanlah pembuat suatu produk walaupun mungkin ia pembuat beberapa komponen atau hal yang digunakan dalam bisnis³⁸. Dalam bentuk ini seorang pemegang *franchise* memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi yang spesifik dengan menggunakan standar operasional dan pemasaran. Dalam bentuk ini terdapat tiga jenis format bisnis waralaba, yaitu³⁹ :

³⁷ Douglas, J Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, (Cetakan Pertama), (Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 1993), hal 6

³⁸ Seri Bisnis Baron, *Membeli dan Menjual Bisnis Franchise*, hal. 217-218.

³⁹ Juajir, Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, (Bandung: PT.

a. Franchise Pekerjaan

Dalam bentuk ini penerima waralaba (*franchisee*) yang menjalankan usaha waralaba pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya, ia mungkin menjual jasa penyetelan mesin mobil dengan merek waralaba tertentu. Bentuk waralaba seperti ini cenderung paling murah, umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan.

b. Franchise Usaha

Pada saat ini franchise usaha adalah bidang franchise yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran fast food. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari franchise pekerjaan karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

c. Franchise Investasi

Ciri utama yang membedakan jenis franchise ini dari franchise pekerjaan dan franchise usaha adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. Franchise investasi adalah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan mungkin mencapai milyaran. Perusahaan yang mengambil franchise investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru sehingga mengambil sistem franchise jenis ini, misalnya suatu hotel, maka dipilih cara franchising yang memungkinkan mereka memperoleh bimbingan dan dukungan.

2. Waralaba Produk dan Merk Dagang

Waralaba distribusi produk dikenal juga dengan istilah waralaba produk atau merek dagang. Bisnis waralaba ini mengidentifikasi diri dengan produk atau nama dagang pemberi waralaba (*franchisor*). Dengan kata lain, dalam

kasus atau waralaba produk biasanya, pemberi waralaba (*franchisor*) adalah pembuat produk⁴⁰. Dalam bentuk ini seorang penerima waralaba (*franchisee*) memperoleh lisensi eksklusif untuk memasarkan produk dari suatu perusahaan tunggal dalam lokasi yang spesifik.

Dalam bentuk ini, pemberi waralaba (*franchisor*) dapat juga memberikan waralaba wilayah, dimana penerima waralaba (*franchisee*) wilayah atau sub pemilik waralaba membeli hak untuk mengoperasikan atau menjual waralaba di wilayah geografis tertentu. Sub pemilik waralaba itu bertanggung jawab atas beberapa atau seluruh pemasaran waralaba, melatih dan membantu penerima waralaba (*franchisee*) baru, dan melakukan pengendalian, dukungan operasi, serta program pengajuan royalti.

2.2.3.3 Sejarah dan Perkembangan Waralaba

2.2.3.1 Waralaba di Negara Common Law

Sistem *common law* bersumber dari hukum Inggris yang berkembang dari ketentuan atau hukum yang ditetapkan oleh Hakim (*Judge*) dalam keputusan-keputusan yang telah diambilnya (*judge made law*). Umumnya di negara dengan sistem hukum *common law* terdapat ketidakpastian hukum dan untuk menghindari hal tersebut maka sejak abad ke-19 dipegang asas hukum yang bernama *the rule of precedent* yaitu keputusan-keputusan hakim yang sudah ada harus dijadikan pegangan atau keputusan hakim itu harus mengikuti keputusan hakim sebelumnya. *The rule of precedent* sering disebut juga sebagai doktrin *stare decisis* yang berarti sebagai *to stand by (previous) decisions* (berpegang/berpatokan pada putusan-putusan sebelumnya)⁴¹.

Sistem hukum *common law* ini dianut oleh negara-negara yang berbahasa Inggris beserta dengan persemakmurnannya, seperti negara Inggris, Amerika Serikat, Kanada dan Australia. Kecuali negara bagian

⁴⁰ Seri Bisnis Baron, *Op. Cit.*, hal. 217-218

⁴¹ Hardijan Rusli, "*Hukum Perjanjian Indonesia dan Common Law*," Cet. Kedua, (Jakarta: Pustaka Sinar Harapan, 1996), hal. 16.

Lousiana di Amerika Serikat dan provinsi Quebec di Kanada yang menganut sistem hukum *civil law*. Sekilas mengenai perbedaan antara *civil law* (Eropa Continental) dengan *common law* (Anglosaxon) dapat dilihat dari segi perkembangan keduanya. Perkembangan sistem *civil law* diilhami oleh para ahli hukum yang terdapat pada universitas-universitas, yang menentukan atau membuat peraturan hukum secara sistematis dan utuh. Sedangkan perkembangan sistem *common law* terletak pada putusan-putusan hakim, yang bukan hanya menerapkan hukum tetapi juga menetapkan hukum⁴².

Amerika Serikat merupakan suatu Negara dengan sistem pemerintahan berbentuk federal. Konsekuensi dari sistem pemerintahan berbentuk federal memberikan pengaruh pula pada pengaturan pranata hukum waralaba sehingga terdapat pengaturan di tingkat federal dan di tingkat Negara bagian.

1) Sejarah Perkembangan Waralaba di Negara Common Law

Kelahiran peraturan mengenai waralaba di Amerika Serikat terjadi di tahun 1956 yaitu dengan diterima dan diundangkannya *the Automobile Dealer Franchise Act*⁴³. Tujuan luhur dari lahirnya peraturan itu adalah untuk memelihara keseimbangan kekuasaan antara pembuat mobil dan dealer penerima waralaba. Untuk tujuan itu, hukum memperbolehkan dealer mengajukan tuntutan di Pengadilan Distrik Amerika Serikat guna mendapatkan ganti rugi dari para pembuat mobil yang tidak memenuhi persyaratan perjanjian waralaba, atau secara tidak adil membatalkan atau menolak memperbaharui perjanjian waralaba. Walaupun pada awalnya peraturan tersebut hanya ditujukan dalam hubungan dealer penerima waralaba dengan para pembuat mobil, pengadilan ternyata memberlakukan undang-undang itu sebagai bentuk “kodifikasi” dari janji untuk memberikan

⁴² *Ibid*

⁴³ Robert Purwin Jr, *The Franchise Fraud*, (New York; John Wiley and Sons, Inc, 1994)

perlakuan adil dan pelaksanaan itikad baik yang dapat diterapkan pada semua kontrak komersial yang berkaitan dengan pemberian waralaba. Seperti diperkenankan oleh undang-undang 1956, 49 dari 50 negara bagian menyetujui legislasi ini dengan perbaikan disana-sini untuk menutup kekurangan yang ada. Undang-undang yang berlaku di hampir seluruh negara bagian ini menangani dan mengatur setiap aspek dari hubungan antara dealer dan pembuat mobil, termasuk juga didalamnya ketentuan yang mengatur mengenai pembatalan ataupun pengakhiran lebih awal dari perjanjian waralaba. Hasilnya, para dealer mobil secara umum dapat menikmati hubungana yang cukup adil dengan para pembuat mobil yang merupakan pemberi waralaba⁴⁴.

Di tahun 1964 Puerto Rico menjadi yuridiksi Amerika Serikat pertama yang mengesahkan undang-undang yang melindungi dealer lokal tanpa memperhatikan industrinya; yang kemudian diikuti oleh beberapa negara bagian lain sebagai reaksi terhadap tindakan menanggapi penyalahgunaan waralaba yang dilakukan oleh beberapa pemberi waralaba. Di tahun 1970, California mengesahkan *the Franchise and Investment Law*, yang merupakan undang-undang pertama yang mengatur kewajiban pendaftaran dan pemberian penjelasan yang berhubungan dengan penjualan waralaba. Pada mulanya undang-undang yang berlaku di California ini hanya diberlakukan bagi waralaba yang mensyaratkan pembayaran suatu biaya waralaba, namun demikian selanjutnya dimodifikasi hingga mencakup penyulingan minyak bumi, distributor dan pengecernya⁴⁵.

Undang-undang yang berlaku di California tersebut menyatakan tidak sah setiap orang yang menawarkan atau menjual waralaba, dengan nama apapun di negara bagian California kecuali jika waralaba

⁴⁴ Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, (Jakarta; Rajawali Pers, 2001) hal 14-16

⁴⁵ *Ibid*

tersebut terdaftar pada *Commissioner of Corporations* negara bagian California atau kegiatan waralaba tersebut secara tegas dibebaskan dari kewajiban atau persyaratan untuk melakukan pendaftaran. Selain itu ditentukan juga bahwa kegiatan menjual waralaba yang seharusnya didaftarkan dengan, dengan nama apapun di negara bagian California adalah suatu hal yang melanggar hukum, jika salinan prospektus dan perjanjian yang diusulkan sehubungan dengan penjualan waralaba kepada calon penerima waralaba paling sedikit sepuluh hari kerja sebelum pelaksanaan perjanjian atau pembayaran yang dilakukan oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba dilakukan. Karena itu California adalah negara bagian pertama yang mengharuskan pendaftaran dan pemberian penjelasan atas penjualan suatu usaha waralaba.

Sebagai catatan perlu disampaikan bahwa yang dikecualikan dari persyaratan California adalah para pemberi waralaba yang⁴⁶:

1. Memiliki kekayaan bersih \$5 juta atau lebih (atau kekayaan bersih \$1 juta atau lebih, dan paling sedikit 80 persen dan kekayaan bersih itu dimiliki oleh perusahaan dengan kekayaan bersih tidak kurang dari \$5 juta)
2. Mempunyai paling sedikit 25 penerima waralaba yang sudah melakukan bisnis secara terus menerus selama lima tahun berturut-turut sebelum penawaran atau penjualan dilakukan, atau sudah melakukan bisnis yang menjadi subyek waralaba secara terus menerus paling sedikit lima tahun sebelum penawaran atau penjualan dilakukan.

Walaupun para pemberi waralaba ini tidak perlu mendaftar, namun pemberi waralaba yang dibebaskan dari pendaftaran inipun

⁴⁶ *Ibid*, hal 20

harus menjelaskan secara tertulis kepada calon penerima waralaba 14 kategori informasi yang dispesifikasikan dalam undang-undang. Penyerahan penjelasan tertulis ini harus dilakukan paling sedikit sepuluh kerja sebelum dibuatnya suatu perjanjian waralaba yang mengikat atau diterimanya suatu pembayaran oleh penerima waralaba. Selain itu para pemberi waralaba ini diwajibkan untuk melaporkan tentang pengecualian pendaftaran tersebut kepada *the Commissioner*. Selanjutnya walaupun pemberi waralaba itu bebas dari pendaftaran, perubahan penting apa pun pada suatu waralaba yang sudah ada harus dijelaskan secara tertulis kepada setiap penerima waralaba.

Undang-undang yang berlaku di California itu juga mengharuskan untuk melakukan pendaftaran dan penjelasan atas suatu modifikasi yang signifikan pada waralaba yang telah diberikan, dengan tidak memperhatikan apakah kewajiban pendaftaran telah disyaratkan pada saat waralaba tersebut diberikan pertama kali. Bentuk pendaftaran dan penjelasan yang harus disampaikan ditentukan oleh *the Commissioner*⁴⁷.

Selain hal tersebut diatas, undang-undang tersebut juga mengatur mengenai masalah penanganan biaya waralaba, pemeliharaan catatan dan pembukuan, serta promosi dan iklan waralaba. Undang-undang yang berlaku di California ini tidak saja mewajibkan pemberi waralaba bertanggung jawab atas kerusakan/kerugian yang diderita oleh penerima waralaba atas penyampaian informasi yang tidak benar, tetapi penerima waralaba juga diberikan hak untuk dapat menuntut pemberi waralaba apabila waralaba itu dibatalkan atau diakhiri secara sepihak oleh pemberi waralaba. Penerima waralaba yang merasa tertipu dapat menuntut ganti rugi dari individu (baik orang perseorangan ataupun badan usaha) yang berasosiasi dengan pemberi

⁴⁷ Martin Mandelshon, *Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, (Jakarta; Pustaka Binaman Pressindo, 1997) hal 13

waralaba dalam hal ternyata pemberi waralaba berada dalam posisi *judgement proof* (yaitu tanpa cukup aset yang dapat dipertimbangkan untuk memberikan ganti rugi), atau pemberi waralaba sudah dinyatakan pailit⁴⁸.

Menyusul diberlakukannya undang-undang yang mengatur tentang waralaba di negara bagian California, sebanyak 14 negara bagian lain telah juga memberlakukan undang-undang pendaftaran dan pemberian penjelasan atas kegiatan usaha yang melibatkan penawaran dan penjualan waralaba. Negara-negara bagian itu adalah Hawaii (kewajiban memberikan penjelasan saja), Illinois, Indiana, Maryland, Michigan (kewajiban memberikan penjelasan dan pembuatan dokumen pemberitahuan), Minnesota, New York, North Dakota, Oregon (kewajiban memberikan penjelasan saja), Rhode Island, South Dakota, Virginia, Washington dan Wisconsin (keduanya). Perlu diketahui bahwa pada mulanya Hawaii dan Michigan memberlakukan undang-undang pendaftaran dan juga kewajiban memberikan penjelasan, tetapi kemudian undang-undang pendaftaran tersebut dicabut kembali⁴⁹.

Pada prinsipnya negara bagian yang mewajibkan pendaftaran waralaba dalam peraturannya tersebut menyatakan bahwa hanya waralaba yang telah terdaftar secara benar saja, yang dapat memulai melakukan penawaran, dan selanjutnya menjual waralaba di dalam negara bagian tersebut. Meskipun seluruh dokumen yang berhubungan dengan pendaftaran diserahkan kepada *the Commissioner*, dan bahwa para pejabat negara bagian (dalam *the Commissioner*) tersebut pada beberapa negara bagian tertentu seperti California dan New York akan membaca dan mengevaluasi bahan dan edaran penawaran yang

⁴⁸ *Ibid* hal 22

⁴⁹ *Ibid*

diserahkan, untuk menentukan cukup tidaknya bahan-bahan tersebut mengandung penjelasan tentang fakta-fakta terpenting, peninjauan tersebut sama sekali tidak mengindikasikan bahwa penawaran itu sudah “disetujui” oleh negara bagian tersebut. Pendaftaran memang sangat diperlukan dan penting untuk mencegah penipuan, khususnya bagi yang mensyaratkan adanya pembayaran biaya waralaba tertentu dan jumlah-jumlah uang atau biaya lain yang dibayar. Dalam hal ini maka nilai biaya atau uang pembayaran yang dilakukan tersebut akan ditempatkan dalam penguasaan pihak ketiga sampai kewajiban pemberi waralaba terhadap penerima waralaba sudah dipenuhi.

2) Pengaturan Waralaba di Negara Common Law

Pada pelaksanaannya terdapat perbedaan pengaturan antara satu negara bagian dengan negara bagian lainnya di Amerika Serikat, sebagai contoh negara bagian California mensyaratkan pemberi waralaba (*franchisor*) harus melakukan pendaftaran dan pemberian informasi, sedangkan di negara bagian Hawaii dan Oregon pemberi waralaba (*franchisor*) hanya disyaratkan melakukan pemberian informasi mengenai bisnis waralaba saja. Hal tersebut menimbulkan kebingungan sehingga diterbitkan suatu *Uniform Franchise Offering Circular* (selanjutnya disebut UFOC) pada tahun 1975 oleh *the Midwest Securities Commissioners Association*⁵⁰.

Pada tahun 1987 *the National Conference on Commissioners of Uniform State Laws* menyetujui versi terakhir *the Uniform Franchise and Business Opportunity Act* (selanjutnya disebut UFBOA). UFBOA ini pada intinya mensyaratkan kewajiban pemberitahuan oleh pemegang saham (*franchisor*) kepada suatu instansi negara bagian yang mengadopsi UFBOA.

⁵⁰ <http://www.mlmlaw.com/library/guides/ftc/netrule.htm> , diakses 2 April 2011

Pengaturan mengenai waralaba di tingkat federal berupa *Federal Trade Commission Rule on Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunity Ventures* (selanjutnya disebut *FTC rule*). *FTC rule* mengatur kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan informasi kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) dan kewajiban untuk melakukan pendaftaran. *FTC rule* ini diterapkan di lima puluh negara bagian dan ditujukan untuk dapat memberikan perlindungan minimum bagi para calon penerima waralaba (*franchisee*). *FTC rule* ini diterapkan apabila ketentuan pengaturan waralaba di negara bagian kurang dapat memberikan perlindungan terhadap penerima waralaba (*franchisee*).

UFOC dan *FTC rule* merupakan pranata hukum yang paling banyak diadopsi oleh negara-negara bagian dan yang paling efektif berlaku. Kedua aturan tersebut berisikan informasi kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) melalui dokumen pengungkapan. Perlindungan yang diberikan kepada penerima waralaba (*franchisee*) sudah selayaknya diperhatikan karena posisi dari penerima waralaba (*franchisee*) seringkali berada dalam keadaan tidak berimbang. Keadaan tidak berimbang ini seringkali diakibatkan dari kurangnya pengetahuan dari penerima waralaba (*franchisee*) mengenai bisnis waralaba yang akan dijalankan.

a. *FTC rule (Federal Trade Commission Rule on Disclosure Requirements and Prohibitions Concerning Franchising and Business Opportunity Ventures)*

FTC rule terdapat pada *title 16 Commission Franchise Regulation (FCR) art 436* dan mulai berlaku sejak 21 Oktober 1979. *FTC rule* disusun untuk melindungi calon penerima waralaba (*franchisee*) sebelum berinvestasi, dengan kewajiban pemberian informasi penting agar dapat melakukan prediksi atas risiko maupun keuntungan yang

akan dihadapi. Selain itu informasi ini penting pula sebagai bahan perbandingan dibandingkan dengan investasi lainnya, juga untuk dapat menilai bisnis waralaba. *FTC rule* ini berlaku di hampir semua negara bagian tanpa adanya suatu penyesuaian modifikasi lagi.

Ruang lingkup waralaba berdasarkan pengaturan *FTC rule*, mencakup kesempatan berbisnis (*business opprotunities*) dan waralaba tradisional (*traditional franchise*) dengan jenis format bisnis waralaba (*business format franchise*), produk waralaba, dan mesin penjual (*vending machine*) atau *display rack business oportunity ventures*

FTC rule mewajibkan para pemberi waralaba (*franchisor*) dan pialang waralaba⁵¹ untuk memberikan informasi kepada penerima waralaba (*franchisee*) mengenai bisnis yang diwaralabakan dan persyaratan dari perjanjian waralaba. Apabila pemberi waralaba (*franchisor*) dan pialang waralaba melakukan pembuatan pernyataan tentang penghasilan (*earning claims*), berisikan tentang taksiran penjualan, pendapatan, pendapatan, laba kotor, keberhasilan outlet dari waralaba, baik yang bersifat aktual maupun potensial, termasuk pernyataan yang dibuat dan dilakukan melalui media masa (*advertised claims*), maka hal ini harus dimuat lagi dalam bagian yang tersendiri dalam satu dokumen pengungkapan⁵²

Pernyataan tersebut diberikan melalui sarana dokumen pengungkapan, yang baik bentuk maupun isinya telah ditentukan dalam *FTC rule*. Dokumen pengungkapan ini dapat dibuat berdasarkan format *FTC rule* maupun format berdasarkan UFOC.

⁵¹ Pialang waralaba berasal dari kata *franchise broker* mengandung arti pihak selain pemberi waralaba (*franchisor*) ataupun penerima waralaba (*franchisee*) yang menjual waralaba. Pialang waralaba ini bisa merupakan pihak yang berdiri sendiri maupun merupakan sub pemberi waralaba (*sub franchisor*) yang mempunyai hak untuk memberikan sub waralaba

⁵² Lihat lebih lanjut dalam *FTC Rule title 16 CRF 436.1 ((b)-(e))*

Dokumen pengungkapan tersebut diberikan kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) pada saat pertemuan langsung pertama kali atau selambat-lambatnya dalam jangka waktu sepuluh hari. Sepuluh hari disini diartikan sebagai sepuluh hari sebelum penandatanganan perjanjian apapun oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) sehubungan dengan penjualan atau usulan penjualan suatu waralaba atau juga sepuluh hari sebelum pembayaran oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) untuk suatu kewajiban sehubungan dengan penjualan atas usulan penjualan suatu waralaba⁵³.

Kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan dokumen pengungkapan⁵⁴ dalam lampiran *FTC rule*, berisikan informasi-informasi sebagai berikut:

- a) Informasi tentang pemberi waralaba (*franchisor*) dan pendahulunya

Penjelasan mengenai identitas pemberi waralaba (*franchisor*) mencakup nama dan alamat resmi pemberi waralaba (*franchisor*) beserta perusahaan induknya (bila ada), nama yang akan digunakan dalam melakukan bisnis, merek dagang, nama dagang, merek jasa, atau simbol komersial yang diberikan atau diijinkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*)⁵⁵

- b) Informasi tentang identitas dan pengalaman bisnis orang-orang yang berafiliasi dengan pemberi waralaba

Informasi harus mencakup pengalaman bisnis pemberi waralaba (*franchisor*) dan staf inti pemberi waralaba (*franchisor*) selama lima tahun sebelumnya⁵⁶

⁵³ Lihat lebih lanjut dalam *FTC rule title 16 CFR 436.2*

⁵⁴ Lihat lebih lanjut dalam *FTC rule title 16 CFR 436.1 (1) (24)* dan *title 16 CFR 436.2*

⁵⁵ Lihat lebih lanjut dalam *FTC rule title 16 CFR 436.1 (a) (1)*

⁵⁶ Lihat lebih lanjut dalam *FTC rule title 16 CFR 436.1 (a) (2)*

c) Pengalaman bisnis dari pemberi waralaba (*franchisor*)

Informasi ini mencakup pula pengalaman bisnis yang dimiliki oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan perusahaan induknya (bila ada). Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib mengungkapkan berapa lama ia akan menjalankan bisnis waralaba yang akan dijalankan pula oleh penerima waralaba (*franchisee*), termasuk telah menawarkan atau menjual waralaba untuk bisnis lainnya⁵⁷

d) Sejarah penuntutan hukum

Informasi harus menjelaskan sejarah penuntutan pidana, perdata, dan administratif. Harus disebutkan pengadilan atau tempat perkara diadili, tanggal penjatuhan hukuman, penilaian, keputusan dan perintah, besarnya jumlah dan penyelesaian atau penilaian, serta persyaratan dan perintah penyelesaian untuk setiap jenis tuntutan yang pernah terjadi.⁵⁸

e) Sejarah kepailitan

Hal ini berisikan sejarah kepailitan dari pemberi waralaba (*franchisor*) dan para direktur serta staf inti. Informasi harus mencakup pula sejarah kepailitan pemberi waralaba (*franchisor*) selama tujuh tahun fiskal terakhir, perusahaan induknya juga para direktur dan staf inti. Pemberi waralaba (*franchisor*) harus menyebutkan secara spesifik setiap perkara kepailitan. Sebagai catatan, penjelasan tidak diperlukan apabila pemberi waralaba (*franchisor*) dan stafnya yang berwenang hanya mengajukan permohonan supaya dinyatakan pailit⁵⁹.

f) Uraian atau penjelasan mengenai waralaba yang ditawarkan

Informasi harus memuat penjelasan mengenai fakta dari waralaba yang ditawarkan. Dalam penjelasan harus mencakup penjelasan

⁵⁷ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (3)

⁵⁸ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (4)

⁵⁹ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (5)

umum dan bisnis yang akan dijalankan oleh penerima waralaba (*franchisee*), pembahasan rinci dari format bisnis, serta penjelasan pasar untuk barang atau jasa yang akan dijual oleh penerima waralaba (*franchisee*)⁶⁰.

- g) Pembayaran berlanjut yang harus dibayar oleh penerima waralaba (*franchisee*)

Hal ini berisikan informasi berupa pembayaran yang harus tetap dibayarkan oleh penerima waralaba (*franchisee*). Hal ini berisikan informasi berupa pembayaran yang harus tetap dibayarkan oleh penerima waralaba (*franchisee*) secara kontiniu, biasanya berupa royalti, biasanya berupa royalti, biaya sewa, iklan, pelatihan, sewa papan nama, dan pembayaran untuk peralatan⁶¹.

- h) Daftar nama yang diharuskan atau disarankan dihubungi oleh penerima waralaba (*franchisee*) dalam menjalankan bisnis dengan pemberi waralaba (*franchisor*)⁶²

- i) Kewajiban untuk pembelian

Berisikan pernyataan yang menjelaskan mengenai jasa pasokan, barang, papan nama, perlengkapan, dan hal-hal yang berkenaan dengan operasional bisnis waralaba, yang wajib dibeli atau disewa ataupun dikontrak oleh penerima waralaba (*franchisee*), juga termasuk daftar nama dan alamat dari orang-orang yang berhubungan⁶³.

- j) Imbalan yang diterima pemberi waralaba (*franchisor*) sebagai akibat dari pembelian

Bagian ini berisikan penjelasan mengenai imbalan seperti royalti yang dibayar oleh pihak ketiga kepada pemberi waralaba

⁶⁰ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (6)

⁶¹ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (8)

⁶² Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (9)

⁶³ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (10)

(*franchisor*) atau afiliasinya, yang merupakan akibat dari pembelian yang dilakukan pemberi waralaba (*franchisee*) dari pihak ketiga tersebut⁶⁴

k) Penjelasan mengenai keuangan

Bagian ini berisikan penjelasan mengenai imbalan seperti royalti yang dibayar oleh pihak ketiga kepada pemberi waralaba (*franchisor*) dalam mendanai pembelian bisnis waralaba. Penjelasan yang diberikan harus menerangkan pengaturan persyaratan pendanaan yang disdiakan bagi penerima waralaba (*franchisee*), baik pendanaan yang dibuat langsung oleh pemberi waralaba (*franchisor*) atau pihak yang berafiliasi dengannya, ataupun melalui pihak ketiga yang ada hubungannya dengan pemberi waralaba (*franchisor*) atau pihak yang berafiliasi dengannya, ataupun melalui pihak ketiga yang ada hubungannya dengan pemberi waralaba (*franchisor*). Hal yang perlu dijelaskan, misalnya: nama dan alamat pemberi pinjaman, jumlah maksimum yang akan didanai, persyaratan dan suku bunga, jaminan, serta ketentuan tentang kegagalan pembayaran⁶⁵.

l) Pembatasan dalam menjual

Ketentuan ini berisikan penjelasan mengenai pembatasan yang berhubungan dengan produk atau jasa yang boleh dijual oleh pemberi waralaba (*franchisee*), pelanggan, wilayah geografis dimana pemberi waralaba (*franchisee*) boleh menjual dan perlindungan *territorial franchise*⁶⁶. Perlindungan *territorial franchise* adalah hak eksklusif yang diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) dimana pemberi waralaba (*franchisor*) tidak akan menetapkan

⁶⁴ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (11)

⁶⁵ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (12)

⁶⁶ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (13)

lain, atau lebih dari setiap jumlah tetap waralaba atau gerai-gerai milik perusahaan, yang beroperasi, atau menjual, menawarkan atau mendistribusikan barang-barang, komoditas atau jasa-jasa, yang diidentifikasi oleh setiap merek yang ditentukan selanjutnya. Perlindungan ini juga memberikan jaminan kepada penerima waralaba (*franchisee*) bahwa pemberi waralaba (*franchisee*) atau perusahaan induknya tidak akan menetapkan waralaba lain atau gerai-gerai milik perusahaan yang menjual atau menyewakan produk-produk atau jasa-jasa yang sama atau serupa di bawah nama dagang yang berbeda, merek dagang, merek jasa, iklan atau simbol dagang lainnya

m) Persyaratan partisipasi penerima waralaba (*franchisee*) secara pribadi dalam menjalankan waralaba⁶⁷

n) Penghentian, pembatalan, dan pembaruan waralaba

Bagian ini berisikan penjelasan dari kondisi yang memungkinkan penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat memperbarui atau memperpanjang jangka waktu perjanjian waralaba, kondisi yang memungkinkan pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menolak pembaruan, atau memperluas perjanjian, dan kondisi yang memungkinkan bagi pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchisee*) untuk membatalkan perjanjian⁶⁸.

o) Informasi statistik tentang banyaknya waralaba dan outlet yang dimiliki perusahaan

Ketentuan ini mensyaratkan pihak pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menjelaskan jumlah total waralaba dan gerai milik perusahaan yang beroperasi, serta banyaknya waralaba yang dibatalkan, gagal untuk diperbaharui atau dibatasi oleh pemberi waralaba (*franchisor*) selama tahun fiskal sebelumnya. Pemberi

⁶⁷ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (14)

⁶⁸ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (15)

waralaba (*franchisor*) juga wajib menjelaskan jumlah waralaba yang secara sukarela dibatalkan atau tidak diperbarui oleh penerima waralaba (*franchisee*)⁶⁹

p) Pemilihan lokasi waralaba

Dalam pemilihan lokasi ini dibutuhkan keterlibatan pemberi waralaba (*franchisor*) dalam menyetujui suatu lokasi waralaba⁷⁰

q) Program pelatihan

Pada bagian ini pemberi waralaba (*franchisor*) diwajibkan untuk menjelaskan mengenai jenis dan sifat, jumlah minimum, serta biaya yang harus ditanggung oleh penerima waralaba (*franchisee*) mulai dari penawaran pelatihan awal⁷¹

r) Keterlibatan tokoh terkenal dalam waralaba

Apabila terdapat keterlibatan tokoh terkenal yang namanya digunakan berkaitan dengan suatu rekomendasi atau digunakan sebagai bagian operasional waralaba atau dinyatakan terlibat dengan manajemen pemberi waralaba (*franchisor*), maka harus terdapat penjelasan dari pemberi waralaba (*franchisor*) khususnya mengenai syarat-syarat dalam perjanjian dengan tokoh terkenal tersebut termasuk kompensasi dan hak atau pembatasan penerima waralaba (*franchisee*) untuk memanfaatkan tokoh tersebut, misalnya dalam penampilan di muka umum, nama, atau itra tokoh tersebut⁷².

s) Informasi keuangan dari pemberi waralaba (*franchisor*)

Kewajiban dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan informasi yang berkenaan dengan keuangan mencakup neraca tahun fiskal terakhir, serta laporan pendapatan dan laporan

⁶⁹ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (16)

⁷⁰ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (17)

⁷¹ Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (18)

⁷² Lihat lebih lanjut dalam FTC *rule title* 16 CRF 436.1 (a) (19)

perubahan posisi keuangan untuk tiga tahun fiskal terakhir. Semua laporan tersebut harus sudah diaudit oleh akuntan publik berdasarkan standart akuntansi yang diakui⁷³.

Lebih lanjut dalam *title 16 CRF 436.1(a)(21)* diatur bahwa kewajiban dari dua puluh informasi sebagaimana telah disebutkan diatas harus dicantumkan dalam satu dokumen pengungkapan yang disyaratkan menggunakan sampul yang bertuliskan nama pemberi waralaba (*franchisor*), tanggal penerbitan, dan mencetak pemberitahuan berupa: “*Information for Prospective Franchisees Required by Federal Trade Commission*” dengan ukuran huruf minimal 12 karakter.

Selain itu sesuai dengan *title 16 CRF 436.1(a)(22)* dinyatakan bahwa adanya kewajiban untuk melakukan pembaruan terhadap dokumen pengungkapan setiap tahun fiskal. Hal ini merupakan ketentuan yang memberikan perlindungan hukum kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) yang akan membeli waralaba, karena dengan telah tersedianya informasi yang lengkap, tertulis, terkini, dan jelas maka penerima waralaba (*franchisee*) akan mendapatkan gambaran yang jelas, utuh dan menyeluruh mengenai bisnis waralaba yang akan dimasukinya. Hal ini dapat menjadi dasar pertimbangan bagi calon penerima waralaba (*franchisee*) untuk memutuskan membeli atau tidak membeli waralaba tersebut. Ketentuan dalam *FTC rule* ini ganya mewajbkan pemberian informasi kepada calon penerima waralaba (*franchisee*) namun tidak mewajibkan adanya pendaftaran bagi pemberi waralaba (*franchisor*).

Untuk menyerahkan dokumen waralaba, yaitu salinan perjanjian waralaba dalam bentuk format standart, dan dokumen pendukung lainnya yang berkaitan dengan hal itu, yang akan ditandatangani oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) sekurang-kurangnya lima hari

⁷³ Lihat lebih lanjut dalam *FTC rule title 16 CRF 436.1 (a) (20)*

sebelum dokumen tersebut harus ditandatangani. Ketentuan ini melindungi calon penerima waralaba (*franchisee*) dari kemungkinan hubungan kontraktual yang tidak berimbang karena terdapat kesempatan dan waktu yang cukup bagi calon penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat membaca maupun meneliti isi perjanjian yang akan ditandatangani.

Pelanggaran yang terjadi terhadap ketentuan *FTC rule* ini akan menimbulkan akibat hukum dapat dimintanya pertanggungjawaban hukum (*liability*) atas pihak yang melanggar ketentuan. *FTC rule* dibuat oleh pemerintah negara federal, maka yang berhak atas pertanggungjawaban hukum adalah *Federal Trade Commission*. *Federal Trade Commission* dapat menjatuhkan suatu perintah (*injunction*), ganti rugi (*civil penalties*), dan ganti rugi kepada konsumen (*consumer redress*) atas pelanggaran yang terjadi.

b. UFOC (Uniform Franchise Offering Circular)

Selain *FTC rule* terdapat pula kewajiban penerbitan dokumen pengungkapan semacam prospektus yang disebut UFOC oleh para pemberi waralaba (*franchisor*) apabila hendak menawarkan sistem waralabanya.

Pemberi waralaba (*franchisor*) harus menyediakan informasi mengenai hal-hal berikut ini⁷⁴:

a) *The franchisor and any predecessors* (informasi tentang pemberi waralaba dan pendahulunya)

Informasi mengenai hal ini meliputi jangka waktu lima belas tahun sebelum penutupan tahun fiskal terakhir pemberi waralaba dan memberikan nama dan alamat bisnis pemberi waralaba (*franchisor*) dan pendahulu-pendahulunya, bentuk bisnis,

⁷⁴ Lihat lebih lanjut dalam *UFOC Guidelines*

penjelasan dari bisnis pemberi waralaba (*franchisor*) dan waralaba yang ditawarkan di negara bagian tertentu, serta pengalaman bisnis sebelumnya dari pemberi waralaba (*franchisor*) serta para pendahulunya

- b) *Identity and business experience of persons affiliated with the franchisor, franchise brokers* (informasi mengenai identitas dan pengalaman bisnis dari orang-orang yang berafiliasi dengan pemberi waralaba dan pialang waralaba)

Berisikan penjelasan yang meliputi nama dan kedudukan dan direktur, wali dan sekutu umum, petugas utama dan eksekutif lain yang mempunyai tanggung jawab manajemen dalam hubungan dengan bisnis. Pemberi waralaba (*franchisor*) menginformasikan pula keanggotaan dalam perhimpunan, buku-buku yang telah diterbitkan, dan informasi serupa lainnya guna memperkenalkan pembaca pada pemegang peran terpenting dalam organisasi.

- c) *Litigation* (proses pengadilan)

Meliputi sejarah proses di pengadilan baik peradilan administratif, pidana, maupun perdata.

- d) *Bankruptcy* (kepailitan)

Berisikan informasi mengenai keharusan dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan informasi apakah selama lima belas tahun sebelumnya, pemberi waralaba (*franchisor*) atau pihak tertentu lainnya berada dalam keadaan pailit atau direorganisasi kembali karena tidak mampu atau terlibat dalam bisnis yang mengalami keadaan seperti itu.

- e) *Franchisee's initial fee or other intial payment* (biaya waralaba awal atau pembayaran awal lainnya)

Meliputi biaya awal yang harus dibayarkan oleh penerima waralaba (*franchisee*) saat penandatanganan perjanjian, ditentukan akan dibayar secara sekaligus atau dengan melalui cicilan.

f) *Other fees* (biaya-biaya lainnya)

Meliputi biaya yang harus dibayarkan berulang atau tersendiri atau pembayaran lainnya juga termasuk tetapi tidak terbatas pada royalti, biaya jasa, biaya latihan, pembayaran kontrak, dan biaya iklan serta beban-beban lainnya yang menjadi bagian yang harus dibayar oleh penerima waralaba (*franchisee*) kepada pemberi waralaba (*franchisor*) atau afiliasinya

g) *Franchisee's initial investment* (biaya investasi awal)

Berisikan informasi mengenai seluruh pengeluaran secara rinci yang menyatakan kepada siapa biaya dibayarkan, kapan pembayaran harus dilakukan, bagaimana pembayaran ditentukan, apakah terdapat pembayaran yang dapat ditagih kembali, apakah terdapat investasi awal yang dapat didanai. Penentuan mengenai biaya awal waralaba akan dibayarkan secara sekaligus pada saat penandatanganan kontrak, pengeluaran yang harus dibayarkan untuk tenaga kerja awal dan pengawasan dibayarkan secara sekaligus. Selain itu juga berisikan penjelasan mengenai pengeluaran lainnya seperti asuransi, deposito, biaya telepon, biaya hal yang berurusan dengan hukum dan akutansi, sewa beli mobil.

h) *Obligations of franchisee to purchase or lease in accordance with specifications or from approved suppliers* (kewajiban dari penerima waralaba untuk membeli atau melakukan sewa berdasarkan spesifikasi atau dari pemasok yang disetujui maupun direkomendasikan oleh pemberi waralaba)

Berisikan penjelasan mengenai kewajiban dari penerima waralaba (*franchisee*) untuk membeli atau melakukan sewa berdasarkan spesifikasi yang ditetapkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*). Selain itu juga berisikan informasi mengenai kemungkinan dari penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat membeli dari sumber lain berdasarkan persetujuan pemberi waralaba (*franchisor*)

- i) *Financing arrangement* (ketentuan mengenai keuangan atau pendanaan)

Mencakup penjelasan mengenai persyaratan dan kondisi pengaturan pendanaan yang ditaarakan oleh pemberi waralaba (*franchisor*). Seringkali pemberi waralaba (*franchisor*) memang tidak menwarakan pendanaan awal, namun terdapat pula pemberi waralaba (*franchisor*) yang menawarkan pendanaan kepada penerima waralaba (*franchisee*) dan ditawarkan dengan suku bunga pasar tanpa jaminan dan tanpa denda pra pembayaran.

- j) *Obligation of the franchisor, other supervision, assistance or services* (kewajiban-kewajiban pemberi waralaba dan bantuan layanan)

Pengaturan bagian ini memberikan penjelasan yang meliputi berbagai kewajiban yang harus dipenuhi oleh pemberi waralaba (*franchisor*). Pemberi waralaba (*franchisor*) harus mengindikasikan bantuan serta jasa apa saja yang akan diberikan sebelum bisnis dimulai dan selama bisnis beroperasi. Misalnya : pemberi waralaba (*franchisor*) akan menyediakan paket pasokan awal untuk mulai beroperasi, juga akan mengadakan kunjungan berkala juga memberikan konsultasi tentang berbagai aspek bisnis.

- k) *Exclusive area or territory* (wilayah atau area eksklusif)

Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib memberikan penjelasan mengenai wilayah atau area eksklusif yang diberikan kepada penerima waralaba (*franchisee*). Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib memberikan penjelasan mengenai wilayah atau area eksklusif yang diberikan kepada penerima waralaba (*franchisee*). Pemberi waralaba (*franchisor*) menjamin pula tidak akan melakukan penempatan, pendirian, maupun pemberian lisensi kepada pihak lain dalam wilayah yang telah diberikan bagi pemegang waralaba (*franchisee*).

- l) *Trademarks, service marks, trade names, logotypes, and commercial symbols* (merek dagang, merek jasa, nama dagang, logo dan simbol dagang)

Pemberi waralaba (*franchisor*) sudah mendaftarkan merek dagang, merek jasa, nama dagang, logo dan simbol dagang kepada kantor paten dan merek di Amerika

- m) *Patents and copyrights* (paten dan hak cipta)

Menjelaskan mengenai hak paten dan hak cipta yang penting bagi waralaba, juga ketentuan dan kondisi apa saja penerima waralaba (*franchisee*) diperbolehkan untuk menggunakannya.

- n) *Obligation of the franchisee to participate in actual preparation of the franchise business* (kewajiban dari penerima waralaba untuk turut serta secara aktif dalam pelaksanaan dari bisnis waralaba)

Meliputi kewajiban dari penerima waralaba (*franchisee*) untuk secara pribadi ikut serta dalam operasi bisnis, apakah pemberi waralaba (*franchisor*) mewajibkan penerima waralaba (*franchisee*) untuk mencurahkan waktu dan usaha dalam bisnis, atau menunjuk seseorang yang dipekerjakan secara profesional untuk dapat menjalankan bisnis

- o) *Restrictions on goods and services offered by franchisee* (pembatasan atas penggunaan barang dan jasa)

Meliputi pembatasan atau kondisi yang diberlakukan bagi penerima waralaba (*franchisee*) yang membatasi penerima waralaba (*franchisee*) dalam menjual barang dan jasa, dalam arti barang dan jasa hanya diperbolehkan dijual hanya dalam wilayah yang merupakan area eksklusif dari penerima waralaba (*franchisee*)

- p) *Renewal, termination, repurchase, modification and assignment of the franchise agreement and related information*

(pembaharuan, penghentian, pembelian kembali, modifikasi dan pengalihan perjanjian dan informasi terkait lainnya)

Ketentuan bagian ini meliputi jangka waktu perjanjian, apakah jangka waktu tersebut dipengaruhi oleh perjanjian lainnya, apakah dalam kondisi tertentu penerima waralaba (*franchisee*) dapat memperbarui atau memperluas, apakah dalam kondisi tertentu pemberi waralaba (*franchisor*) dapat melakukan pengakhiran perjanjian, kewajiban dari penerima waralaba (*franchisee*) setelah perjanjian berakhir, apakah pemberi waralaba (*franchisor*) dapat membeli kembali, apakah pembeli waralaba (*franchisor*) dapat menjual atau mengalihkan semua atau sebagian kepentingan dalam kepemilikan waralaba atau dalam aset bisnis, apakah pemberi waralaba (*franchisor*) dapat melakukan modifikasi, apakah pemberi waralaba (*franchisor*) dapat memodifikasi hak ahli waris dari penerima waralaba (*franchisee*), dan ketentuan berkenaan dengan itikad baik untuk tidak bersaing. Yang paling penting untuk diperhatikan adalah kemungkinan dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menolak memperbarui atau memperluas dan kondisi dimana pemberi waralaba (*franchisor*) dapat mengakhiri perjanjian.

- q) *Arrangements with public figure* (pengaturan sehubungan dengan tokoh tokoh terkenal)

Mencakup kompensasi apapun yang diberikan atau dijanjikan kepada seorang tokoh terkenal yang timbul akibat penggunaan tokoh tersebut dalam nama atau simbol waralaba atau dukungan atau rekomendasi yang diberikan tokoh tersebut kepada waralaba dalam iklan, hak yang dimiliki pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menggunakan tokoh terkenal dalam usaha promosi, sampai sejauh mana tokoh tersebut terlibat dalam manajemen pemberi waralaba (*franchisor*)

- r) *Actual, average, projected of forecasted franchise sales, profits or earnings* (penjualan, perkiraan jenis keuntungan yang diperoleh, perkiraan penjualan, keuntungan)

Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib membuat hal yang berhubungan dengan perkiraan penjualan ataupun laba juga biaya yang mungkin didapatkan apabila menjalankan waralaba

- s) *Information about franchise and franchisor* (informasi mengenai pemberi waralaba dan penerima waralaba)

Memuat penjelasan mengenai jumlah gerai dari waralaba, termasuk nama, alamat, dan nomor telepon dari penerima waralaba (*franchisee*) yang sedang berjalan maupun yang berada dalam perencanaan untuk dibuka.

- t) *Financial statement* (laporan keuangan)

Memuat mengenai laporan keuangan yang wajib dibuat oleh pemberi waralaba (*franchisor*) dan telah diaudit oleh akuntan publik

- u) *Contracts* (kontrak)

Pemberi waralaba (*franchisor*) wajib untuk melampirkan salinan dari semua perjanjian waralaba yang disusun termasuk, perjanjian sewa kontrak, perjanjian opsi, dan perjanjian pembelian.

- v) *Acknowledgement of receipt by prospective franchisee* (tanda terima dari calon penerima waralaba)

Bagian ini merupakan halaman terakhir dari dokumen pengungkapan yang terdiri dari dokumen yang dapat dilepas, dan harus ditandatangani oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) yang merupakan tanda terima dokumen pengungkapan. Halaman ini merupakan halaman terakhir dan terpisah dari dokumen pengungkapan yang merupakan pengakuan dari pemberi waralaba (*franchisee*) bahwa telah menerima dokumen pengungkapan dan dokumen terkait lainnya dengan baik.

UFOC mensyaratkan kewajiban bagi pemberi waralaba (*franchisor*) untuk melakukan pemberian informasi melalui dokumen keterbukaan kepada calon penerima waralaba (*franchisee*). Meskipun format *FTC rule* dan UFOC berbeda namun *Federal Trade Commission* mengizinkan penggunaan UFOC sebagai alternatif pedoman di dalam menyusun dokumen pengungkapan. Secara umum pengaturan *FTC rule* dan UFOC merupakan suatu aturan yang mengatur mengenai informasi apa saja yang harus dicantumkan dalam sebuah dokumen pengungkapan.

2.2.3.2 Perkembangan Waralaba di Negara Civil Law

Sumber dari sistem hukum Eropa atau Romawi Jerman ini adalah hukum Romawi kuno yang dikembangkan di benua Eropa (Eropa Kontinental) oleh negara-negara seperti Prancis, Spanyol, Portugis dan lain-lain. Berkembangnya sistem hukum Romawi Jerman adalah berkat usaha dari Napoleon Bonaparte yang berusaha menyusun *Code Civil* atau *Code Napoleon* dengan sumber berasal dari hukum Romawi. Sistem hukum ini pertama kali berkembang dalam hukum perdatanya atau *private law* atau *civil law* yaitu hukum yang mengatur hubungan sesama anggota masyarakat. Oleh karena itu, sistem hukum Romawi Jerman ini lebih terkenal dengan nama sistem hukum *civil law*⁷⁵

Sehubungan dengan belum terdapatnya perundang-undangan khusus yang mengatur mengenai waralaba, Komisi Uni Eropa mengadakan penelitian untuk meneliti sejauh mana permasalahan yang berhubungan dengan perjanjian waralaba. Hal selanjutnya dilakukan dengan mengadakan perbandingan dengan hukum persaingan Eropa. Komisi Uni Eropa mengadakan pula kerjasama dengan *European Franchise Federation*⁷⁶ dan organisasi-organisasi lain untuk mendapatkan satu

⁷⁵ Rene David and John. E.C. Brierley: *“Major Legal Systems in the World Today,”* Second Edition, (London: Stevens & Sons, 1978), hal. 21.

⁷⁶ *European Franchise Federation* merupakan organisasi waralaba di Eropa yang didirikan pada tahun 1972. *European Franchise Federation* telah berhasil menyusun *European Code of Ethics for*

kesatuan pandangan mengenai kepastian hukum dalam perjanjian waralaba. Pada bulan Februari 1980 ditetapkan dasar-dasar pembentukan perjanjian waralaba yang selaras dengan *European Code Of Ethics for Franchising*.

2.2.3.2.1 Sejarah Perkembangan Waralaba di Negara Civil Law

European Code Of Ethics for Franchising pada dasarnya masih belum dapat memberikan kepastian hukum, karena kode etik tersebut bersifat pedoman umum dalam menyelaraskan perjanjian waralaba negara negara di Eropa. Hingga saat ini tidak semua negara-negara di eropa memiliki peraturan di bidang waralaba. Pengaturan hukum mengenai waralaba seringkali disandarkan pada hukum umum seperti hukum perdata, hukum dagang, hukum sodial masing-masing negara. Pihak dewan Uni-Eropa (European Council) mempunyai peranan penting dalam membuat pelaksanaan-pelaksanaan keputusan yang dijalankan oleh Komisi Eropa (European Council), juga peraturan-peraturan waralaba⁷⁷.

Keputusan Mahkamah Eropa tentang kasus Pronuptia (*Pronuptia de Paris Pronuptia de Paris Irmgard Schiligalis-Hamburg Case 161/84 of 28 Jaunuary 1986*) merupakan suatu keputusan penting yang dijadikan pedoman dalam persaingan di bidang waralaba. Hal tersebut kemudian melahirkan pranata hukum yang berkaitan dengan *The Franchising Block Exemption Regulation and The Vertical Restraints Block Excemotion Regulation*. Setelah itu Komisi Eropa menghasilkan kembali 5 (lima) keputusan di bidang waralaba, dan menyusun rancangan peraturan untuk perjanjian waralaba yang disebut *The Franchising Block Exemption*

Franchising. Kode etik ini disusun dengan tujuan agar dapat dijadikan pedoman bagi para pihak yang menjalankan praktek bisnis waralaba yang baik dan adil di kawasan Eropa.

⁷⁷ Douglas J Queen, *Op Cit*, hal 32

Regulation, diundangkan pada tanggal 28 Desember 1988 dan mulai berlaku sejak 1 Februari 1989⁷⁸.

The Franchising Block Exemption Regulation kemudian digantikan dengan *The Vertical Restraints Block Exemption Regulation* (Nr 2790/1999) yang diundangkan pada tanggal 1 Juni 2000 oleh Komisi Eropa, dengan aturan penuntunnya berupa *Commission Notice: Guidelines on Vertical Restraints*, OjC 291'0. Kedua aturan tersebut dibuat dalam upaya harmonisasi hukum waralaba di Eropa. Kedua aturan tersebut pada dasarnya hanya mengatur mengenai perjanjian waralaba yang dihubungkan dengan hukum persaingan usaha anti monopoli, namun disamping peraturan-pertauran tersebut berlaku pula hukum persaingan dari masing-masing negara Uni Eropa.

2.2.3.2.2 Pengaturan Waralaba di Negara Civil Law

Uni Eropa (*European Communities*) merupakan salah satu pelaku bisnis besar di dunia, juga merupakan salah satu pencetus perdagangan bebas melalui kebijakan *Single Market*⁷⁹. Negara-negara yang tergabung dalam Uni Eropa telah mengharmonisasikan beberapa segi kehidupan mereka, seperti bidang ekonomi, standart kehidupan, juga pengaturan hukum termasuk didalamnya pranata waralaba.

⁷⁸ *Ibid*

⁷⁹ *Single European Market Act*, 1986 (lebih populer dengan sebutan inisiatif "1992") merupakan suatu undang-undang yang bertujuan menciptakan sebuah "pasar tunggal" (sebelum 1992 apabila memungkinkan, melalui penghapusan berbagai hambatan internasional sehingga barang, jasa, modal dan orang-orang bebas bergerak keluar masuk di antara negara-negara yang menjadi anggota masyarakat tersebut. Di bawah undang-undang tersebut, Komisi Eropa telah mengajukan 400 (empat ratus) petunjuk untuk menghapuskan perbedaan-perbedaan diantara anggota yang bersifat fisik, teknis, dan pajak sehingga tercipta suatu masyarakat yang bersatu secara luas dalam kenyataan, misalnya: angkutan orang dan barang akan menjadi bebas melakukan penyebrangan di perbatasan-perbatasan nasional tanpa mengalami pemeriksaan paspor dan pabean, spesifikasi teknis umum diperkenalkan dalam kaitannya dengan desain dan deskripsi produk, standar kesehatan dan keamanan, dan lain sebagainya; sementara pajak pertambahan nilai (*value added tax*) dan pajak penjualan lainnya harus diterapkan pada suatu dasar yang seragam. Lihat dalam Christopher Pass, et al. *Kamus Lengkap Ekonomi* (Terjemahan), Jakarta: Erlangga, hlm. 606-607

Hampir semua negara-negara anggota Uni Eropa telah melakukan upaya harmonisasi di bidang pranata hukum waralaba melalui *European Code of Ethics for Franchising* (selanjutnya disebut *European Code*). *European Code* merupakan kode etik yang menjadi pedoman umum agar terdapat standarisasi perjanjian yang mengatur ketentuan-ketentuan bagi para pihak dalam perjanjian waralaba. *European Code* ini tidak berupa aturan yang mengikat namun dipakai sebagai acuan namun dalam praktek sehari-hari kode etik ini sangat efektif dan ditaati oleh masyarakat negara-negara Uni Eropa.

European Code wajib diadopsi dan ditaati oleh anggota *European Franchise Federation*⁸⁰. Penerapan kode etik ini dapat disesuaikan dengan kondisi dari masing-masing negara. Secara garis besar isi dari *European Code*, terdiri dari:

- a) *Definition of franchising*
- b) *Guiding principles*
- c) *Recruitment, advertising, and disclosure*
- d) *Selection of individual franchisee*
- e) *The franchise agreement*
- f) *The code of ethics and master franchise system*

Definisi waralaba berdasarkan *European Code*, sebagai berikut:

Franchising is a system of marketing goods and/or service and/or technology, which is based upon a close on going collaboration between legally and financially separate and independent undertakings, the franchisor and its individual franchisees, where by the franchisor grants its individual franchisee the right, and imposes in accordance with the franchisors concept

⁸⁰ *European Franchise Federation* merupakan gabungan asosiasi waralaba nasional negara Austria, Belgia, Denmark, Perancis, Jerman, Hunaria, Italia, Belanda, Portugal, Latvia, Spanyol, Swedia, Swiss, Czech, Yunani, Finlandia, Inggris,

Dalam pasal 2 yakni mengenai *guiding principles* mengatur mengenai kewajiban kedua belah pihak. Dalam pasal 2.2 menyatakan bahwa pemberi waralaba (*franchisor*) wajib melakukan hal-hal sebagai berikut ⁸¹:

- a) Telah menjalankan konsep bisnisnya dengan sukses, untuk jangka waktu yang masuk akal dan sekurang-kurangnya sudah mempunyai satu unit sebelum memulai jaringan bisnis melalui pola waralaba ini
- b) Menjadi pemilik, atau mempunyai hak yang sah atas nama dagang, merek dagang, atau identitas pembeda lainnya
- c) Memberikan latihan awal dan bantuan teknik selama perjanjian berlangsung

Ketentuan dalam pasal 2.2 huruf (a) di atas mengenai kewajiban dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memiliki pengalaman dalam menjalankan konsep bisnis membuat posisi berimbang dapat terpenuhi. Posisi berimbang antara para pihak dapat terpenuhi karena diharapkan konsep bisnis yang ditawarkan memang telah memiliki nilai ekonomis yang cukup memadai untuk meraih kesuksesan. Dalam hal ini, penerima waralaba (*franchisee*) dilindungi kepentingannya karena dengan syarat ini diharapkan konsep bisnis yang dibeli oleh penerima waralaba (*franchisee*) telah mapan dan resiko gagal dapat dieliminasi serendah mungkin. Selain itu, disyaratkan pula pemberi waralaba (*franchisor*) telah mengelola minimal 1 (satu) unit bisnis sebelum memasarkan konsep bisnisnya melalui konsep waralaba. Syarat ini dianggap melindungi posisi penerima waralaba (*franchisee*) karena pemberi waralaba (*franchisor*) yang menjual konsep waralaba diharapkan telah berpengalaman mengelola bisnis sendiri. Hal ini sangat diperlukan guna meminimalisasikan risiko

⁸¹ Robert Purwin Jr, *Op.Cit* hal 54

yang kemungkinan ditanggung penerima waralaba (*franchisee*) akibat gagalnya konsep bisnis yang dibelinya.

Selanjutnya pasal 2.2 huruf (b) yang pada intinya mengatur bahwa pemberi waralaba (*franchisor*) harus dapat membuktikan bahwa pihaknya merupakan pemilik hak yang sah atas hak kekayaan intelektual dari konsep bisnis waralaba bersangkutan. Hal ini tentu saja memberikan posisi berimbang bagi penerima waralaba (*franchisee*) karena kepemilikan yang sah atas hak kekayaan intelektual sangat bernilai, dimana salah satu dasar kesuksesan dari bisnis waralaba adalah adanya merek yang sudah dikenal oleh masyarakat⁸².

Sedangkan pasal 2.2 huruf (c) yang mengatur mengenai kewajiban dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan bantuan kepada penerima waralaba (*franchisee*) berupa pelatihan wala, bantuan teknis, bantuan berkesinambungan selama perjanjian tentu saja akan memberikan perlindungan bagi penerima waralaba (*franchisee*).

Pasal 2.3 memuat mengenai kewajiban penerima waralaba (*franchisee*), antara lain :

- a) Memberikan upaya terbaik dalam menjalankan/mengembangkan bisnis waralaba dan menjaga identitas dan reputasi jaringan waralaba.
- b) Mendukung pemberi waralaba (*franchisor*) dengan data operasional dan laporan keuangan yang benar untuk memudahkan penentuan pekerjaan, juga sebagai pedoman manajemen yang efektif, serta mengizinkan agen waralaba (*franchise of agent*) nya untuk memeriksa pembukuan dalam jangka waktu yang wajar.

⁸² *Ibid* hal 55

c) Tidak membocorkan *know-how* yang diberikan pemberi waralaba (*franchisor*), baik selama perjanjian berlangsung dan setelah perjanjian berakhir.

Pasal 2.4 memuat mengenai kewajiban yang secara terus menerus bagi kedua belah pihak adalah melakukan transaksi yang adil satu sama lain. Franchisor harus memberikan pemberitahuan (*notice*) tertulis kepada penerima waralaba (*franchisee*) dalam setiap pembatalan kontrak (*breach of contract*), dan memberikan waktu yang wajar untuk memberi ganti rugi (*remedy default*). Pasal ini mengakomodir pula kewajiban para pihak untuk menyelesaikan protes, konflik dan perselisihan dengan berlandaskan itikad baik dan *goodwill* secara wajar dan adil dengan cara menjalin komunikasi dan negosiasi.

Yang diatur dalam pasal 1 hingga pasal 2.4 diatas merupakan kewajiban yang sejalan dengan kepastian hukum bagi para pihak. Hal tersebut dapat dijadikan acuan dalam menyusun hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian waralaba. Kewajiban kewajiban yang diatur dalam kode etik hanya merupakan kewajiban yang umum atau pokok saja. Selain itu, masih terdapat beberapa kewajiban lain yang dapat diperinci dan dapat dinegosiasikan dalam perjanjian waralaba, misalnya kewajiban waralaba untuk membayar upah (*fee*), seperti *initial fee*, *anual fee*, *royalties*, *advertising fee*, juga kewajiban pemberi waralaba (*franchisee*) untuk menutup asuransi, kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) untuk meminjamkan *manual guide*.

Pasal 3 EF secara garis besar memuat kewajiban dari para pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan informasi yang cukup jelas bagi pemberi waralaba (*franchisee*). Selain itu, pemberi waralaba (*franchisee*) pun diberikan waktu yang cukup untuk mempelajari dokumen.

Pasal 13.1 dan pasal 13.2 mengatur mengenai kewajiban umum bahwa iklan untuk merekrut calon penerima waralaba (*franchisee*) tidak boleh memuat arti ganda dan pernyataan yang menyesatkan. Terlebih lagi bila secara rinci dinyatakan bahwa isi iklan dan pengumuman yang mengandung referensi mengenai hasil atau gambaran penghasilan yang mungkin didapat penerima waralaba (*franchisee*) di masa mendatang harus disampaikan secara objektif dan tidak menyesatkan.

Pasal 3.1 dan Pasal 3.2 EF apabila diikuti secara konsekuen tentu akan memberikan posisi berimbang bagi pihak pemberi waralaba (*franchisee*), karena secara eksplisit mendapatkan gambaran yang jelas dan tidak mengandung arti ganda dan sudah dapat meperkirakan gambaran hasil yang diperoleh apabila menjalankan bisnis tersebut.

Selanjutnya pasal 3.3 dan pasal 3.4 EF menyebutkan bahwa apabila pemberi waralaba (*franchisor*) mencoba untuk mengambil keuntungan secara tidak adil terhadap calon penerima waralaba (*franchisee*) melalui perjanjian awal, maka berlaku prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a) Sebelum penandatanganan setiap perjanjian awal, calon penerima waralaba (*franchisee*) harus diberi informasi tertulis yang berisi tujuan perjanjian awal dan imbal prestasi (*consideration*) yang harus dibayar calon penerima waralaba (*franchisee*) kepada penerima waralaba (*franchisor*) untuk menutup biaya-biaya yang telah dikeluarkan pemberi waralaba (*franchisor*), selama dan mengacu kepada klausula-klausula perjanjian jika perjanjian waralaba dijalankan.
- b) Perjanjian awal seharusnya memuat batas waktu dan termasuk klausula pengakhiran

c) Pemberi waralaba (*franchisor*) dapat mencantumkan klausula pembatasan persaingan dan/atau klausula kerahasiaan untuk melindungi *know-how* dan identitasnya.

Ketentuan dalam pasal 3 secara umum mengenai penerimaan (*recruitment*), periklanan (*advertising*), pengungkapan (*disclosure*), dan perjanjian awal (*pre-contract*) dapat memberikan perlindungan hukum kepada pemegang waralaba (*franchisee*) sebelum menutup perjanjian maupun perjanjian awal. Perlunya keterbukaan, informasi yang tidak menyesatkan dan tidak bermakna ganda serta adanya waktu yang cukup bagi calon penerima waralaba (*franchisee*) sebelum memasuki bisnis waralaba adalah untuk memberikan gambaran mengenai bisnis yang akan dimasuki oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) dapat menilai bonafiditas dari penerima waralaba (*franchisor*), sehingga calon pemegang waralaba (*franchisee*) dapat terhindar dari kegagalan usaha waralaba, dan dapat terhindar pula dari pemberi waralaba (*franchisor*) yang beritikad kurang baik.. ha; ini tentu saja akan memberikan perlindungan bagi pihak penerima waralaba (*franchisee*) sehingga posisi berimbang dapat tercapai.

Pasal 4 memuat mengenai kewajiban dari pemberi waralaba (*franchisor*) untuk mengadakan seleksi dan menerima calon penerima waralaba (*franchisee*) berdasarkan hasil pencarian mengenai kemampuan dasar, pendidikan, kualitas pribadi, dan sumber daya keuangan untuk menjalankan bisnis waralaba. Hal ini penting dilakukan dalam rangka menilai bonafiditas, minat dan keseriusan calon penerima waralaba (*franchisee*) agar lbh menjamin keberhasilan bisnis penerima waralaba (*franchisee*) yang pada akhirnya menjaga kelangsungan kegiatan bisnis waralaba. Hal ini memberikan posisi berimbang bagi pihak pemberi waralaba (*franchisor*) karena memiliki kebebasan untuk menilai calon penerima waralaba (*franchisee*) yang potensial dan seius.

Kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) yang tergabung dalam jaringan waralaba untuk menjaga kelangsungan identitas dan reputasi jaringan waralaba diatur dalam pasal 5.2. hal ini dilakukan sebagai upaya untuk menjaga reputasi serta kelangsungan jaringan bisnis waralaba. Pasal ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan hukum kepada para pihak sehubungan dengan kelangsungan bisnis waralaba.

Sedangkan pasal 5.3 mengatur perjanjian waralaba pada dasarnya tidak diperbolehkan mengandung makna ganda, harus mengatur para pihak berkenaan dengan saling menghormati kewajiban dan tanggung jawab dari para pihak, juga berisikan materi yang berkaitan dengan hubungan kontraktual para pihak.

Pasal 5.4 mengatur mengenai syarat minimum yang harus dicantumkan dalam suatu perjanjian waralaba, antara lain :

- a) *the rights granted to the Franchisor* (hak-hak yang diberikan kepada pemberi waralaba)
- b) *the rights granted to the Individual Franchisee* (hak-hak yang diberikan kepada penerima waralaba)
- c) *the goods and/or services to be provided to the Individual Franchisee* (barang dan/atau jasa yang disediakan bagi penerima waralaba)
- d) *the obligations of the Franchisor* (kewajiban-kewajiban pemberi waralaba)
- e) *the obligations of the Individual Franchisee* (kewajiban-kewajiban penerima waralaba)
- f) *the terms of payment by the Individual Franchisee* (jangka waktu pembayaran yang harus dilakukan oleh penerima waralaba)
- g) *the duration of the agreement which should be long enough to allow Individual Franchisees to amortize their initial investments specific to the franchise* (jangka waktu perjanjian yang cukup agar penerima

waralaba dapat mengembalikan investasi yang telah dikeluarkan dalam rangka memasuki bisnis waralaba)

- h) *the basis for any renewal of the agreement the terms upon which the Individual Franchisee may sell or transfer the franchised business and the Franchisor's possible pre-emption rights in this respect* (dasar untuk prmbaharuan perjanjian dan kalusula yang menyatakan penerima waralaba dapat menjual atau mengalihkan bisnis waralaba, dan kemungkinan mendapatkan penawaran terlebih dahulu bagi pemberi waralaba atas bisnis warawalab tersebut)
- i) *provisions relevant to the use by the Individual Franchisee of the Franchisor's distinctive signs, trade name, trademark, service mark, store sign, logo or other distinguishing identification* (ketentuan yang berkaitan dengan hak penerima waralaba untuk menggunakan tanda-tanda tertentu milik pemberi wara;aba, nama dagang, merek dagang, merek jasa, tanda outlet, logo atau identitas pembeda lainnya)
- j) *the Franchisor's right to adapt the franchise system to new or changed methods* (hak dari pemberi waralaba untuk melakukan penyesuaian atau memperbaharui, atau merubah metode)
- k) *provisions for termination of the agreement provisions for surrendering promptly upon termination of the franchise agreement any tangible and intangible property belonging to the Franchisor or other owner thereof* (ketentuan mengenai pengakhiran perjanjian, untuk penyerahan dengan segera baik benda berwujud maupun tidak berwujud milik pemberi waralaba atau pemilik yang berhak setelah [erjanjian berakhir)

Ketentuan mengenai syarat minimum yang harus tercantum dalam perjanjian waralaba sangat relevan guna memberikan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam waralaba, terutama bagi pihak penerima waralaba (*franchisee*) agar terdapat posisi yang berimbang bagi para pihak. Selain itu, hal ini dapat digunakan pula sebagai pedoman di

dalam menyusun perjanjian waralaba yang baik dengan memperhatikan kedudukan kontraktual yang berimbang bagi para pihak.

Pasal terakhir yakni Pasal 6 mengatur mengenai hubungan pemberi waralaba (*franchisor*), penerima waralaba (*franchisee*), dan (*master franchisee*), yang pada intinya bahwa *European Code* dapat diterapkan untuk mengatur hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*), juga dapat diterapkan antara (*master franchisee*) dengan penerima waralaba (*franchisee*).

Jadi paranata hukum waralaba yang mengatur hubungan hukum waralaba di Negara Uni Eropa, terdiri dari :

- a) *European Code of Ethics for Franchising*
- b) *The Franchising Block Exemption Regulation*
- c) *The Vertical Restraints Block Exemption Regulation*

European Code of Ethics for Franchising ini telah diadopsi oleh hampir semua negara-negara Uni Eropa. Hal ini sangat berguna demi memberikan acuan dasar yang dapat mengatur hubungan para pihak dalam perjanjian waralaba. Walaupun dalam bentuk kode etik yang secara yuridis tidak mengikat namun dalam praktiknya ditaati⁸³.

Kode etik mengenai waralaba di negara Eropa yang tergabung dalam *European Franchise Commission* bersifat sangat umum, singkat, akan tetapi telah memuat hal-hal mendasar dalam mengatur hubungan para pihak yang berupa hak dan kewajiban secara berimbang sehingga posisi berimbang dalam hubungan kontraktual para pihak dapat tercapai.

Posisi berimbang dapat tercapai sejak saat perjanjian awal, karena dengan disyaratkannya pengungkapan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) yang jelas, terperinci, dan tidak mengandung kesesatan akan membuat posisi penerima waralaba (*franchisee*) mempunyai akses

⁸³ Dennis Campbell & Louis Lafili, *Distributorship, Agency Franchising in an International Arena: Europe, United States, Japan and Latin America*, (Boston; Kluwer Law and Taxation Publisher, 1990)

mendapatkan informasi yang jelas dan berimbang untuk dapat memasuki bisnis waralaba dengan tanpa keraguan apapun. Hal ini berimbang pula dengan posisi pemberi waralaba (*franchisor*) untuk dapat menilai kelayakan penerima waralaba (*franchisee*) yang ditawarkan oleh pemberi waralaba (*franchisor*).

Posisi berimbang di dalam kontrak diharapkan dapat berlangsung dengan baik, hal ini diakomodir dalam ketentuan yang mengatur perlindungan bagi pemberi waralaba (*franchisee*), khususnya dari pemberi waralaba (*franchisor*) yang beritikad buruk, memberikan kesesatan informasi, hak dan kewajiban yang tidak berimbang, namun di pihak lain perlindungan secara berimbang diberikan pula terhadap pihak pemberi waralaba (*franchisor*).

Jadi posisi berimbang antara para pihak dalam hal ini dapat tercapai saat penerima waralaba (*franchisee*) mendapatkan suatu pengungkapan yang berisikan informasi yang jelas mengenai bisnis waralaba, namun di sisi lain pemberi waralaba (*franchisor*) dapat menilai kelayakan penerima waralaba (*franchisee*) untuk dapat terlibat dalam bisnis waralaba.

Pengaturan waralaba di Negara Common Law dan di Negara Civil Law memiliki persamaan. Perlunya keterbukaan, informasi yang tidak menyesatkan dan tidak bermakna ganda serta adanya waktu yang cukup bagi calon penerima waralaba (*franchisee*) sebelum memasuki bisnis waralaba adalah untuk memberikan gambaran mengenai bisnis yang akan dimasuki oleh calon penerima waralaba (*franchisee*) dapat menilai bonafiditas dari penerima waralaba (*franchisor*), sehingga calon pemegang waralaba (*franchisee*) dapat terhindar dari kegagalan usaha waralaba, dan dapat terhindar pula dari pemberi waralaba (*franchisor*) yang beritikad kurang baik. hal ini tentu saja akan memberikan perlindungan bagi pihak penerima waralaba (*franchisee*) sehingga posisi berimbang dapat tercapai.

2.2.3.3 Masuknya Waralaba di Indonesia

Di Indonesia waralaba dikenal sejak era 1970-an ketika masuknya Shakey Pisa, KFC, Swensen, dan Burger King. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekira 1995. Setelah itu, usaha waralaba mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima waralaba asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000, waralaba asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elite⁸⁴.

Namun sebenarnya sebelumnya sudah ada usaha waralaba asing yang masuk ke Indonesia seperti Hotel Hyatt, Hotel Sheraton dan Produksi Minuman Coca-cola, tetapi usaha tersebut belum begitu dikenal masyarakat sebagai usaha franchise, karena konsumen baru dari kalangan tertentu saja. Kemudian sistem franchise mulai berkembang pesat di Indonesia sejak tahun 1980-an, terutama bisnis franchise dengan merek asing atau luar negeri.

Pemerintah mengizinkan kegiatan usaha franchise ini dengan harapan untuk meningkatkan kegiatan perekonomian di Indonesia. Sejalan dengan berkembangnya usaha franchise asing, maka beberapa pengusaha Indonesia juga mulai mengembangkan usaha franchise local, seperti Es Teler 77, California Fried Chicken, Kursus bahas Inggris Oxford, Kursus Komputer Widyaloka, Ny.Tansil Fried Chicken and Steak, kurumaya, Laundrette (Laundry), Ristra Salon & Centre, Rudi Hadisuwarno (Salon Kecantikan), SS Foto (cuci cetak film) dan Toys City (toko mainan anak-anak). Kalangan bisnis Indonesia umumnya memberikan nilai yang lebih tinggi pada identitas Internasional (Franchise asing) dan yakin akan memperoleh keuntungan lebih banyak dengan mengoperasikan bisnis franchise asing tersebut. Padahal dengan mengoperasikan bisnis franchise lokal mereka akan memperoleh beberapa kemudahan, antara lain

⁸⁴ Iman Sjahputra Tunggal, *Franchising : Konsep dan Kasus*, (Jakarta:Harvarindo, 2005) hal 5-8

biayanya lebih rendah, perbedaan waktu dan jarak tidak menghambat komunikasi, tidak ada perbedaan bahasa dan budaya, serta lebih sedikit kesulitan yang dihadapi dibanding dengan franchise asing, disamping itu modal yang di pergunakan juga tidak begitu besar⁸⁵.

Pesatnya pertumbuhan waralaba di Indonesia kini ternyata mempunyai sejarah yang cukup panjang dan berliku Berawal dari sebuah pemikiran bahwa sistem waralaba terbukti sukses memacu perekonomian di banyak negara Maju seperti Amerika dan beberapa negara maju lainnya. Tidak hanya itu waralaba juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi cukup banyak tenaga kerja. Waralaba di Indonesia berawal dari upaya pemerintah dalam hal ini Departemen Perdagangan Republik Indonesia yang melihat sistem waralaba sebagai suatu cara, usaha untuk menggiatkan perekonomian dan menciptakan lapangan pekerjaan. Di Indonesia juga terdapat Organisasi Perusahaan Franchise yakni disebut dengan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI). Organisasi ini dibentuk pada tahun 1990 atas dorongan dari pemerintah Indonesia dan ILO (*Internasional Labour Organisation*) adapun latar belakang pendirian organisasi ini yaitu adanya keinginan untuk mempersatukan diri dalam suatu wadah organisasi pada tingkat nasional serta merupakan forum kerjasama demi meningkatkan dan mengembangkan potensi dalam menjadikan dirinya sebagai mitra pemerintahan, maupun sector swasta lainnya. Franchisor yang menjadi pendirinya yaitu : PT. Trims Mustika Citra, ES Teler 77, Widyaloka, Nila Sari, Homes 21. Maka dimulailah sebuah usaha untuk mendata usaha waralaba yang ada di Indonesia dengan menggandeng *International Labour Organization (ILO)*⁸⁶.

⁸⁵ *Ibid*

⁸⁶ Pietra Saragosa, *Kiat Praktis Membuka Usaha-Mewaralabakan Usaha Anda*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004) hal 4

Tujuan Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) antara lain:

- a. Menumbuhkan kode etik antar anggota.
- b. Mempersatukan Franchisor/Master Franchise di Indonesia.
- c. Membina perkembangan dan kemajuan usaha franchise secara profesional,
- d. Mengusahakan adanya tertib dalam mendirikan usaha franchise.

3.3 Waralaba dari Segi Perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Perjanjian menurut rumusan pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, didefinisikan sebagai⁸⁷

Suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih

Perjanjian, adalah perbuatan hukum yang terjadi sesuai dengan formalitas- formalitas dari peraturan hukum yang ada, tergantung dari persesuaian pernyataan kehendak dua atau lebih orang-orang yang ditunjuk untuk timbulnya akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan dan atas beban masing-masing pihak secara timbal balik⁸⁸.

Bisnis waralaba ini dibangun atas dasar perjanjian, oleh karena itu masing- masing pihak harus mengetahui apa isi dari perjanjian itu. Dengan diketahuinya isi perjanjian tersebut maka masing-masing pihak mengetahui kewajiban dan haknya. Dengan demikian diharapkan para pihak tidak merasa dirugikan satu sama lain.

⁸⁷ R. Subekti SH dan R. Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Edisi Revisi tahun 1995, hal 342

⁸⁸ Purwahid Patrik, *Op Cit*, Hal.47-49

Dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, disebutkan bahwa⁸⁹ :

Pasal 1338 KUH Perdata

“Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

Pasal 1338 KUHPerdata menyebutkan semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Berdasarkan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut diatas, maka tiap-tiap pihak dalam perjanjian wajib mematuhi hal-hal yang telah diperjanjikan dan melaksanakan perjanjian dengan itikad baik. Apabila ada pihak yang tidak mematuhi dan tidak melaksanakan perjanjian dengan baik maka dapat dikatakan pihak tersebut tidak ber-itikad baik. Pihak yang dirugikan oleh pihak yang tidak ber-itikad baik akan mendapat perlindungan hukum. Perlindungan hukum yang dimaksud disini adalah perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh pihak yang dirugikan tersebut dalam perjanjian.

Pasal 1341 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa :
Pasal 1341 KUH Perdata⁹⁰

⁸⁹ R. Subekti SH dan R. Tjitrosudibio, Op Cit

⁹⁰ *Ibid*

“Tiap orang berpiutang boleh mengajukan batalnya segala perbuatan yang tidak diwajibkan yang dilakukan oleh si berutang dengan nama apapun juga, yang merugikan orang-orang berpiutang, asal dibuktikan, bahwa ketika perbuatan dilakukan, baik si berutang maupun orang dengan atau untuk siapa si berutang itu berbuat, mengetahui bahwa perbuatan itu membawa akibat yang merugikan orang-orang berpiutang. Hak-hak yang diperolehnya dengan itikad baik oleh orang-orang pihak ketiga atas barang-barang yang menjadi pokok perbuatan yang batal itu, dilindungi. Untuk mengajukan hal batalnya perbuatan-perbuatan yang dilakukan dengan cuma-cuma oleh si berutang, cukuplah si berpiutang membuktikan bahwa si berutang pada waktu melakukan perbuatan itu tahu, bahwa ia dengan berbuat demikian merugikan orang-orang yang menguntungkan padanya, tak peduli apakah orang yang menerima keuntungan juga mengetahuinya atau tidak.”

Dengan adanya Pasal 1341 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut di atas, pihak yang ber-itikad baik akan dilindungi hak-haknya dengan cara tidak mencabut hak-hak yang dimiliki oleh pihak yang beritikad baik tersebut di dalam perjanjian.

Syarat sah Perjanjian sehingga berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya disebutkan dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu:

1. sepakat mereka mengikatkan dirinya.
2. cakap untuk membuat perikatan
3. suatu hal tertentu
4. Suatu sebab atau causa yang halal

Dua syarat pertama disebut Syarat Subjektif, karena menyangkut subjeknya atau para pihak yang mengadakan perjanjian, sedangkan dua syarat terakhir adalah mengenai objeknya disebut syarat objektif. Berikut ini uraian masing-masing syarat tersebut⁹¹ :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya

Dengan sepakat mengadakan perjanjian, maka berarti kedua pihak haruslah mempunyai kebebasan kehendak. Para pihak tidak mendapat

⁹¹ Abdul Kadir Muhammad, *Op Cit*, hal. 78.

suatu tekanan yang mengakibatkan adanya cacat bagi perwujudan kehendak tersebut. Menurut pasal 1321 KUHPerdara menyebutkan jika didalam suatu perjanjian terdapat kekhilafan, paksaan dan penipuan, maka berarti didalam perjanjian itu terjadi cacat pada kesepakatan antar para pihak dan karena itu perjanjian tersebut dapat dibatalkan.

2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan

Menurut Pasal 1329 menyebutkan setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan, kecuali jika undang-undang menyatakan bahwa orang tersebut adalah tidak cakap, orang-orang yang tidak cakap membuat perjanjian adalah orang-orang yang belum dewasa dan mereka yang ditaruh dibawah pengampuan.

3. Suatu hal tertentu

Undang-undang menentukan benda-benda yang tidak dapat dijadikan obyek perjanjian adalah benda yang digunakan untuk kepentingan umum. Perjanjian harus mempunyai objek tertentu. Menurut Pasal 1332 KUHPerdara menyebutkan hanya barang- barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Pasal 1334 KUHPerdara menyebutkan barang- barang yang baru akan ada, di kemudian hari dapat menjadi pokok suatu perjanjian.

4. Suatu sebab atau causa yang halal

Pengertian suatu sebab atau causa yang halal ialah bukan hal yang menyebabkan perjanjian, tetapi isi perjanjian itu sendiri. Isi perjanjian tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan maupun ketertiban umum menurut Pasal 1337 KUHPerdara

Kesepakatan Kerjasama dalam Waralaba Dalam Perjanjian tentang waralaba harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut⁹²:

⁹² Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis* (Bandung: Alumni, 2005) hal.40

1. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu Perjanjian waralaba yang disahkan secara Hukum.
2. Kesepakatan kerjasama ini menjelaskan secara rinci segala hak, kewajiban dan tugas dari pengwaralaba (*franchisor*) dan pewartalaba (*franchisee*).
3. Masing-masing Pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk beberapa Negara dijadikan syarat, untuk mendapatkan nasihat dari ahli Hukum yang kompeten, mengenai isi dari Perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya⁹³.

Asas- asas yang terdapat di dalam sebuah Perjanjian waralaba yakni, sebagai berikut⁹⁴:

1. Asas konsensualisme

Kesepakatan mereka yang mengikat diri adalah esensial dari hukum perjanjian. Asas ini dinamakan asas konsensualisme yang menentukan adanya perjanjian. Asas konsensualisme yang terdapat didalam Pasal 1320 KUHPerdara mengandung arti kemauan para pihak untuk saling berprestasi, ada kemauan untuk saling mengikat diri. Kemauan ini membangkitkan kepercayaan bahwa perjanjian itu dipenuhi atas kepercayaan merupakan nilai etis yang bersumber pada moral.

2. Asas kekuatan mengikat dari Perjanjian

bahwa para pihak harus memenuhi apa yang telah diperjanjikan, sebagaimana disebutkan dalam Pasal 1338 KUHPerdara bahwa perjanjian berlaku sebagai Undang-Undang bagi para pihak.

⁹³ Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, Op Cit*, hal 80

⁹⁴ Mariam Darus Badruzaman, *Op Cit* hal.45

3. Asas kebebasan berkontrak

Bahwa kebebasan berkontrak adalah salah satu asas dari hukum perjanjian dan ia tidak berdiri sendiri, maknanya hanya dapat ditentukan setelah kita memahami posisinya dalam kaitan yang terpadu dengan asas-asas hukum perjanjian yang lain, yang secara menyeluruh asas-asas ini merupakan pilar, tiang, pondasi dari hukum perjanjian

BAB III

PENGATURAN WARALABA DI INDONESIA

Pemerintah sebagai pemegang otoritas mempunyai kekuasaan untuk menerapkan peraturan-peraturan yang menyangkut hubungan bisnis bagi para pihak sekaligus melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan undang-undang, yaitu agar supaya undang-undang yang telah dibuat Pemerintah tersebut dapat dilaksanakan dengan baik tanpa adanya suatu pelanggaran atau penyelewengan. Perhatian Pemerintah yang begitu besar ini bertujuan memberikan perlindungan hukum serta kepastian hukum agar masing-masing pihak merasa aman dan nyaman dalam menjalankan bisnis khususnya yang terlibat dalam bisnis waralaba ini.

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia. Legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba⁹⁵, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Agak berbeda dengan ketentuan mengenai waralaba yang diatur di Amerika Serikat, mulai dari ketentuan Federal yang diatur dalam Titel 16, Chapter 1 *Federal Trade Commission (FTC), Sub Chapter D Part 436* tentang *Disclosure Requirements And Prohibitions Concerning Franchising And Business Opportunity Ventures*, maupun dalam aturan negara bagian berdasarkan pada *Uniform Franchise and Business Opportunities Act (UFBO)*; pengaturan mengenai waralaba di Indonesia tidaklah seketat pengaturan di Amerika Serikat. Belum lama ini telah dikeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun

⁹⁵ Indonesia. Peraturan Pemerintah No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Lembaran Negara No 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara No 3689

2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

3.1 Sebelum Berlakunya PP No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba

Sebelum Berlakunya PP No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, eksistensi bisnis waralaba di Indonesia sebenarnya telah mengalami perkembangan yang signifikan. Meskipun begitu, banyak kalangan masih mempersoalkan dasar hukum mengenai waralaba, karena suatu lembaga belum diakui keberadaannya jika belum ada dasarnya. Meskipun belum terdapat dasar hukum mengenai waralaba, pelaksanaan waralaba masih dapat dilakukan melalui suatu perjanjian yang diatur dalam Buku III KUHPerdara, karena pada dasarnya semua perjanjian dapat dibenarkan selama dilakukan secara sah serta tidak bertentangan dengan undang-undang dan kesulilaan⁹⁶.

Hal yang menjadi tonggak sejarah landasan hukum bagi waralaba adalah Putusan Mahkamah Agung No. 131K/PDT/1987 tanggal 14 November 1988 dalam perkara antara M.M Zen melawan PT. Orient Bina Usaha mengenai lembaga leasing. Walaupun putusan ini mengenai lembaga *leasing*, namun perkara ini memiliki persamaan dengan franchise yaitu keduanya sama-sama belum diatur oleh undang-undang dalam arti formal. Putusan MA ini dengan tegas mempertimbangkan bahwa:

- a. Walaupun lembaga *leasing* tidak diatur dalam KUHPerdara, tetapi dengan system kontrak terbuka yang dianut oleh KUHPerdara, dimana terdapat asas kebebasan berkontrak, maka pihak-pihak bebas untuk mengadakan perjanjian apa saja selama tidak bertentangan dengan Pasal 1320 KUHPerdara;
- b. Untuk mempertegas diakuinya eksistensi lembaga *leasing* serta unuk pengaturan dan pengawasannya telah dikeluarkan antara lain Surat Keputusan Bersama Menteri Keuangan dan Menteri Perdagangan No.

⁹⁶ Sudargo, *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*, (Bandung: PT Alumni, 1985), hal 9

Kep-122/MK/IV/2/1974, dan No. 30/KPBI/1974 tanggal 7 Februari 1974 tanggal 6 Mei 1974 tentang pendirian usaha *leasing*.

Pengaturan mengenai pelaksanaan waralaba dalam hal lisensi merek. Namun bukan berarti pemberian lisensi merek tidak diakui eksistensinya di Indonesia. Putusan MA No. 3051K/Sip/1981 tertanggal 26 Desember 1983 dalam perkara merek Gold Bond telah meneguhkan dasar hukum pemberian lisensi merek di Indonesia. Kaidah yang dituangkan dalam Putusan MA tersebut mengikuti kebiasaan dalam system hukum Anglo Saxon dan disebut sebagai *The Gold Bond Ruling*⁹⁷.

3.2 Pada saat berlakunya PP No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah ini merupakan turunan dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata (*Burgelijke Wetboek*, *Staatblads* 1847 Nomor 23) dan Undang-undang Pengaturan Perusahaan 1934 (*Bedrijfs Reglementerings Ordonantie* 1934, *Staatblads* 1938 Nomor 86). Tujuan dari pengaturan waralaba dalam PP No. 16 Tahun 1997 adalah untuk memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan bisnis waralaba. Peraturan Pemerintah ini merupakan bentuk upaya pengaturan, pembinaan, dan pengembangan waralaba dalam suatu peraturan perundang-undangan. Akan tetapi hal-hal yang diatur dalam PP No. 16 Tahun 1997 masih bersifat umum dan membutuhkan peraturan perundang-undangan yang lebih rendah untuk mengatur waralaba lebih lanjut.

Secara umum, hal-hal yang diatur dalam PP No. 16 Tahun 1997 meliputi definisi dari waralaba, definisi dari para pihak dalam waralaba, perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak dalam waralaba, dan pendaftaran usaha waralaba.

PP No. 16 Tahun 1997 mendefinisikan waralaba sebagai berikut:

⁹⁷ *Ibid*, hal 126

Perikatan dimana 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 rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Dari umusan yang diberikan tersebut dapat diuraikan hal-hal sebagai berikut:

1. Waralaba merupakan suatu perikatan.
Sebagai suatu perikatan, waralaba tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
2. Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan satu ciri khas usaha. Hak atas kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Dan yang dimaksud dengan penemuan atau dagang atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.
Akibat dari ketentuan di atas adalah bahwa sampai dengan derajat tertentu, waralaba tidak berbeda dengan lisensi (Hak atas Kekayaan Intelektual), khususnya yang berhubungan dengan waralaba nama dagang atau merek dagang baik untuk produk berupa barang maupun jasa tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 juga mengakui adanya dua bentuk waralaba, yaitu :
 - a. waralaba dalam bentuk lisensi merek dagang atau produk;
 - b. waralaba sebagai suatu format bisnis.
3. Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Waralaba tidak diberikan secara cuma-cuma. Pemberian franchise senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu. Secara umum dikenal ada dua macam atau dua bentuk kompensasi yang dapat diminta oleh pemberi waralaba. Yang pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*), dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung bukan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and non-monetary compensation*).

Kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*) meliputi:

- a. *Lump-sum payment*, suatu jumlah uang yang telah dihitung terlebih dahulu (*pre-calculated amount*) yang wajib dibayarkan oleh penerima waralaba pada saat persetujuan pemberian waralaba disepakati untuk diberikan oleh penerima waralaba. Pembayaran ini dapat dilakukan sekaligus maupun dalam beberapa kali pembayaran cicilan.
- b. *Royalty*, yang besar atau jumlah pembayarannya dikalikan dengan suatu presentase tertentu yang dihitung dari jumlah produksi, dan/atau penjualan barang atau jasa yang diproduksi atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba, baik yang disertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah *royalty* tertentu atau tidak. Besarnya *royalty* yang terkait dengan jumlah produksi, penjualan atau cenderung meningkat ini pada umumnya disertai dengan penurunan besarnya presentase *royalty* yang harus dibayarkan tetap akan menunjukkan kenaikan seiring dengan peningkatan jumlah produksi, penjualan atau keuntungan penerima lisensi.

Kemudian yang termasuk dalam kompensasi tidak langsung bukan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and non-monetary compensation*) adalah:

- a. Keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang modal atau bahan mentah, bahan setengah jadi termasuk barang jadi, yang merupakan satu paket dengan pemberian waralaba dan seringkali dibuat dalam bentuk *exclusive purchase agreement*.
- b. Pembayaran dalam bentuk dividen ataupun bunga pinjaman dalam hal pemberi waralaba juga turut memberikan bantuan finansial baik dalam bentuk ekuitas (*equity participant*) atau dalam wujud pinjaman (*loan*) jangka pendek maupun jangka panjang.
- c. *Cobshifting* atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus dikeluarkan oleh pemberi waralaba. Pengalihan ini biasanya dilakukan dalam bentuk kewajiban bagi penerima waralaba untuk mengeluarkan segala biaya yang diperlukan untuk mencegah terjadinya pelanggaran maupun untuk mempertahankan perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual yang termasuk dalam paket waralaba yang ditawarkan kepadanya.
- d. Perolehan data pasar dari kegiatan usaha yang dilakukan oleh penerima lisensi. Dengan ini berarti pemberi waralaba memiliki akses yang lebih luas untuk mengembangkan lebih lanjut waralaba tersebut.
- e. Dimungkinkan terjadinya penghematan biaya oleh pemberi waralaba dalam banyak hal. Ini dimungkinkan karena pada prinsipnya kegiatan operasional pelaksanaan waralaba yang diberikan berada dalam puncak penerima waralaba. Ini berarti pemberi waralaba hanya cukup melakukan pengawasan saja atas jalannya pemberian waralaba tersebut.

Jika melihat pada PP No. 16 Tahun 1997, kompensasi yang diizinkan dalam pemberian waralaba menurut peraturan ini hanyalah imbalan dalam bentuk kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*). Hal ini dapat dilihat dari persyaratan pernyataan “berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang atau jasa.”

Menurut pasal 2 PP No. 16 tahun 1997 menegaskan bahwa perjanjian waralaba (*franchise agreement*) harus dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia dan tunduk pada hukum Indonesia. Artinya perjanjian waralaba (*franchise agreement*) tidak boleh tunduk kepada hukum Negara lain.

Selanjutnya, pasal 3 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba (*franchisor*) wajib menyampaikan keterangan kepada penerima waralaba (*franchisee*) secara tertulis mengenai:

- a. Nama pihak pemberi waralaba (*franchisor*), berikut keterangan mengenai kegiatan usaha.

Keterangan mengenai pemberi waralaba (*franchisor*) menyangkut identitasnya, antara lain nama atau alamat pemberi waralaba (*franchisor*), pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan waralaba, keterangan mengenai penerima waralaba (*franchisee*) yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.

- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba.
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus diterima penerima waralaba (*franchisee*), yaitu antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu.
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*).

Keterangan mengenai prospek kegiatan waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek yang dimaksud.

- e. Hak dan kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*)

Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan dan pedoman kerja.

- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian franchisee serta hal-hal lain yang perlu diketahui pemberi waralaba (*franchisee*) dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Pasal 4 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 mewajibkan para pihak untuk mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba. Melalui ketentuan ini Pemerintah berharap dapat meningkatkan pengembangan usaha kecil dan menengah di Indonesia.

Kemudian Pasal 7 PP No. 16 Tahun 1997 mengharuskan pendaftaran perjanjian waralaba beserta keterangan tertulisnya di Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Pendaftaran ini dilakukan oleh pemberi waralaba (*franchisee*) dalam waktu lambat 30 (tiga puluh) hari sejak berlakunya Perjanjian Waralaba. Jika hak ini dilanggar maka Departemen Perindustrian dan Perdagangan akan memberikan sanksi terberat berupa pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis.

3.3 PP No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ini menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997. Lahirnya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba ini dilandasi upaya pemerintah meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia sehingga perlu mendorong pengusaha nasional, terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) nasional yang mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pemberi waralaba (*franchisor*), baik pemberi waralaba (*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 waralaba. Di samping itu, pemerintah perlu memantau dan menyusun data waralaba, baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, sebelum pemberi waralaba (*franchisor*) membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba (*franchisee*), pemberi waralaba (*franchisor*) harus menyampaikan penawaran waralaba kepada pemerintah dan calon penerima waralaba (*franchisee*). Selain itu, apabila terjadi kesepakatan waralaba, pemberi waralaba (*franchisor*) harus menyampaikan perjanjian waralaba tersebut kepada pemerintah. Dengan peraturan pemerintah yang baru ini setidaknya dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisor*) dalam memasarkan produknya.

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 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 jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sesuai peraturan tersebut diharapkan bisnis waralaba yang dijual di pasar benar-benar bisnis yang telah terbukti layak untuk dikembangkan oleh penerima waralaba (*franchisee*). Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 memuat salah satu hal penting, yaitu persyaratan bisnis yang bias diwaralabakan, yang dimuat pada Pasal 3. Adapun persyaratannya ialah bisnis memiliki ciri khas usaha, terbukti telah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan baranag 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.

Untuk lebih menjamin kelayakan usaha bisnis yang diwaralabakan, pada bagian lain peraturan pemerintah ini, pemberi waralaba (*franchisor*) diwajibkan memperlihatkan prospek kepada calon penerima waralaba (*franchisee*). Isi prospek setidaknya memuat data identitas pemberi waralaba

(*franchisor*), legalitas usaha, sejarah kegiatan usaha, struktur organisasi, laporan keuangan dua tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba (*franchisee*), serta hak dan kewajiban penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*).

Dalam peraturan ini tercantum kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba (*franchisee*) secara berkesinambungan. Terdapat sanksi administrative berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba bagi pemberi waralaba (*franchisor*) yang tidak melakukan pembinaan penerima waralaba (*franchisee*) sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ke-3.

Penggunaan bahasa Indonesia dalam perjanjian merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan untuk melindungi penerima waralaba (*franchisee*) dalam negeri. Yang penting diperhatikan juga, bisnis waralaba dapat terselenggara berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*) berdasarkan hukum di Indonesia. Hal ini telah ditegaskan dalam Pasal 4, pada ayat (1) ditegaskan bahwa, “Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia”. Pada ayat (2) ditegaskan, “Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia”

Perjanjian waralaba tersebut harus memuat klausul nama dan alamat para pihak, jenis hak atas kekayaan intelektual, kegiatan usaha, serta hak dan kewajiban semua pihak. Perjanjian tersebut juga harus memuat 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 Waralaba 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 Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- f) Wilayah usaha
- g) Jangka waktu perjanjian
- h) Tata cara pembayaran imbalan
- i) Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j) Penyelesaian sengketa; dan
- k) Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian”

Selanjutnya ketentuan Pasal 6 ayat (1) menyatakan, “Perjanjian Waralaba dapat memuat klausul pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain”. Pasal 6 ayat (2) menyatakan, “Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk Penerima Waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha Waralaba.

Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 berisi pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) harus mendaftarkan usahanya ke Departemen Perdagangan paling lambat satu tahun sejak Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 diberlakukan, yakni tertanggal 23 Juli 2007. Menteri Perdagangan lalu menerbitkan surat tanda pendaftaran waralaba apabila permohonan telah memenuhi syarat. “Surat tanda pendaftaran waralaba berlaku lima tahun dan dapat diperpanjang, proses ini tidak dipungut biaya”. Bila tidak mendaftarkan, maka dikenakan sanksi administrative berupa denda Rp. 100 juta atau pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Syarat waralaba serta sanksi denda bagi pemberi

waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisor*) yang tidak mendaftarkan diri memang baru ada di Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Tujuannya adalah untuk mendidik dan menertibkan para pengusaha waralaba di Indonesia agar patuh kepada peraturan.

Namun, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 memiliki kekurangan, peraturan ini memiliki permasalahan yuridis yang dapat menjadi kendala pengembangan usaha kecil dan menengah untuk tumbuh menjadi pemberi waralaba (*franchisor*). Peraturan Pemerintah ini sangat ketat sehingga dikuatirkan bisnis waralaba 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 waralaba adalah Pasal 3 dan Pasal 8 yang mewajibkan pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memberikan pelatihan, bimbingan operasional, manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada pemberi waralaba (*franchisee*) secara terus menerus. Jadi pemberi waralaba (*franchisor*) harus memiliki lembaga pelatihan sendiri yang sulit dimiliki oleh usaha kecil. Jika tidak dilakukan, maka pemberi waralaba (*franchisor*) dapat diberi sanksi oleh pemerintah antara lain dengan denda 100 juta rupiah.

Sebenarnya dalam bisnis waralaba, ketentuan memang sudah seharusnya ada, keberadaan pasal-pasal tersebut bisa meminimalisasi pertumbuhan peluang bisnis yang mengatasnamakan waralaba. Dampaknya, akan banyak bisnis yang tidak menyebutnya bisnis waralaba lagi.

Namun, ketentuan pasal 3 dan 8 tersebut memiliki kelemahan. Di satu sisi pemerintah ingin memberdayakan pengusaha kecil dan menengah sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) yang handal dan memiliki daya saing di dalam maupun di luar negeri, tetapi di sisi lain peraturan pemerintah baru itu sangat memberatkan pemberi waralaba (*franchisor*) kecil karena secara implisit maupun eksplisit, Pasal 3 hanya bisa dipenuhi oleh perusahaan menengah dan

besar. Usaha kecil hampir tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kriteria tersebut. Padahal menurut Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil, usaha kecil adalah usaha dengan kekayaan bersih maksimal Rp. 200 juta, tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, serta omzet tahunan kurang dari Rp 1 miliar. Sedangkan dari sekitar 480 merek waralaba, sebanyak 80% tergolong usaha kecil⁹⁸. Oleh karena itu, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 itu seharusnya dicantumkan aspek hukum tentang hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) yang lebih mendetail.

Namun Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2007 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 waralaba sehingga bisa merambah ke luar negeri. Peraturan Pemerintah ini akan sangat efektif dalam menata bisnis waralaba di Indonesia untuk menjadi lebih baik, asalkan ada pembinaan dari pemerintah. Karena bagaimanapun, jika hanya sebatas peraturan makan tidak akan berjalan secara efektif. Efektif atau tidaknya peraturan pemerintah ini sangat tergantung pada komitmen Pemerintah. Pemerintah sudah mengeluarkan peraturan pemerintah tersebut sehingga pemerintah juga harus konsekuen.

Selain itu, keberadaan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 sangat penting sebagai filter untuk membatasi maraknya peluang bisnis atau waralaba yang eksistensi usahanya belum terbukti. Dengan peraturan pemerintah ini diharapkan mampu menjamin hak-hak penerima waralaba (*franchisee*) yang telah menanamkan modalnya dan menertibkan peluang bisnis yang tidak layak usaha.

⁹⁸ <http://m.inilah.com/read/detail/2028/pp-waralaba-hambat-usaha-kecil/> ,diakses 23 Februari 2011

Apabila kita cermati Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, terdapat beberapa konsep perlindungan hukum terhadap usaha waralaba, yaitu:

- a. Pasal 3 huruf f yang menyebutkan bahwa waralaba harus merupakan suatu hak kekayaan intelektual yang sudah terdaftar. Sehingga terdapat kepastian hukum dalam bisnis waralaba, menghilangkan keraguan akan waralaba yang ditawarkan;
- b. Terdapatnya ketentuan yang mengharuskan dibuatnya perjanjian waralaba dalam Bahasa Indonesia;
- c. Keharusan pemberi waralaba untuk memberikan prospektus sebelum membuat perjanjian waralaba, sehingga sangat melindungi kepentingan calon penerima waralaba. Adanya aturan ini memberikan ruang bagi calon penerima waralaba untuk terlebih dahulu mempelajari waralaba yang bersangkutan;
- d. Ada keharusan untuk mencantumkan klausula minimal dalam perjanjian waralaba, hal ini akan menciptakan keseimbangan posisi para pihak dalam perjanjian sekaligus memberikan perlindungan hukum.

3.4 Permendag No 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Cara

Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.31/M-DAG/PER/8/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba Pasal 1 angka 4, pemberian waralaba dapat dilakukan dengan pemberian hak lebih lanjut kepada penerima waralaba utama untuk mewaralabakannya kembali kepada penerima waralaba lanjutan. Pada praktiknya hal ini biasa disebut dengan istilah *master franchise*, yang kesepakatan pemberian waralabanya dibuat dalam perjanjian penerima waralaba lanjutan (*master franchise agreement*). Namun, dalam peraturan ini tidak dirumuskan pengertian dari *master franchise agreement*,

hanya diberikan pengertian perjanjian waralaba yang dibedakan dari perjanjian waralaba lanjutan.

Kewajiban pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menyampaikan keterangan kepada pemberi waralaba (*franchisee*) juga dirumuskan dalam Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.31/M-DAG/PER/8/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba Pasal 5, yang mensyaratkan bahwa, “Sebelum membuat perjanjian Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospectus mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada Penerima Waralaba”

Dalam peraturan ini juga diisyaratkan bahwa sebelum membuat perjanjian waralaba lanjutan, penerima waralaba utama wajib memberitahukan secara tertulis dengan dokumen otentik kepada penerima waralaba lanjutan bahwa penerima waralaba utama memiliki hak atau izin membuat perjanjian waralaba lanjutan yang dibuat antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan dengan sepengetahuan pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba diatur dalam Pasal 5 dan Pasal 6 Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.31/M-DAG/PER/8/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, yang menyebutkan bahwa perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba sekurang-kurangnya membuat klausul, mengenai hal-hal sebagai berikut :

1. Nama, alamat, dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak. Hal ini berhubungan dengan identitas pemberi waralaba, yang meliputi:
 - a. Pemberi waralaba dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di Negara asalnya dan diketahui oleh pejabat perwakilan Republik Indonesia setempat

- b. Pemberi waralaba dari dalam negeri wajib memiliki Surat Ijin Usaha Perdagangan dan/atau izin usaha dari departemen teknis lainnya.
2. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian. Ketentuan ini pada prinsipnya berhubungan dengan kewenangan bertindak para pihak, yang merupakan persyaratan sahnya suatu perjanjian menurut ketentuan yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
3. Nama dan jenis hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau cirri khas usaha, misalnya system manajemen serta cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
4. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba. Secara umum, hak dan kewajiban pemberi waralaba maupun penerima waralaba dapat dirumuskan sebagai berikut
 - a. Kewajiban Pemberi Waralaba (*Franchisor*)
 - 1) Memberikan semua informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau cirri khas usaha, misalnya system manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi
 - 2) Memberikan bantuan pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada penerima waralaba
 - b. Hak Pemberi Waralaba (*Franchisor*)
 - 1) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba
 - 2) Memperoleh laporan-laporan secara berskala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba
 - 3) Mewajibkan penerima waralaba untuk menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau cirri khas usaha, misalnya sitem manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang

merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.

- 4) Mewajibkan agar penerima waralaba tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang diwaralabakan
- 5) Menerima pembayaran royalty dalam bentuk, jenis, dan jumlah yang dianggap layak olehnya
- 6) Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada penerima waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh penerima waralaba selama masa pelaksanaan waralaba.

c. Kewajiban Penerima Waralaba (*Franchisee*)

- 1) Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh pemberi waralaba guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau cirri khas usaha, misalnya sistem manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.
- 2) Memberikan keleluasaan kepada pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa penerima waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik
- 3) Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba
- 4) Membeli barang modal tertentu maupun barang-barang tertentu lainnya dalam ranke pelaksanaan waralaba dari pemberi waralaba
- 5) Menjaga kerahasiaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau cirri khas usahan, misalnya system

manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

- 6) Melakukan pendaftaran waralaba
- 7) Melakukan pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama
- 8) Jika terjadi pengakhiran waralaba, maka wajib mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperolehnya

d. Hak Penerima Waralaba (*Franchisee*)

- 1) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba yang diperlukan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut
- 2) Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual serta penemuan atau ciri khas usaha, misalnya system manajemen dan cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba.

Dalam peraturan sebelumnya yaitu Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/7/1997 terdapat ketentuan yang bersifat preventif⁹⁹. Ketentuan tersebut dapat dilakukan dalam bentuk sebagai berikut :

1. Kewajiban bagi pemberi waralaba (*franchisor*) untuk menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba (*franchisee*) sebelum perjanjian waralaba ditandatangani kedua belah pihak.

⁹⁹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba, Op Cit*, hal 35

2. Adanya ketentuan yang mengatur mengenai klausul minimum yang diatur dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*)
3. Kewajiban untuk melakukan pendaftaran perjanjian waralaba kepada Dinas Perindustrian dan Perdagangan, termasuk atas setiap perubahannya
4. Kewajiban untuk melakukan pelaporan berkala atas pelaksanaan waralaba. Sebagai bentuk perjanjian, para pihak dalam perjanjian waralaba yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) bebas mengaturnya sepanjang:
 - a. Memenuhi persyaratan sahnya perjanjian sesuai Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, dan
 - b. Tidak bertentangan dengan ketentuan memaksa yang telah diatur dalam Peraturan Pemerintah No 16 Tahun 1997 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006

BAB IV

**PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PARA PIHAK DALAM
PERJANJIAN WARALABA ANTARA PT IMPERIUM HAPPY PUPPY
DENGAN PIHAK X**

Perjanjian yang akan dianalisis adalah Perjanjian Waralaba yang dilakukan antara pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X. Perjanjian yang dipakai dalam menganalisis asas-asas tersebut akan dilampirkan. Analisis akan dilakukan melalui sudut pandang hukum perjanjian maupun hukum waralaba yang berlaku secara umum maupun secara khusus di Indonesia

4.1 Subjek Hukum dari Perjanjian Waralaba

Subjek hukum dari perjanjian waralaba ini adalah PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X. PT Imperium Happy Puppy merupakan subjek hukum berbentuk badan hukum, sementara Pihak X adalah subjek perjanjian dari orang-perorangan. Dalam hal ini PT Imperium Happy Puppy adalah pemberi waralaba (*Franchisor*) sedangkan Pihak X adalah penerima waralaba (*Franchisee*). Kedua subjek hukum ini memiliki kewajiban dan hak yang harus dipenuhi antara satu dengan yang lainnya.

4.2 Obyek Hukum dari Perjanjian Waralaba

Objek hukum dari perjanjian waralaba ini adalah hak eksklusif dari PT Imperium Happy Puppy kepada Pihak X untuk menjalankan usaha Karaoke keluarga dengan nama Happy Puppy.

4.3 Periode dari Perjanjian Waralaba

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/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 waralaba ini para pihak telah menyepakati jangka waktu 10 tahun untuk berlakunya perjanjian waralaba ini. Dengan demikian di dalam perjanjian ini terdapat kewajiban bagi para pihak untuk memperpanjang kembali perjanjian waralaba sebagaimana ditentukan di dalam Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

4.4 Terjadinya perjanjian waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X.

Perjanjian menurut asas konsensualisme dinyatakan suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan antara kedubelah pihak mengenai hal-hal pokok yang menjadi objek perjanjian. Kehendak kedua belah pihak dari pihak PT Imperium Happy Puppy maupun dari Pihak X dinyatakan secara tertulis dalam bentuk perjanjian. Sejak pada penandatanganan itu pula maka perjanjian waralaba yang disepakati menimbulkan akibat hukum bagi kedua belah pihak. Pernyataan secara tertulis ini merupakan syarat formil yang harus dipenuhi dalam perjanjian waralaba. Pemenuhan syarat materiil dalam 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan syarat formil dalam pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 merupakan syarat agar suatu perjanjian dapat dikatakan sah.

Akibat dari perjanjian waralaba adalah akan timbulnya apa yang disebut dengan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban di bidang hukum harta kekayaan ini bersifat relatif, dikatakan relatif karena hubungan hukum ini hanya bisa dituntut dan dipertahankan terhadap pihak-pihak tertentu yang terikat dalam perjanjian. Pihak-pihak tertentu ini adalah PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X yang terikat baik karena ketentuan undang-undang maupun karena perjanjian waralaba itu sendiri.

Perjanjian waralaba PT Imperium Happy Puppy ini menurut pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berlaku sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya dan menyebabkan akibat hukum sesuai dengan pasal 1315 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata hanya bagi pihak PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X. Pada Pasal 1339 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menetapkan lebih lanjut lagi tentang perjanjian ini yaitu apabila dikaitkan dengan perjanjian waralaba PT Imperium Happy Puppy ini maka perjanjian ini tidak saja mengikat pada apa yang dicantumkan semata-mata dalam perjanjian, tetapi juga pada apa yang menurut sifatnya perjanjian itu dikehendaki oleh keadilan, kebiasaan atau undang-undang. Dalam Pasal 1347 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata bahkan ditetapkan bahwa hak-hak atas kewajiban-kewajiban yang sudah lazim diperjanjikan dalam suatu perjanjian, meskipun pada suatu waktu tidak dimasukkan dalam perjanjian harus juga dianggap tercantum dalam perjanjian. Hal-hal diluar perjanjian waralaba PT Imperium Happy Puppy meskipun tidak mencantumkan hal itu akan tetapi apabila suatu yang lazim dalam perjanjian maka tetap dianggap dicantumkan dalam perjanjian.

Perjanjian menimbulkan perikatan. Perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X menimbulkan Perikatan diantara kedua belah pihak yang berarti suatu hubungan hukum antara dua orang. Perikatan ini memberi hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya diwajibkan memenuhi tuntutan itu begitu pula sebaliknya.

4.5 Penerapan Syarat Sahnya Perjanjian dalam Perjanjian Waralaba antara PT. Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

Perjanjian waralaba yang dilakukan antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X dituangkan dalam surat perjanjian dengan judul “NOTA KESEPAKATAN” yang sebenarnya agak kurang spesifik sebagai judul dari suatu perjanjian waralaba. Seharusnya dicantumkan nama dari Pihak Pemberi Waralaba (*Franchisor*).

Suatu Perjanjian harus memenuhi syarat sah sebuah perjanjian tertulis yang terdapat dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Adapun syarat-syarat itu adalah sebagai berikut :

a. Sepakat

Maksud dari sepakat adalah bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus setuju dengan hal-hal pokok dari perjanjian yang dilangsungkan. Dalam hal ini terjadi kesepakatan antara PT Imperium dengan Pihak X. Kesepakatan secara tertulis ini terlihat dalam perjanjian waralaba PT Imperium dengan Pihak X dimana dinyatakan kedua belah pihak telah sepakat untuk dan dengan itu mengadakan perjanjian waralaba dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian.

b. Cakap

Orang yang membuat perjanjian harus cakap secara hukum.pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa dan akil balik dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum¹⁰⁰. Dalam pasal 1329 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dinyatakan setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan cakap. Dalam perjanjian waralaba PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X kedua belah pihak yang bertanda tangan cakap dalam membuat perjanjian. Hal ini dapat dilihat dari kedua belah pihak sebagai berikut

1) Pihak PT Imperium Happy Puppy

PT Imperium Happy Puppy dalam hal ini diwakili oleh Santoso Setyadji selaku Direktur Utama. Sesuai dengan 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

¹⁰⁰ Subekti, *Hukum Perjanjian*, Op Cit, hal 7

(2) Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, Direksi berwenang menjalankan pengurusan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sesuai dengan kebijakan yang dipandang tepat, dalam batas yang ditentukan dalam undang-undang ini dan/ atau anggaran dasar. Menurut Pasal 98 ayat (1) Undang-Undang No 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas bahwa Direksi mewakili Perseroan baik di dalam maupun di luar pengadilan. Sehingga Santoso Setyadji selaku Direktur Utama merupakan subjek yang cakap di dalam peraturan perundang-undangan untuk membuat suatu perjanjian

2) Pihak X

Subjek hukum alami yang beralamat di Jakarta.

c. Hal tertentu

Perjanjian harus menentukan jenis objek yang diperjanjikan, jika tidak maka perjanjian itu batal demi hukum. Pasal 1322 dan Pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa barang yang menjadi onyek perjanjian harus:

1. Barang yang dapat diperdagangkan
2. Barang yang dapat ditentukan lain jenisnya

Dalam perjanjian ini yang menjadi pokok perjanjian adalah pemberian hak atau izin atas penggunaan merek dagang, lisensi, produk dan system pengelolaan bisnis dari PT Imperium Happy Puppy kepada Pihak X. Kemudian Pihak X memberikan prestasi berupa sejumlah uang yang harus diberikan kepada PT Imperium Happy Puppy.

Seharusnya hak-hak dan kewajiban-kewajiban kedua belah pihak juga diuraikan dalam suatu perjanjian waralaba. Namun di dalam perjanjian waralaba ini tidak diuraikan mengenai hak-hak masing-masing pihak.

Kewajiban dari pihak penerima waralaba diatur dalam pasal 5 dari perjanjian waralaba ini. Pasal 5 ayat (1) menyatakan bahwa penerima waralaba wajib menyediakan seluruh dana yang dibutuhkan untuk membiayai biaya lisensi waralaba dan kewajiban-kewajibannya sebagai terwaralaba, biaya desain untuk dekorasi interior dan instalasi kabel-kabel, partisi dinding ruang karaoke dan dekorasinya, peralatan audio-video, peralatan kantor, peralatan dapur, air conditioner, furniture, komputer dan program, koleksi VCD untuk backup, stationari termasuk seragam, promosi awal dan Neon sign, biaya perjalanan pewartalaba dan karyawannya ke tempat usaha, instalasi kabel dan saluran asap, biaya pelatihan karyawan termasuk gaji selama pelatihan, komisi kepada pewartalaba. Pasal 5 ayat (2) menyatakan bahwa penerima waralaba wajib menyediakan dana pembangunan usaha dengan kapasitas 12 kamar karaoke sebesar kurang lebih satu milyar tiga ratus dua puluh juta rupiah secara tepat waktu, dan tidak termasuk dalam perkiraan dana tersebut adalah biaya kepemilikan atau penguasaan tempat usaha, biaya perijinan, modal kerja yang diperkirakan sebesar dua puluh juta rupiah. Pasal 5 ayat (3) menyebutkan bahwa penerima waralaba wajib mengurus perijinan-perijinan yang diperlukan bagi beroperasinya sebuah Karaoke Keluarga.

Sedangkan kewajiban dari pemberi waralaba dicantumkan dalam Pasal 6, yang menyatakan bahwa pihak pemberi waralaba wajib bertanggung jawab dalam pembuatan layout, pembuatan desain interior dengan menetapkan desainer yang ditunjuk, pembuatan perincian anggaran investasi, menetapkan spesifikasi-spesifikasi, melakukan pengawasan terhadap pembangunan usaha,, memberikan keterangan jelas tentang supplier peralatan, pembelian peralatan-peralatan, stationari 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 usaha bisnis, pengarahan dan pengawasan prosedur operasional usaha.

d. Suatu sebab yang halal

Dalam pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dinyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan. Causa dalam perjanjian waralaba ini adalah ingin memiliki usaha Karaoke Keluarga Happy Puppy dengan system waralaba. Causa dalam perjanjian ini tidak terlarang dan tidak palsu sehingga tidak menyebabkan perjanjian ini batal demi hukum.

Dengan telah dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian menurut pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, maka perjanjian waralaba PT Imperium Happy Puppy menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Selanjutnya dalam Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa Perjanjian Waralaba setidaknya harus memuat klausula :

- 1) Pada pasal 4 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X sudah memenuhi ketentuan ini dengan terdapat perjanjian tertulis antara kedua belah pihak
- 2) Dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 dinyatakan bahwa perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit nama dan alamat para pihak, jenis Hak Kekayaan Intelektual, kegiatan usaha, hak dan kewajiban para pihak, bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tata cara pembayaran imbalan, kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, penyelesaian sengketa dan tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian. Dalam hal perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X telah memenuhi seluruh klausula yang wajib ada

- 3) Dalam pasal 6 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 dinyatakan bahwa perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain

4.6 Penerapan Asas-Asas Perjanjian dalam Perjanjian Waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

Seperti perjanjian-perjanjian pada umumnya, perjanjian waralaba juga menganut asas-asas sebagai berikut:

1. Asas Kebebasan Berkontrak

Arti dari asas ini adalah para pihak dapat membuat berbagai kesepakatan asalkan tidak menyimpangi Undang-Undang dan sepanjang tidak bertentangan dengan keadilan, kepatutan, dan kesusilaan. Dalam perjanjian antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X para pihak bebas membuat dan menentukan isi perjanjian selama tidak bertentangan dengan keadilan, kepatutan, dan kesusilaan. Penerapan asas ini dapat terlihat dalam penentuan bentuk kerja sama, jangka waktu perjanjian, hak dan kewajiban para pihak dan hal-hal lain terkait pengelolaan waralaba.

2. Asas Konesesualisme (Kesepakatan)

Menurut asas konesesualisme, suatu perjanjian telah lahir saat tercapainya kesepakatan, walaupun kesepakatan tersebut hanya dilakukan secara lisan. Namun dalam suatu perjanjian waralaba, sahnya perjanjian waralaba tidak dapat tercapai hanya dengan kesepakatan lisan semata. Menurut pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007, perjanjian waralaba harus dibuat secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Selain itu menurut Pasal 11 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 perjanjian waralaba harus didaftarkan oleh penerima waralaba kepada Kementerian Perdagangan Republik Indonesia. Oleh karena itu perjanjian waralaba tidak didasarkan oleh asas konesesualisme semata karena perjanjian waralaba harus dibuat tertulis dan harus didaftarkan

3. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa : “Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Adapun maksud dari asas ini tidak lain untuk mendapatkan kepastian hukum bagi para pihak, maka sejak dipenuhinya syarat sahnya perjanjian maka sejak saat itu juga perjanjian mengikat para pihak yang membuatnya seperti undang-undang.

Dengan demikian maka PT Imperium Happy Puppy dan Pihak X terikat pada perjanjian yang telah mereka sepakati dan perjanjian ini akan berlaku layaknya undang-undang bagi mereka. Terikatnya para pihak pada perjanjian itu tidak semata-mata terbatas pada apa yang diperjanjikan akan tetapi juga terhadap unsur lain sepanjang dikehendaki oleh kebiasaan dan kepatutan serta moral. Demikianlah sehingga asas-asas moral, kepatutan dan kebiasaan yang mengikatkan para pihak.

4. Asas Itikad Baik

Pasal 1338 ayat (3) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan “perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Itikad baik dalam perjanjian mengacu pada kepatutan dan keadilan, sehingga dalam pelaksanaan perjanjian disyaratkan dilaksanakan dengan itikad baik. Itikad baik yang terdapat dalam perjanjian antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X adalah keinginan Pihak X untuk menjalankan usaha yang dimiliki oleh PT Imperium Happy Puppy dengan memberikan imbalan tertentu

5. Asas Kepercayaan

Seseorang yang mengadakan perjanjian dengan pihak lain , menumbuhkan kepercayaan diantara kedua pihak itu bahwa satu sama lain akan memegang janjinya, dengan kata lain akan memenuhi prestasinya di belakang hari. Tanpa adanya kepercayaan itu tidak mungkin akan diadakan oleh para pihak. Asas kepercayaan menjadi sangat penting dalam perjanjian

waralaba untuk menjaga rahasia-rahasia dagang. Asas ini sangat dibutuhkan agar para pihak tidak mengungkapkan pada pihak lain dan atau memakai segala informasi yang diperoleh dari hubungan kerjasama yang diperjanjikan.

6. Asas Kesetaraan

Asas ini menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan, walaupun ada perbedaan kulit, bangsa, kekayaan, kekuasaan, jabatan dan lain-lain. Asas kesetaraan dalam perjanjian waralaba menjadi penting untuk menunjukkan bahwa hubungan yang timbul dari perjanjian bukan hubungan keagenan atau hubungan subordinasi antara perusahaan induk dengan anak perusahaannya. Para pihak dalam perjanjian waralaba memiliki kedudukan yang setara.

7. Asas Keuntungan Timbal Balik

Keuntungan timbal balik merupakan dasar untuk menjalin kemitraan yang langgeng. Perjanjian antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X bertujuan untuk saling memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, Pihak X menjalankan usaha yang dimiliki PT Imperium Happy Puppy dan PT Imperium Happy Puppy mendapatkan imbalan berupa pembayaran biaya lisensi dan royalti dari Pihak X.

8. Asas Kepribadian

Perjanjian yang dibuat hanya berlaku bagi pihak yang mengadakan perjanjian itu sendiri (Pasal 1315 jo. Pasal 1340 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata), pengecualiannya menurut pasal 1317 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perjanjian antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X hanya mengikat para pihak yang terdapat dalam perjanjian ini.

9. Asas Desentralisasi

Pemerintah dalam hal ini memberikan wewenang dan kebebasan kepada setiap usaha besar ataupun usaha menengah bersama mitra usahanya untuk

mendesain dan merancang sendiri pola kemitraan yang akan dilakukan sesuai dengan kesepakatan antara masing-masing pihak yang bermitra. Waralaba merupakan salah satu pola kemitraan yang dapat dipilih untuk menjalankan usaha. Namun untuk menjalankan waralaba, para pihak harus tetap memperhatikan hukum yang berlaku, diantaranya adalah Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

4.7 Penerapan Syarat-Syarat Waralaba dalam Perjanjian Waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

Menurut Pasal 3 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, agar suatu usaha dapat disebut sebagai waralaba maka usaha tersebut harus memenuhi criteria sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas usaha
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan
3. Memiliki standart atas pelayanan dan barang/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis
4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
6. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar

Begitu pula dengan PT Imperium Happy Puppy, untuk dapat menilai apakah PT Imperium Happy Puppy dapat disebut sebagai waralaba maka harus dilihat dari ketentuan tersebut

1. Memiliki ciri khas usaha

Ciri khas dari PT Imperium Happy Puppy adalah penggunaan merek dagang Happy Puppy dengan tujuan untuk memudahkan publik untuk mengidentifikasi produk dan merek yang ditawarkan. Selain itu yang menjadi cirri khas usaha ini adalah pada desain, logo, gerai dan konsep karaoke keluarga tersebut maka image karaoke yang tadinya identik dengan

hiburan malam dapat dibantah dengan adanya konsep tersebut sehingga konsumen akan lebih tertarik untuk mengunjungi gerai tersebut.

2. Terbukti sudah memberikan keuntungan

Happy Puppy terbukti sudah memberikan keuntungan, hal ini dapat dilihat dari berkembang pesatnya usaha ini dengan telah dibukanya hampir di seluruh kota-kota besar di Indonesia dalam jangka kurang dari lima tahun. Jumlah gerai ini diharapkan akan terus menambah.

3. Memiliki standart atas pelayanan dan barang/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis

Bisnis Karaoke Keluarga Happy Puppy menggunakan metode dan prosedur bisnis serta semua pengetahuan dan informasi yang telah dikembangkan oleh PT Imperium Happy Puppy. Metode dan prosedur bisnis ini dituliskan dalam satu standart operasional prosedur yang menjadi pedoman bagi penerima waralaba yakni Pihak X.

4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan

Salah satu syarat usaha waralaba adalah mudah diajarkan artinya bahwa usaha yang dijalankan mudah untuk dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba. Usaha ini, dapat dijalankan oleh siapa saja walaupun orang atau perusahaan yang ingin berinventasi belum memiliki pengetahuan atau pengalaman sama sekali mengenai Karaoke Keluarga Happy Puppy. PT Imperium Happy Puppy selaku pemberi waralaba akan memberikan bimbingan operasional dan manajemen demi berjalannya usaha.

5. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan

Adanya dukungan yang berkesinambungan dalam usaha ini dibuktikan dengan adanya evaluasi berkala yang dilakukan oleh PT Imperium Happy Puppy kepada gerai yang dimiliki oleh penerima waralaba. Selain itu PT

Imperium Happy Puppy juga bertanggung jawab untuk melakukan rekrutmen dan pelatihan terhadap karyawan Karaoke Keluarga Happy Puppy demi lancarnya usaha Karaoke Keluarga Happy Puppy yang dijalankan oleh penerima waralaba.

6. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar

Yang dimaksud adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang

4.8 Perlindungan Hukum terhadap Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X

Perlindungan hukum dalam suatu perjanjian merupakan unsur yang sangat penting yang harus ada. Perlindungan hukum disini terkait dengan masalah perlindungan hak bagi para pihak dalam perjanjian tersebut. Apabila ada salah satu pihak dalam perjanjian dirugikan oleh pihak lain dalam suatu perjanjian, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut haknya agar tetap dipenuhi.

1. Perlindungan Hukum Bagi Pemberi Waralaba

Perlindungan hukum bagi pemberi waralaba di dalam perjanjian ini sudah cukup baik mengingat pada dasarnya pemberi waralaba merupakan pihak yang berada dalam posisi yang kuat. Pemberi waralaba 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 pemberi waralaba yang tidak menggunakan mereknya untuk eprdagangan barang/jasa, merek tersebut tidak akan hapus secara otomatis, karena penggunaan merek oleh penerima waralaba sama dengan penggunaan merek oleh pemberi waralaba.

2. Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba

Di dalam pasal 2 perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X disebutkan “Pewaralaba menjamin Terwaralaba, sebuah wilayah eksklusif untuk daerah yang dikenal dengan nama Cibubur di propinsi Jawa Barat”. Jadi disini pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba bahwa daerah usaha yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu daerah yang eksklusif. Selain itu diebutkan pula bahwa pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba bahwa pemberi waralaba tidak akan membuka usaha yang sejenis di daerah yang sama tanpa seizing penerima waralaba.

Kalusula ini merupakan suatu jaminan yang tidak dinyatakan secara tegas oleh pemberi waralaba. Hal ini dikarenakan tidak adanya pengaturan lebih lanjut mengenai sanksi yang akan diterima oleh pemberi waralaba dalam hal adanya pelanggaran perjanjian ini. Sebab bukan tidak mungkin pemberi waralaba akan membangun suatu usaha yang sejenis di wilayah yang sama karena tidak adanya sanksi yang tegas di dalam pengaturan ini

Di dalam pasal ini dapat terlihat bahwa perlindungan yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu perlindungan yang tidak sungguh-sungguh. Hal ini dikarenakan tidak ada pencantuman sanksi-sanksi yang akan diterima oleh pemberi waralaba apabila pemberi waralaba melanggar kalusula perjanjian ini. Sebab mungkin saja terdapat kemungkinan pemberi waralaba membangun tempat usaha sejenis di wilayah yang sama mengingat tidak adanya akibat yang secara tegas dinyatakan dalam perjanjian ini yang akan diterima oleh pemberi waralaba.

- a. Perlindungan Hukum pihak penerima waralaba dalam hal 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, di depan sidang pengadilan itu ia memohon kepada hakim supaya perjanjian dibatalkan.

Pembatalan perjanjian yang sebagaimana diatur dalam pasal 9 memberikan akibat adanya penggantian segala biaya-biaya yang telah dikeluarkan oleh pihak yang membatalkan perjanjian. Selain itu, pihak yang membatalkan perjanjian. Selain itu pihak yang membatalkan perjanjian juga harus memberikan pembayaran sejumlah Rp.100.000.00,00

Dengan adanya klausula tersebut dapat terlihat bahwa para pihak memiliki maksud untuk mengikatkan 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”

- b. Perlindungan Hukum pihak penerima waralaba dalam hal keadaan memaksa (*force majeure*)

Dalam Kitab Undang-Undang Hukum perdata, masalah keadaan memaksa ini di atur dalam ketentuan Pasal 1244 dan 1245, di mana dalam kedua pasal tersebut terdapat bagian yang mengatur tentang ganti rugi.

Pasal 1244 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

“Jika ada alasan untuk itu si berhutang harus dihukum mengganti biaya, rugi, dan bunga, bila ia tidak membuktikan, bahwa hal itu tidak dilaksanakan atau tidak pada waktu yang tepat dilaksanakannya perjanjian itu, disebabkan karena suatu hal yang tak terduga, pun tak dapat dipertanggungjawabkan padanya, kesemuanya itu pun jika itikad buruk tidak ada pada pihaknya”

Pasal 1245 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

“Tidaklah biaya, rugi dan bunga harus digantinya, apabila karena keadaan memaksa atau karena suatu keadaan yang tidak disengaja, si berhutang berhalangan memberikan atau berbuat sesuatu yang diwajibkan, atau karena hal-hal yang sama telah melakukan perbuatan yang terlarang”

Akibat hukum dari keadaan memaksa adalah menghentikan bekerjanya perikatan dan menimbulkan beberapa akibat sebagai berikut¹⁰¹:

- 1) Kreditur tidak lagi dapat meminta pemenuhan prestasi
- 2) Debitur tidak lagi dapat dinyatakan lalai, dan karenanya tidak wajib membayar ganti rugi
- 3) Risiko tidak beralih kepada debitur
- 4) Pada persetujuan timbal balik, kreditur tidak dapat menuntut pembatalan

Sehubungan dengan keadaan memaksa ini, dalam ilmu hukum dikenal adanya 2(dua) macam ajaran atau teori, yakni ajaran

¹⁰¹ R. Setiawan, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, (Bandung: Binacipta, 1994), hal 27-28

atau teori keadaan memaksa yang subjektif atau relatif dan ajaran atau teori keadaan memaksa yang objektif atau mutlak.

Ajaran keadaan memaksa yang objektif diartikan bahwa keadaan memaksa yang menyebabkan pemenuhan prestasi tidak mungkin dilakukan oleh siapa pun, hal ini didasarkan pada teori ketidakmungkinan (*impossibilitas*). Keadaan memaksa yang subjektif adalah keadaan memaksa yang terjadi apabila pemenuhan prestasi menimbulkan kesulitan pelaksanaan bagi debitur tertentu. Dalam hal ini, debitur masih mungkin memenuhi prestasi, tetapi dengan pengorbanan yang besar yang tidak seimbang, atau menimbulkan bahaya kerugian yang besar sekali bagi debitur¹⁰².

Dalam teori subjektif ini, ketidakmungkinan subjektif dibagi dalam 2 (dua) golongan, yaitu:

1. Debitur yang bersangkutan tidak mungkin memenuhi prestasi, misalnya karena debitur sakit atau jatuh miskin.
2. Pemenuhan prestasi secara teoritis masih mungkin, akan tetapi praktis akan memberatkan debitur.

Jadi teori subjektif ini memperhatikan pribadi daripada debitur pada waktu terjadinya, misalnya kesehatan, kemampuan keuangan debitur.

Terhadap keadaan memaksa yang objektif, maka perikatan atau perjanjian yang di buat oleh para pihak menjadi batal karenanya untuk waktu seterusnya. Sehingga akibat yang timbul dari peristiwa tersebut, para pihak tidak diwajibkan lagi atau dibebaskan dari segala kewajiban untuk memenuhi prestasinya masing-masing. Dengan perkataan lain, bahwa batalnya perjanjian tersebut menyebabkan seolah-olah tidak pernah ada perjanjian sebelumnya.

¹⁰² Rahmat Soemadipraja, *Penjelasan Hukum tentang Keadaan Memaksa: Syarat-syarat Pembatalan Perjanjian yang Disebabkan Keadaan Memaksa/Force Majeure*, (Jakarta : PT Gramedia, 2010) hal 9

Dalam Pasal 9 perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X disebutkan “Apabila oleh karena hal-hal yang bersifat *force majeure* maka kesepakatan ini harus dibatalkan, maka apa yang sudah dibayarkan oleh Terwaralaba kepada Pewaralaba tidak dapat diminta kembali”. Hal-hal yang bersifat *force majeure* seharusnya melindungi kedua belah pihak, namun dalam perjanjian ini apa yang sudah dibayarkan penerima waralaba kepada pemberi waralaba tidak dapat diminta kembali, sehingga hal tersebut dapat menimbulkan kerugian bagi penerima waralaba karena pada dasarnya tidak ada satupun orang yang menginginkan terjadinya *force majeure* yang berakibat pembatalan perjanjian yang telah disepakati.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Perjanjian merupakan suatu bentuk dari perbuatan hukum yang terjadi karena adanya kesepakatan dari kedua belah pihak ataupun lebih yang terlibat dalam perjanjian itu sehingga mengakibatkan timbulnya akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan dan atas beban masing-masing pihak secara timbal balik. Bisnis waralaba merupakan bisnis yang dibangun atas dasar perjanjian, oleh karena itu masing-masing pihak diharuskan untuk mengetahui apa isi dari perjanjian itu. Dengan diketahuinya isi perjanjian tersebut maka masing-masing pihak mengetahui kewajiban dan haknya, sehingga para pihak tidak merasa dirugikan satu sama lain.

Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba antara PT Imperium Happy Puppy dengan Pihak X sangatlah kurang bagi pihak penerima waralaba. Hal ini dilihat dari pihak penerima waralaba harus membayar semua kerugian apabila terjadi *force majeure*. Tentu saja hal tersebut akan memberatkan pihak penerima waralaba. Karena *force majeure* terjadi diluar kehendak dari penerima waralaba. Hal-hal tentang *force majeure* ini, tercantum dalam ketentuan yang mengatur ganti rugi, karena menurut pembentuk undang-undang, keadaan memaksa itu adalah suatu alasan pembenar untuk membebaskan seseorang dari keadaan ganti rugi. Adanya hal yang tidak terduga dan yang tidak dapat dipertanggungjawabkan kepada seseorang, sedangkan yang bersangkutan dengan segala daya berusaha secara patut memenuhi kewajibannya. Dengan demikian, hanya debiturlah yang dapat mengemukakan adanya keadaan yang tidak diduga-dugakan akan terjadi dan keadaan itu tidak dapat dipertanggung jawabkan kepadanya.

B. SARAN

Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini. Karena itu pemerintah hendaknya membenahi peraturan perundang-undangan yang mengatur secara tegas mengenai perjanjian waralaba. Dengan adanya pembenahan peraturan mengenai waralaba oleh pemerintah diharapkan agar bisnis waralaba dapat berkembang lebih baik. Kerja sama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik pemberi maupun penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain.

DAFTAR REFERENSI

Buku

- Abdul Kadir Muhammad. *Hukum Perikatan*. Bandung: PT. Alumni, 1982.
- Adrian Sutedi. *Hukum Waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2008.
- Dennis Campbell & Louis Lafili. *Distributorship, Agency Franchising in an International Arena: Europe, United States, Japan and Latin America*, Boston; Kluwer Law and Taxation Publisher, 1990
- Donald W. Hackett. *The International Expansion of U.S. Franchise Systems: Status and Strategies*, Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire, 1976,
- Douglas, J Queen. *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*. Cetakan Pertama, Jakarta: PT Elek Media Komputindo, 1993
- Gunawan Widjaya. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*. Jakarta; Rajawali Pers, 2001
- . *Lisensi atau Waralaba*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002
- Hadi Setia Tunggal. *Dasar-Dasar Perwaralabaan*. Jakarta: Harvindo, 2006
- Iman Sjahputra Tunggal. *Franchising : Konsep dan Kasus*. Jakarta: Harvarindo, 2005
- J. Satrio. *Hukum Perjanjian*. Bandung: PT. Citra Adytia Bakti, 1991
- Johnny Ibrahim. *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*. Malang; Bayumedia Publishing, 2006
- Juajir Sumardi. *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 1995
- Lawrence M. Friedman. *The Legal System, A Social Science Perspective*. New York: Russell Sage Foundation, 1975
- Mariam Darus Badruzaman. *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni, 2005
- Martin Mandelshon *Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*. Jakarta; Pustaka Binaman Pressindo, 1997
- Munir Fuady. *Pengantar Hukum Bisnis*. Bandung; Citra Aditya Bakti, 2002

Pietra Saragosa. *Kiat Praktis Membuka Usaha-Mewaralabakan Usaha Anda*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2004

Purwahid Patrik. *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*. Semarang: Seksi Hukum Perdata FH Undip, 1996

Rahmat Soemadipraja. *Penjelasan Hukum tentang Keadaan Memaksa: Syarat-syarat Pembatalan Perjanjian yang Disebabkan Keadaan Memaksa/Force Majeure*. Jakarta : PT Gramedia, 2010

R. Setiawan. *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung: Binacipta, 1994

R. Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT. Intermasa, 1998

Robert Purwin Jr. *The Franchise Fraud*. New York; John Wiliet and Sons, Inc, 1994

Salim H.S. *Hukum Kontrak (teori dan teknik penyusunan Kontrak)*. Sinar Grafika, Jakarta, 2005 ,

Setiawan. *Beberapa Catatan Tentang Perjanjian Franchise*. Jakarta: Pradya Paramita, 1996

Tanan Antonius. *Bisnis Cara Duplikasi : Meraih Peluang Bisnis dengan Resiko Gagal Minimal*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2000

Titon Slamet Kurnia. *Pengantar Sistem Hukum Indonesia*. Alumni, 2009

Wirjono Prodjodikoro. *Asas-asas Hukum Perjanjian*. Bandung: PT. Bale, 1981

Jurnal ilmiah, Majalah, dan Surat Kabar

M. Udin Silalahi. *Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa dalam jurnal hukum Bisnis*, Volume 6, Tahun 1999

Siti Malikhatus Badriyah. *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku* Majalah Ilmiah Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Vol. XXX NO. 1 Januari – Maret 2001

Peraturan Perundang-Undangan :

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah No 16 Tahun 1997 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Permendag No 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Internet :

<http://www.mlmlaw.com/library/guides/ftc/netrule.htm>

<http://m.inilah.com/read/detail/2028/pp-waralaba-hambat-usaha-kecil/>

Profile perusahaan Happy Puppy Karaoke Keluarga, <http://www.happy-puppy.co.id/profil/index.php>. diunduh 23 Juni 2011