



Perlindungan Hukum Waralaba Di Indonesia

Sumiyati¹, Rani Apriani²

Universitas Singaperbangsa Karawang, Indonesia

¹Sumimarwan@gmail.com, ²rani.apriani@fh.unsika.ac.id

Abstract: *Competition in the business world is getting tougher and tighter. This encourages entrepreneurs, both large and small scale, to compete to face business competition and strive for their business to continue to exist. One of the ways that entrepreneurs do in expanding their business is to open a franchise business system or franchise. The essence of franchising is a contract agreement regarding the distribution system of goods and services to consumers. In the agreement between the giver and the franchisee, there are rights and obligations that must be fulfilled by both parties. Therefore, regulatory protection is needed for both parties so that both parties benefit from each other and do not feel disadvantaged. This study uses normative legal methods by presenting secondary data. In this study, franchisors and franchisees will receive legal protection after carrying out the procedures regulated in Government Regulation Number 42 of 2007, namely registering franchise agreements and recording franchise agreements.*

Key Words: Legal Protection; Franchise; Agreement

Abstrak: *Persaingan di dalam dunia bisnis makin lama makin ketat. Hal ini mendorong para usahawan baik skala besar maupun skala kecil berlomba-lomba untuk menghadapi persaingan bisnis dan mengupayakan usahanya agar tetap eksis. Salah satu cara yang dilakukan para usahawan dalam memperluas usahanya adalah dengan membuka sistem usaha waralaba atau franchise. Waralaba (Franchise) intinya ialah sebuah kontrak persetujuan tentang sistem pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Di dalam perjanjian pemberi dan penerima waralaba, terdapat hak dan kewajiban yang wajib dipenuhi bagi kedua belah pihak. Oleh sebab itu, diperlukannya proteksi aturan bagi kedua belah pihak agar keduanya saling menguntungkan dan tidak merasa dirugikan. Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif dengan menyajikan data sekunder. Pada penelitian ini, franchisor dan franchisee akan menerima perlindungan hukum setelah melakukan prosedur yang diatur pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, yakni melakukan pendaftaran perjanjian waralaba dan pencatatan perjanjian waralaba.*

Kata kunci: Perlindungan Hukum; Waralaba; Perjanjian

Pendahuluan

Dunia berkembang dari tahun ke tahun. Tidak hanya sektor teknologi, sektor lain seperti perdagangan dan jasa juga mengungguli. Apalagi persaingan dalam dunia bisnis juga semakin ketat. Hal ini mendorong para wirausahawan untuk membuat terobosan-terobosan baru agar usahanya tetap berjalan dengan sukses tanpa hanyut di masa sulit globalisasi.

Dalam buku *Global Marketing Management*, Warren J. Keegen mengatakan bahwa secara Internasional, perluasan usaha bisa dilakukan dengan 5 macam upaya, yakni: 1. Ekspor; 2. Memberikan lisensi; 3. Waralaba; 4. Membentuk perusahaan patungan; dan 5. Kepemilikan langsung. (Warren, 1989).

Para perusahaan baik usaha-usaha besar maupun usaha kecil berlomba-lomba untuk menghadapi persaingan bisnis dan mengupayakan usahanya agar senantiasa eksis dengan menggunakan berbagai macam cara. Salah satu cara yang digunakan para wirausahawan dalam memperlebar usahanya yaitu dengan sistem usaha waralaba atau *franchise*.

Waralaba tidak hanya dikembangkan oleh pengusaha saja, akan tetapi pemerintah pun ikut adil dalam pengembangan waralaba sebagai upaya pembangunan ekonomi. Upaya pemerintah dalam melibatkan semua lapisan warga pada kegiatan ekonomi ialah melalui kemitraan. Salah satu pola kemitraan yang diusulkan oleh pemerintah yaitu pola kemitraan waralaba. Pola ini cukup menarik antusiasme masyarakat (Apriani, R., & Grasia K., 2019).

Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) mengenalkan waralaba sebagai istilah dari *franchise* (Haliem, B., 2003). Waralaba memiliki arti usaha yang memberikan untung lebih. Hal ini diambil dari kata “wara” yang memiliki arti lebih/istimewa serta “laba” yang memiliki arti untung.

Dalam bidang usaha, waralaba merupakan kebebasan seorang wirausahawan dalam menjalankan usahanya sendiri pada daerah tertentu. Hal ini diperoleh dari istilah *Franchise* yang dalam bahasa Perancis memiliki arti bebas dari perintah (*free from servitude*) (Simatupang, Richard B., 2003).

Waralaba (*Franchise*) intinya ialah sebuah kontrak persetujuan tentang sistem penyaluran produk dan layanan pada konsumen. Pada situasi ini, pemberi waralaba menyerahkan lisensi pada penerima waralaba untuk melangsungkan aktivitas penyaluran produk dan layanan di bawah nama dan identitas pemberi waralaba pada daerah terpilih, dimana bisnis tersebut dilaksanakan secara selaras menggunakan mekanisme serta aturan yang ditentukan oleh pemberi dan pemberi menyampaikan bantuan (*assistance*) terhadap penerima. Sebagai bayarannya, penerima waralaba menyetorkan sejumlah uang berbentuk *innitial fee* serta royalti. (Suharnoko, 2004)

Konsep *franchise* merupakan kepatuhan mitra usaha yang dilaksanakan oleh penerima kepada pemberi waralaba. Dalam situasi ini, penerima mempunyai hak untuk memanfaatkan HAKI dari pemberi waralaba, baik dalam penggunaan merek jasa, dagang, copyright atas logo, desain, serta rahasia dagang. Sedangkan

bagi pemberi, pemberi mendapatkan royalti atas penggunaan HAKI tersebut. (Gunawan, 2001)

Konsep *franchising* merupakan sebuah tren penjualan yang membawa rona baru bagi dinamika perekonomian di Indonesia. Usaha ini menarik antusiasme masyarakat sebab kesederhanaan dalam berbisnis. Maka dari itu, *franchisee* tidak perlu lagi untuk mempromosikan bisnisnya. Usaha ini termasuk usaha yang sangat praktis dikelola serta pengembalian modalnya juga relatif cepat karena merk yang dijadikan mitra bisnis telah dikenal masyarakat luas. Bagi perusahaan yang menggunakan model usaha waralaba ini memberikan kesempatan yang relatif besar terhadap warga, khususnya dalam hal memperoleh laba keuangan dalam hal pemulangan investasi yang lebih ringkas.

Usaha waralaba kian meluas, termasuk waralaba dalam bidang pendidikan, kesehatan, makanan serta bidang lainnya. Indonesia merupakan salah satu negara pengembangan usaha waralaba terbesar di dunia. Pengembangan waralaba di Indonesia diisi dengan waralaba lokal dan waralaba asing. Contoh waralaba lokal adalah Jco Donuts and Coffe, Indomaret, Apotek K-24, Es Teller 77 dan lain sebagainya. Sedangkan contoh waralaba asing adalah McDonal's, Starbucks, Lawson dan lain-lain.

Berdasarkan penjabaran di atas, maka dapat di tarik rumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimanakah perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam perjanjian waralaba.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode hukum normatif, yang melandaskan penjabarannya pada peraturan perundang-undangan yang berlaku serta relevan dengan persoalan hukum yang menjadi pusat penelitian. Penelitian ini menggunakan data sekunder, berupa hukum positif dan penerapannya dalam praktik di Indonesia.

Hasil dan Pembahasan

Satjipto Raharjo berpendapat bahwa adanya perlindungan hukum dimaksudkan untuk menciptakan perlindungan bagi HAM (hak asasi manusia) yang dilanggar dan memberikan proteksi pada rakyat agar rakyat dapat merasakan hak-hak yang diberikan oleh hukum (Anon, <https://tesishukum.com/pengertian-perindungan-hukum-menurut-para-ahli/>, 2022).

Ruang lingkup usaha waralaba di Indonesia diatur dalam Buku 3 KUH Perdata sebagai Peraturan Umum dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia. Kemudian diatur di dalam PP No. 42/2007 tentang Waralaba serta Permendag No. 71/2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

PP No. 42/2007 mengatur bermacam-macam prosedur yang wajib diikuti sang *franchisor* serta *franchisee* pada usaha waralaba. Seluruh ketentuan yang

tertuang pada PP No. 42/2007 dimaksudkan menjadi wujud perlindungan hukum bagi pemberi serta penerima pada usaha waralaba.

Pasal 1 Ayat (1) menjelaskan “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” (Peraturan Pemerintah No. 42/2007 tentang Waralaba).

“Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.” Ketetapan ini tertuang dalam Pasal 4 Ayat (1).

Kontrak tertulis pada usaha waralaba ini dimaksudkan untuk memberikan ketetapan hukum serta proteksi hukum kepada pemberi serta penerima waralaba jika pembentukan kontrak waralaba selaras dengan peraturan perundang-undangan atau peraturan resmi.

Namun sebelum menandatangani kontrak perjanjian, pemilik waralaba harus memberikan informasi tertulis berikut kepada penerima waralaba (Slamet, S., 2011): 1) Identitas pemilik waralaba dan deskripsi bisnis, termasuk rencana serta laporan untung rugi selama 2 tahun terakhir; 2) HAKI atau penemuan atau karakteristik bisnis dari hal waralaba; 3) Syarat-syarat yang wajib dilaksanakan oleh penerima waralaba; 4) *Assistance* atau sarana yang diberikan oleh pemberi pada penerima waralaba; 5) Hak serta kewajiban pemberi pada penerima waralaba; 6) Cara serta ketentuan penyudahan, pemutusan dan perpanjangan kontrak *franchise*; dan 7) Ketentuan lain yang wajib dipahami penerima waralaba sehubungan pelaksanaan kontrak waralaba.

Pasal 1320 KUHPerdara menyatakan bahwa harus ada empat syarat dalam suatu kontrak perjanjian, agar kontrak dapat berlaku sah. Yang termasuk ke dalam 4 syarat tersebut ialah sebagai berikut : “1) Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan dirinya; 2) Kecakapan untuk membuat perjanjian; 3) Suatu hal tertentu; 4) Suatu sebab yang halal.”

Hal-hal yang wajib dimuat dalam kontrak Waralaba (*Franchise*), yaitu (Pasal 5 PP No. 42/2007): “1) Nama dan alamat perusahaan para pihak; 2) Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual; 3) Kegiatan usaha; 4) Hak dan kewajiban para pihak; 5) Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba; 7) Wilayah usaha; 8) Jangka waktu perjanjian; 9) Tata cara pembayaran imbalan; 10) Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris; 11) Penyelesaian sengketa; dan 12) Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.”

Berdasarkan PP No. 42/2007 perlindungan hukum didapatkan oleh para pihak waralaba jika mereka melakukan: Pertama, Pendaftaran Waralaba. Pendaftaran waralaba dibagi menjadi 2 langkah, yaitu: a) Pendaftaran prospektus penawaran waralaba. Dalam PP No. 42/2007, *franchisor* diharuskan untuk melaksanakan pencatatan propektus penawaran *franchise*. *Franchisor* wajib

memberitahukan prospektus penawaran waralaba pada calon penerima sebelum mendaftarkan prospektus penawaran waralaba. Adrian Sutedi berpendapat bahwa pemberi waralaba hendaklah harus menunjukkan prospek penawaran kepada calon penerima waralaba supaya calon penerima tersebut dapat menilai kelayakan usaha bisnis yang akan diwaralabakan (Sutedi, A., 2008). Maksud pemberi waralaba dalam mengajukan prospektus penawaran waralaba pada calon *franchisee* ialah supaya *franchisee* dapat melangsungkan perbandingan kepantasan dari usaha *franchise* yang dijalankannya. Selain itu, sejak dini *franchisee* akan memahami apa saja manfaat serta yang dapat dikenakan sebagai hak dan kewajiban *franchisee* pada perjanjian *franchise*; b) Pendaftaran perjanjian *franchise*. Kontrak *franchise* ini dilakukan dalam bentuk tertulis. Hak-hak yang diterima penerima dari pemberi berdasarkan kontrak meliputi (Hariyani, R., 2020): (1) Nama merek, termasuk logo, peralatan, dll; (2) Pengaturan tentang *display* pada *outlet*; (3) Sistem dan manual operasional usaha (SOP) yang berisi secara spesifikasi instruksi pelaksanaan suatu bisnis, mulai asal persediaan bahan dasar, manajerial, training pegawai, anggaran, pemasaran serta iklan, hingga di riset perluasan usaha; (4) Pengawasan (*monitoring*).

Pendaftaran kontrak *franchise* dimuat pada Pasal 6 PP No. 42/2007 yang berbunyi :

- (1) “*Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain.*”
- (2) *Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk Penerima Waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha Waralaba.*”

Aturan pada ini dianggap perlu karena dapat mencegah penerima yang tidak bertanggung jawab yang dapat merugikan *franchisor*. Pengaturan ini juga dimaksudkan untuk melindungi hak-hak *franchisee* yang seringkali diabaikan dan diputus kontraknya secara tidak bertanggung jawab oleh *franchisor*. Atas dasar ini, *franchisor* yang mengakhiri perjanjian secara sepihak tidak diperkenankan mencari penerima waralaba baru pada bidang usaha yang sejenis sebelum tercapainya jalan tengah untuk memecahkan pertikaian antara para pihak atau sampai keputusan pengadilan final. Pendaftaran waralaba sebagai wujud perlindungan hukum awal yang diberikan oleh undang-undang pada bidang *franchise* bagi pemberi serta penerima. Bagi pemberi, perlindungan ini dimaksudkan agar brand serta rahasia dagang serta ketentuan lain yang terkait di dalamnya tidak dipergunakan tanpa adanya izin dari *franchisor*. Sedangkan untuk penerima, agar mencegah kesewenang-wenangan pemberi waralaba.

Kedua, Pencatatan Perjanjian Waralaba. Pencatatan perjanjian waralaba sebagai kontrak lisensi HAKI. Lisensi HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kontrak waralaba. Jadi, kontrak waralaba sebenarnya ialah kontrak izin atas kekayaan intelektual dilengkapi

menggunakan sistem bisnis. Keberadaannya sebagai kontrak izin kekayaan intelektual berarti bahwa kontrak waralaba patuh kepada peraturan-peraturan di bidang kekayaan intelektual khususnya sehubungan dengan pendaftaran HAKI (Kogin, K, 2014).

Maksud dari peraturan perundang-undangan pada bidang HAKI selaras dengan pencatatan perjanjian waralaba ialah kontrak waralaba memiliki dampak hukum juga untuk pihak ketiga. Jadi, kontrak tersebut tidak hanya mengikat pemberi dan penerima waralaba saja, akan tetapi pihak ketiga pun ikut berpengaruh di dalam kontrak ini. Perjanjian waralaba yang erat kaitannya dengan jenis HAKI dalam bidang jasa kuliner serta minuman ialah merek dagang serta rahasia dagang.

Perjanjian waralaba didaftarkan di Direktorat Jenderal HAKI dalam satu registrasi dan sekurang-kurangnya 2 kali pemberitahuan. Yaitu, pada Berita Resmi Merek dan Berita Resmi rahasia Dagang. Bersama adanya pencatatan, kontrak waralaba yang sebenarnya hanya menghasilkan hak perorangan yang bersifat relatif, menguat serta menunjukkan sifat-sifat hak kebendaan yang mutlak dapat dipertahankan terhadap siapapun juga. Gunawan Widjaja berpendapat bahwa:

“Dengan adanya pencatatan dan publikasi atau pengumuman tersebut, maka dianggaplah hal-hal yang diatur dalam perjanjian tersebut berlaku untuk umum, artinya mengikat tidak hanya pihak yang membuat perjanjian, melainkan juga seluruh anggota masyarakat” (Widjaja, G., 2007)

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa dalam bisnis waralaba, perlindungan hukum diberikan dengan tujuan menghindari perbuatan semena-mena pihak yang tidak bertanggung jawab, baik dari pemberi maupun penerima waralaba. Dalam perjanjian waralaba, perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* telah dijelaskan pada Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007.

Daftar Rujukan

- Anon, *Perlindungan Hukum Menurut Para Ahli*, <https://tesishukum.com/pengertian-perlindungan-hukum-menurut-para-ahli/>, diakses tanggal 06 November 2022.
- Apriani, R, & Grasia K. (2019). Perlindungan Terhadap Wanprestasi Dalam Praktek Bisnis Usaha Kuliner Waralaba di Karawang, *Syiar Hukum Jurnal Ilmu Hukum*, 17(1), 16-38. Retrieved from https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/syiar_hukum/article/view/5360/pdf
- Haliem, B. (2003). Mengembangkan Bisnis Tanpa Modal. Kontan, 7 April 2003.

- Hariyani, R. (2020). Tinjauan Yuridis Perjanjian Bisnis Waralaba (Franchise) Antara Franchisor Dan Franchisee dalam Dinamika Perekonomian Di Indonesia. *Journal Of Law*, 6(2), 420-435.
- Idrus, N. (2017). Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata dan Hukum Islam. *Jurnal Yuridis*, 4(1), 28-45. <http://dx.doi.org/10.35586/v4i1.125>
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Kogin, K. (2014). *Aspek Hukum Kontrak Waralaba, Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman*. Jakarta: Tatanusa.
- Mathar, M. (2006). Aspek Hukum Usaha Waralaba Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah*, 4(1), 1-18. <http://dx.doi.org/10.30984/as.v4i1.211>
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.
- Simatupang, R. B. (2003). *Aspek Hukum Dalam Bisnis* (cet. 2). Jakarta: Rineka Cipta.
- Slamet, S. (2011). Waralaba (Franchise di Indonesia). *Lex Jurnalica*, 8(2), 127-139. Retrieved from <https://media.neliti.com/media/publications/18075-ID-waralaba-franchise-di-indonesia.pdf>
- Suharnoko, H. P. (2004). *Teori dan Analisa Kasus*. Jakarta, *Kencana Prenada Media*.
- Suharno, R. (2020). Aspek Perlindungan Hukum Bagi Pewaralaba Dikaitkan Dengan Penegakan Hukum Kontrak. *Wacana Paramarta: Jurnal Ilmu Hukum*, 19(1), 39-46. <https://doi.org/10.32816/paramarta.v19i1.83>
- Sutedi, A. (2008). *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Widjaja, G. (2007). *Memahami Prinsip Keterbukaan (Aanvullend Recht) Dalam Hukum Perdata*, Jakarta: Raja Grafindo Persada