

WARALABA MODEL BISNIS BARU YANG BERKELANJUTAN DITINJAU DARI ASPEK HUKUM

Sri Hudiarini¹, Galuh Kartiko², Hudriyah Mundzir³

Email: hudiarini@gmail.com ; galuh_law@yahoo.co.id ;

hudriyah.mundzir88gmail.com

Abstract

Today the growth of the business world is growing so rapidly, it is also supported to expand the business which is more varied, including through franchise (Franchise). Which of these principles for some entrepreneurs is considered more effective, effective and profitable in the development of a business. In Indonesia, the regulation of franchises is based on agreements made by the parties on the basis of the applicable law, in this case the Government Regulation and the Minister of Trade Regulation. Franchise is a form of business that gets a lot of attention from business people, because it can be one way to increase economic activity and give opportunity to weak economic class to try, this means, Franchise can provide job opportunity, equality and also create field work for the community. In addition, the profits of this business are low cost and the materials already provided are also not too take place so vast, franchise recipients no longer need to bother developing their business by building a good and famous image. It is enough to ride on the famous fame of the franchisor, so franchisees who are generally small entrepreneurs will enjoy the success and luck of large-scale companies without having to carry out their own research and development, marketing and promotion that usually requires enormous expenses that the small businessman is unlikely to bear.

Keywords: *Business World, Franchise, Regulation, Entrepreneurship*

Pendahuluan

Waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan (*franchisor*) memberi hak pada pihak independen (*franchisee*) untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh *franchisor*. *Franchisee* menggunakan nama, *goodwill*, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang dari perusahaan *franchisor*. Sebagai

¹ Dosen Politeknik Negeri Malang

² Dosen Politeknik Negeri Malang

³ Dosen Politeknik Negeri Malang

imbalannya *franchisee* membayar royalti (biaya pelayanan manajemen) pada perusahaan *franchisor* seperti yang diatur dalam perjanjian waralaba.

Upaya meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri. Oleh karena itu dibutuhkan peranan pemerintah (negara) dalam menata kelola waralaba.⁴

Pemerintah yang dalam hal ini melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 dan juga Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 53 tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba untuk secara umum.

Bisnis waralaba adalah bisnis favorit di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pelaku waralaba yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (WALI) Levita Ginting Supit mengatakan industri waralaba pada 2017 sekitar Rp 200 triliun untuk seluruh bisnis waralaba baik asing maupun lokal. Ini artinya sektor waralaba adalah sektor bisnis yang potensial dalam meningkatkan perekonomian dan menyerap tenaga kerja di Indonesia.

Pelaku bisnis waralaba di Indonesia berharap industri dapat lebih berkembang setelah revisi regulasi terkait bisnis waralaba dikeluarkan oleh pemerintah. Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia, Levita Ginting Supit mengatakan salah satu tantangan dari bisnis waralaba di Indonesia adalah dari sisi regulasi dan bisnis waralaba asing yang masuk ke Indonesia. Dia mengungkapkan saat ini Wali bersama-sama dengan pemerintah dalam hal ini Kementerian Perdagangan berupaya melakukan revisi peraturan pemerintah agar lebih mendukung pengusaha waralaba Indonesia. Selain itu, agar waralaba asing yang masuk ke Indonesia juga tidak merugikan waralaba lokal.⁵

Namun demikian pengusaha waralaba juga tetap perlu didukung dari aturan-aturan yang tidak menyulitkan agar bisa tetap tumbuh dan berkembang. Kalau

⁴ Satjipto Rahardjo, (1978), *Permasalahan Hukum Di Indonesia*, Bandung: Alumni, hlm 13

⁵ <http://industri.bisnis.com/read/20180222/12/741805/bisnis-waralaba-indonesia-nantikan-revisi-regulasi>

pengusaha maju juga efeknya baik untuk Indonesia kan, ada pemasukan pajak, pemakaian produk lokal meningkat, permintaan semakin banyak. Levita mengatakan pembahasan revisi regulasi ini telah dilakukan sejak tahun lalu dan telah mendekati tahap penyelesaian. Dimana Wali sebagai asosiasi juga menjadi pihak yang terlibat sebagai pelaku usaha di lapangan untuk memberikan masukan. Supaya pemerintah bisa bekerja sama dengan pengusaha untuk memajukan bisnis ini di negara sendiri.

Levita juga mengatakan revisi aturan tentang waralaba ini diperkirakan akan dikeluarkan pada pertengahan tahun 2018. Asosiasi berharap dengan adanya revisi ini nantinya dapat mendukung iklim usaha yang kondusif, baik itu waralaba asing maupun lokal, mempunyai aturan sendiri-sendiri sehingga tidak saling bertentangan. Dia mengatakan waralaba Indonesia harus tetap jadi tuan rumah di negara sendiri, namun waralaba asing yang masuk ke Indonesia juga pelakunya pengusaha Indonesia begitu meraka masuk ke Indonesia melalui kemitraan dengan orang Indonesia. Jadi dengan aturan ini yang benar-benar men-support pengusaha asing dan lokal ini sehingga itu kan membuat bisnis waralaba bisa lebih berkembang. Dari pendahuluan diatas dapat di tarik Permasalahan dalam artikel ini adalah pertama, bagaimana aspek hukum mampu memberikan perlindungan terhadap maraknya perkembangan bisnis waralaba di Indonesia? Dan kedua, juga bagaimana perkembangan waralaba dalam kancah dunia internasional?

Hasil dan Pembahasan

Sejarah *franchise* dimulai di Amerika Serikat oleh perusahaan mesin jahit Singer sekitar tahun 1850 – an. Pada saat itu, Singer membangun jaringan distribusi hampir di seluruh daratan Amerika untuk menjual produknya. Di samping menjual mesin jahit, para distributor tersebut juga memberikan pelayanan purna jual dan suku cadang. Jadi para distributor tidak semata menjual mesin jahit, akan tetapi juga memberikan layanan perbaikan dan perawatan kepada konsumen.⁶

Menurut sumber lain, yang mengikuti Singer kemudian bukanlah Coca Cola, melainkan sebuah industri otomotif AS, General Motors Industry di tahun 1898. Pola

⁶ Deden Setiawan, (2007), *Franchise Guide Series-Ritel*, Jakarta: Harian Dian Rakyat, Hlm. 13

ini kemudian diikuti oleh industri minyak dengan pompa bensinnya serta industri minuman ringan. Mereka ini adalah para produsen yang tidak mempunyai jalur distribusi untuk produk-produk mereka, sehingga memanfaatkan sistem franchise di akhir abad ke 18 dan diawal abad ke 19. Sesudah perang dunia ke II, usaha eceran mengadakan perubahan dari orientasi produk ke orientasi pelayanan. Disebabkan kelas menengah mulai sangat mobile dan mengadakan relokasi dalam jumlah besar ke daerah-daerah pinggiran kota, maka banyak rumah makan atau *drive in* dalam makanan siap saji dan makanan yang bisa segera di makan di perjalanan.

Awalnya istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan Hukum Indonesia, hal ini dapat dimaklumi karena memang lembaga *franchise* ini sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang melanda di berbagai bidang, maka *franchise* ini kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia.⁷

Bidang bisnis *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh seorang wirausaha untuk menjalankan sendiri suatu usaha tertentu di wilayah tertentu.⁸ *Franchise* ini merupakan suatu metode untuk melakukan bisnis, yaitu suatu metode untuk memasarkan produk atau jasa ke masyarakat.

Rooseno Harjowidagdo mengemukakan definisi *franchise* sebagai berikut: “*Franchise* adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan barang atau jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran dan pemberian bantuan yang luas, waktu operasional, pakaian, serta penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis milik *franchisee* sama dengan kekhasan bisnis milik *franchisor*”⁹

Sedang menurut Douglas J. Queen, pengertian *franchise* adalah: “Franchising adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Sewaktu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standart pemasaran

⁷ Tengku Keizerina Devi Azwar, (2005), *Perlindungan Hukum Dalam Franchise*, Jakarta, hlm 1-2

⁸ Richard Burton Simatupang, (2003), *Aspek Hukum dalam Bisnis*, Jakarta: Rineka Satata, hal 56

⁹ Rooseno Harjowidagdo, (1993), *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Jakarta: BPHN Departemen KeHakiman RI, hlm.1

dam operasional. Pemegang *franchise* yang membeli suatu bisnis menarik manfaat dan kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise*.”¹⁰

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor 53 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap system 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 suatu perjanjian. Selanjutnya disebutkan pula bahwa *franchise* dapat didefinisikan sebagai suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (*franchisor*) memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil dan menengah (*franchisee*), hak – hak istimewa untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu dengan cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu, di suatu tempat tertentu.¹¹

Franchise, dasar hukum dari penyelenggaraannya adalah kontrak antara kedua belah pihak. Kontrak *franchise* biasanya menyatakan bahwa *anchise* adalah kontraktor independent dan bukannya agen atau pegawai *franchisor*. Namun demikian perusahaan induk dapat membatalkan *franchise* tersebut, bila *franchisee* melanggar persyaratan - persyaratan dalam persetujuan itu. Sebagaimana halnya lisensi adalah suatu bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada pihak penerima waralaba.

Unsur yang terdapat dalam waralaba menurut Mariam Darus Badruzaman, tersebut adalah:¹² 1) Merupakan suatu perjanjian; 2) Penjualan produk / jasa dengan merek dagang pemilik waralaba (*franchisor*); 3) Pemilik waralaba membantu pemakai waralaba (*franchisee*) di bidang pemasaran, manajemen dan bantuan tehnik lainnya; 4) Pemakai waralaba membayar *fee* atau *royalty* atas penggunaan merek pemilik waralaba.

Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang – undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan – persetujuan itu tidak dapat ditarik

¹⁰ Douglas J. Queen, (1993), *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo-Gramedia, hlm, 40

¹¹ Richard Burton Simatupang, (2003), *Opcit*, hlm: 56

¹² Mariam Darus Badruzaman, (2005), *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni, hlm, 27

kembali, selain kesepakatan kedua belah pihak atau karena alasan – alasan yang oleh undang – undang dinyatakan cukup untuk itu. Persetujuan – persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik. Karena itu pula suatu perjanjian *franchise* yang dibuat oleh para pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee* berlaku sebagai undang-undang pula bagi mereka. KUH Perdata tidak menempatkan perjanjian *franchise* sebagai suatu perjanjian bernama secara langsung, seperti jual beli, sewamenyewa dan sebagainya.

Perjanjian diperlukan kata sepakat, sebagai langkah awal sahnya suatu perjanjian yang diikuti dengan syarat-syarat lainnya maka setelah perjanjian tersebut maka perjanjian itu akan berlaku sebagai undang- undang bagi para pihaknya hal itu diatur dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdata.

Disamping kedua asas diatas ada satu faktor utama yang harus dimiliki oleh para pihak yaitu adanya suatu itikad baik dari masing-masing pihak untuk melaksanakan perjanjian. Asas tentang itikad baik itu diatur didalam Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdata yang berbunyi : “Suatu Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Didalam membuat suatu perjanjian para pihak harus memenuhi ketentuan Pasal 1320 KUHPerdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian: 1) Adanya kata sepakat diantara para pihak; 2) Kecakapan para pihak dalam hukum. 3) Suatu hal tertentu. 4) Kausa yang halal.

Aspek Hukum Kontrak Dalam Waralaba

Istilah kontrak berasal dari bahasa Inggris, yaitu *contract*. Hukum kontrak merupakan terjemahan dari bahasa Inggris, yaitu *contract of law*, sedangkan dalam bahasa Belanda disebut dengan istilah *Overeenscom-strecht*. Dalam tampilannya yang klasik, untuk istilah kontrak ini sering disebut dengan istilah “perjanjian” sebagai terjemahan dari “*agreement*” dalam bahasa Inggris. Namun demikian istilah “kontrak” (sebagai terjemahan dari istilah Inggris “*contract*”) adalah paling modern, paling luas dan paling lazim digunakan, termasuk pemakaiannya dalam dunia bisnis yang dimaksud dengan kontrak adalah suatu kesepakatan yang diperjanjikan (*promissory agreement*) di antara 2 (dua) atau lebih pihak yang dapat menimbulkan, memodifikasi, atau menghilangkan hubungan hukum.¹³

¹³ Munir Fuady, (2002), *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung : Citra Aditya Bakti, hlm. 91

Definisi lain menurut Ensiklopedia Indonesia berpendapat bahwa hukum kontrak adalah “Rangkaian kaidah-kaidah hukum yang mengatur berbagai persetujuan dan ikatan antara warga – warga hukum.” Definisi hukum kontrak yang tercantum dalam Ensiklopedia Indonesia mengkaji dari aspek ruang lingkup pengaturannya, yaitu persetujuan dan ikatan warga hukum. Definisi ini menyamakan pengertian antara kontrak (perjanjian) dengan persetujuan, padahal antara keduanya adalah berbeda. Kontrak (perjanjian) merupakan salah satu sumber perikatan, sedangkan persetujuan salah satu syarat sahnya kontrak, sebagaimana yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.¹⁴

Pengertian perjanjian atau kontrak diatur di Pasal 1313 KUH Perdata Pasal 1313 KUH Perdata berbunyi “ Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu pihak atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.”¹⁵ mengutip pendapat M. Yahya Harahap yang menegaskan maksud dalam Pasal tersebut bahwa tindakan / perbuatan (*handeling*) yang menciptakan persetujuan, berisi “pernyataan kehendak” (*wils verklaring*) antara para pihak. Dengan demikian persetujuan tiada lain dari pada “persesuaian kehendak” antara para pihak.

Selanjutnya dijelaskan lebih lanjut bahwa tidak semua tindakan / perbuatan mempunyai akibat hukum (*rechtgevolg*) dan hanya tindakan hukum sajalah yang dapat menimbulkan akibat hukum. Dalam Pasal 1319 KUH Perdata ditentukan dua macam kontrak menurut namanya yaitu kontrak *nominaat* (bernama / *benoemde*) dan kontrak *innominaat* (tidak bernama) yang tunduk pada buku III KUH Perdata. Kontrak *innominaat* adalah kontrak yang timbul, tumbuh dan berkembang dalam masyarakat seperti kontrak *production sharing*, *joint venture*, kontrak karya, kontrak konstruksi, *leasing*, beli sewa, *franchise*, manajemen kontrak, *technical assistance contract*. Dan lain-lain peristilahan. Kontrak *nominaat* adalah kontrak yang dikenal dan terdapat dalam Pasal 1319 KUH Perdata yang berbunyi “ semua perjanjian, baik yang mempunyai nama khusus, maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab yang lalu.”¹⁶ Yang

¹⁴ *ibid*

¹⁵ Munir Fuady,(2005), *Hukum Kontrak, dari sudut Pandang Hukum Bisnis*, Bandung : Citra Aditya Bakti, hlm. 9

¹⁶ Syahrin Naihasy, (2005) *Hukum Bisnis (Business Law)*, Yogyakarta: Mida Pustaka, hlm. 67

termasuk di dalam kontrak *nominaat* adalah jual beli, tukar menukar, sewa – menyewa, persekutuan perdata, hibah, penitipan barang, pinjam pakai, pinjam meminjam, pemberian kuasa, penanggungan utang, perdamaian dan lain-lain. Untuk mewujudkan kesempurnaan hukum kontrak inominaat harus memenuhi lima unsur,¹⁷ yaitu: 1) Adanya kaidah hukum, baik kaidah tertulis tidak tertulis; 2) subjek hukum, yaitu pendukung hak dan kewajiban; 3) Adanya obyek hukum, yang erat kaitannya dengan pokok prestasi; 4) Adanya kata sepakat yang merupakan persesuaian pernyataan kehendak para pihak tentang substansi dan obyek kontrak; 5) Akibat hukum yaitu yang berkaitan dengan timbulnya hak dan kewajiban dari para pihak

Asas-asas Hukum Kontrak

Menurut Hukum Perdata, yang dimaksud dengan asas hukum kontrak adalah prinsip yang harus di pegang bagi para pihak yang mengikatkan diri ke dalam hubungan hukum kontrak. Dan sebagai dasar hukum utama dalam berkontrak, menurut HS Salim¹⁸ dikenal 4 asas yaitu :

Pertama, Asas Kebebasan Berkontrak (*Freedom of contract*). Sistem pengaturan hukum kontrak adalah sistem terbuka (*open sistem*) artinya bahwa setiap orang bebas untuk mengadakan perjanjian baik yang sudah diatur maupun yang belum diatur di dalam undang-undang.

Kedua, Asas Konsensualisme. Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat (1) KUH 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.

Ketiga, 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 menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka

¹⁷ *Ibid*, hlm. 68

¹⁸ Salim HS, (2003), *Hukum Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika, hlm. 34-35

tidak boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak. Asas *pacta sunt servanda* dapat disimpulkan dalam Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang bunyinya : Perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undangundang.

Keempat, Asas Itikad Baik (*Goede Trouw*). Asas itikad baik dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata Pasal 1338 ayat (3) KUH Perdata berbunyi “ Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik”. Asas itikad baik ini merupakan asas bahwa para pihak, yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari para piha ke 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 KUH Perdata. Pasal 1315 KUH Perdata berbunyi “ Pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri.”

Sedangkan berdasarkan Peraturan Pemerintah RI Nomor. 42 Tahun 2007 Pasal 1 ayat (1) menyebutkan pengertian 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 *franchise* ada dua pihak yang terlibat yaitu *franchisor* atau pemberi waralaba dan *franchisee* atau penerima waralaba di mana masing – masing pihak terikat dalam suatu perjanjian yaitu perjanjian waralaba.

Peraturan Pemerintah RI Nomor. 42 Tahun 2007 dalam Pasal 1 ayat (2) yang dimaksud *franchisor* atau pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan / atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba dan dalam Pasal 1 ayat (3) yang dimaksud *franchisee* atau penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan / atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Sementara itu dalam Pasal 3 ada enam syarat yang harus dimiliki suatu usaha apabila ingin diwaralabakan yaitu: 1) Memiliki ciri khas usaha. Suatu usaha yang

memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. 2) Terbukti sudah memberikan keuntungan. Menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki yang kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat – kiat bisnis untuk mengatasi masalah – masalah dalam perjalanan usahanya dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan. 3) Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. Usaha tersebut sangat membutuhkan standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama yang dikenal dengan Standard Operasional Prosedur (SOP). 4) Mudah diajarkan dan diaplikasikan. Mudah 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. 5) Adanya dukungan yang berkesinambungan, dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus – menerus. 6) Hak kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Pelaksanaan perjanjian waralaba ini dalam Peraturan Pemerintah RI Nomor. 42 Tahun 2007 pada Pasal 4 ayat (1) disebutkan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan Hukum Indonesia dan pada Pasal 4 ayat (2) disebutkan pula dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Dengan demikian, apabila pihak pewaralaba pihak asing, sedangkan terwaralaba adalah Indonesia, maka perjanjiannya terikat pada peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba.

Selanjutnya dijelaskan dalam Pasal 6 ayat (1) bahwa dalam perjanjian waralaba ini dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain dan dalam ayat (2) ditegaskan kembali bahwa penerima waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha waralaba.

Pasal 7 disebutkan kewajiban pemberi waralaba, dimana pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran. Selain harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba, pemberi waralaba berkewajiban pula untuk memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan (Pasal 8) dan mengutamakan penggunaan barang dan / atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan/atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba (Pasal 9 ayat 1).

Perkembangan *Franchise* di Dunia Bisnis Internasional

Perjanjian franchise merupakan transaksi bisnis, dalam hal ini juga dapat dimasukkan dalam Hukum Perdata Internasional (HPI) karena adanya unsur asing antara *franchisor* dan *franchisee*, bila masing-masing negara mempunyai pengertian yang berlainan maka diketahui hukum mana yang akan digunakan dalam perjanjian *franchise* tersebut. Ada beberapa kemungkinan mengenai hukum yang harus dipergunakan dalam perjanjian *franchise*.¹⁹ Hal ini disebabkan karena hak-hak dan kewajiban dari masing-masing pihak yang harus dilaksanakan menurut perjanjian *franchise* dapat terjadi atau berlangsung di negara yang bersangkutan atau dari negara ke tiga.

Bambang Tjatur Iswanto lebih lanjut mengatakan bahwa di dalam perjanjian *franchise* ini hukum yang berlaku dapat ditentukan oleh para pihak sendiri atau berdasarkan asas- asas umum berlaku pada kontrak internasional. Dan British franchise Assosiation (BFA) mendefinisikan *franchise* sebagai perjanjian lisensi yang diberikan oleh franchisor kepada *franchisee* yang berisi: 1) Memberikan hak kepada *franchisor* untuk melakukan pengwasan yang berlanjut selama periode berlangsung. 2) Mengharuskan *franchisor* untuk memberikan bantuan kepada *franchisee* dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subyek *franchisenya* (berhubungan dengan pemberian pelatihan dan *merchandising* dan lain-lain). 3) Mewajibkan *franchisee* untuk secara berkala, selama *franchise* berlangsung, harus membayar sejumlah uang

¹⁹ Bambang Tjatur Iswanto, (2007), *Perlindungan Hukum Terhadap Franchise Dalam Perjanjian Franchise di Indonesia*, Tesis S2, Program Pascasarjana Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang, hlm 40

sebagai pembayaran atas produk atau jasa yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. 4) Bukan merupakan suatu transaksi antara perusahaan induk (*Holding Company*) dengan cabangnya atau antara cabang dari perusahaan induk yang sama, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.

Juajir Sumardi²⁰ perjanjian *franchise* dibuat oleh para pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee*, yang keduanya berkualifikasi sebagai subyek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. Perjanjian *franchise* adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik *franchise* (*franchisor*) dengan pemegang *franchise* (*franchisee*) dimana pihak *franchisor* memberikan hak kepada pihak *franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang barang (produk) dan atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan *franchisor*, sementara *franchisee* membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Praktek *franchise* mulai dari jenis *fast food* seperti Kentucky Fried Chicken, McDonald's, Pizza Hut, sampai ke *fitness centre*. Tidak jarang sampai mengakibatkan perang dagang antara sesama pemegang *franchise*. Sekarang lembaga ini diakui tidak saja sebagai alat untuk mendorong investasi pada skala internasional tapi juga sebagai teknik pemasaran yang membantu perkembangan bisnis kecil lokal. Untuk Indonesia, kondisi itu dipengaruhi banyak oleh deregulasi yang dilakukan pemerintah dalam bidang bisnis. Di negara-negara lain gelombang *franchise* bergulir lebih cepat lagi.

Masyarakat Eropa secara bersama juga telah menyusun *franchising agreement regulation* pada tahun 1988 yang memberi jaminan kebebasan negara-negara itu melakukan monopoli untuk kegiatan *franchising*. Santoso Lolowang juga mengatakan bahwa di kawasan ASEAN, perkembangan *franchise* terasa semakin kuat. Sebagai contoh Waralaba Lembaga Kursus International Language Programs (ILP) dalam waktu dekat akan menembus Negara-negara ASEAN termasuk China.

Di bidang Telematika atau Information & Communication Technology, juga mulai diminati pada beberapa tahun terakhir ini seperti distribusi tinta printer refill/cartridge (Inke, X4Print, Veneta dll), pendidikan komputer (Widyaloka, Binus),

²⁰ Juajir Sumardi, (1995), *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung: Citra Aditya Bakti, hlm 46-47

distribusi peralatan komputer (Micronics Distribution), Warnet / NetCafe (Multiplus, Java NetCafe, Net Ezy), Kantor Konsultan Solusi JSI, dll. Yang juga menguntungkan adalah waralaba di bidang pendidikan misalnya Science Buddies, Primagama, Sinotif, Sekolah robot atau Robota Robotics School, Pendidikan Bahasa Inggris seperti EF/English First, ILP, Direct English.

Kesimpulan

Pertumbuhan dunia bisnis di Indonesia berkembang begitu pesatnya dan semakin bervariasi, diantaranya adalah waralaba. Yang mana prinsip waralaba ini dipandang lebih efektif dan banyak memberi keuntungan bagi perkembangan suatu usaha. Di Indonesia, pengaturan tentang franchise didasarkan pada perjanjian yang dibuat oleh para pihak dengan berpijak pada aturan hukum yang berlaku, dalam hal ini adalah Peraturan Pemerintah maupun peraturan menteri Perdagangan.

Kegiatan bisnis dari waralaba ini dalam operasionalnya harus dilakukan melalui suatu perjanjian (kontrak) yang mana memuat kaidah-kaidah hukum yang mengatur berbagai persetujuan atau ikatan antar warga hukum. Pengaturannya di Indonesia selain terdapat dalam KUHPerdara juga dalam PP maupun Permendag.

Dunia bisnis internasional, perjanjian *franchise* dapat dimasukkan dalam Hukum Perdata Internasional, disebabkan adanya unsur-unsur asing antara franchisor dan franchisee. Umumnya meliputi pemasaran merek merek atau produk ternama yang terkenal dimanca negara. Oleh karena itu kontrak terhadap kegiatan ini dikenal sebagai kontrak yang mengacu pada hukum kontrak internasional.

Saran

Pengawasan pemerintah sangat diperlukan terhadap persetujuan perjanjian antara *kedua belah pihak sehingga tidak ada yang dirugikan dalam bisnis waralaba*. Untuk itu perlu ada sosialisasi aturan hukum secara jelas terhadap pihak yang akan terjun dalam bisnis *waralaba* tersebut.

Pembuatan kontrak hendaknya *franchisor* memperhatikan aspek manfaat baik terhadap dirinya, terlebih manfaat bagi *franchisee*. Hal ini perlu dilakukan karena *waralaba* yang berada di Indonesia (yang mengadakan perjanjian dengan *ranchisor*

dari Luar Negeri) akan memperoleh nilai tambah dalam usahanya untuk kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

Daftar Pustaka

- Azwar, Tengku Keizerina Devi (2005), *Perlindungan Hukum Dalam Franchise*, Jakarta
- Badruzaman, Mariam Darus (2005) *Aneka Hukum Bisnis*, Bandung: Alumni
- Setiawan, Deden (2007) *Franchise Guide Series-Ritel*, Jakarta: Harian Dian Rakyat
- Fuady, Munir, (2002), *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- , (2005) *Hukum Kontrak, dari sudut Pandang Hukum Bisnis*, Bandung: Citra Aditya Bakti
- Naihasy, Syahrin, (2005), *Hukum Bisnis (Business Law)*, Yogyakarta: Mida Pustaka
- Queen, Douglas J. (1993) *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo-Gramedia
- Rahardjo, Satjipto, (1978), *Permasalahan Hukum Di Indonesia*, Bandung: Alumni
- Harjowidagdo, Rooseno, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Jakarta, BPHN Departemen KeHKIman RI
- HS, Salim, (2003), *Hukum Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika
- Simatupang, Richard Burton, (2003), *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta : Rineka Cipta
- Subekti, R dan Tjitrosudibio, R, (1978), *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, Burgerlijk Wetboek*, Pradnya Paramita, Jakarta.
- Sumardi, Juajir, (1995), *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung. Citra Aditya Bakti,

Peraturan Perundangan

- Peraturan Pemerintah no 42 tahun 2007 tentang Waralaba 2007
- Peraturan Menteri Perdagangan no 53 tahun 2012

Artikel Ilmiah

- Iswanto, Bambang Tjatur, 2007, *Perlindungan Hukum Terhadap Franchise Dalam Perjanjian Franchise di Indonesia*, Tesis S2, Program Pascasarjana Ilmu Hukum, Universitas Diponegoro, Semarang

Website

- <http://www.landasanteori.com/2015/09/perjanjian-waralaba-frenchise-di.html>
- <http://industri.bisnis.com/read/20180222/12/741801/bisnis-waralaba-pertumbuhan-usaha-masih-akan-ngebut-tahun-ini>
- <https://www.google.co.id/search?q=Sejarah+waralaba+dalam+hukum+kontrak+internasional&oq=Sejarah+waralaba+dalam+hukum+kontrak+internasional&aqs=chrome..69i57.15580j0j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

<http://industri.bisnis.com/read/20180222/12/741805/bisnis-waralaba-indonesia-nantikan-revisi-regulasi>