

PENYELESAIAN SENGKETA ANTARA *FRANCHISEE* DAN *FRANCHISOR* DALAM PERJANJIAN WARALABA

Dwi Agustinah¹, Isdiyana Kusuma Ayu², M. Taufik³

Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

Jalan Mayjen Haryono No 193 Malang 65144, Telepon (0341) 551932, Fax (0341) 552249

Email: agustinadwi1996@gmail.com

ABSTRACT

Franchising is a special right that is owned by an individual or business entity against a business system with business characteristics in order to market goods or services that have proven successful and can be utilized or used by other parties. Franchising is held based on a written agreement between the parties. In Indonesia, there are don't have regulations that specifically regulate business contracts franchise. The problems in this study are how the legal protection provided to the franchisee and franchisor if one of the parties defaults and how to resolve disputes in case of default caused by one of the parties. This research was conducted using a normative juridical method with a statute approach and a conceptual approach. The result of this research is that the legal protection provided to the parties is preventive and repressive legal protection. Dispute resolution can use litigation, namely through judicial institutions and non-litigation roads.

Keywords: *Franchise Agreement, Franchisor, Franchisee*

ABSTRAK

Waralaba merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam memasarkan barang dan/atau jasa dan dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak lain. Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara para pihak. Di Indonesia belum terdapat peraturan secara khusus mengatur kontrak bisnis *franchise*. Sehingga dalam prakteknya masih didasarkan kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Adapun permasalahan yang akan penulis angkat dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada *franchisee* dan *franchisor* apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi dan bagaimana penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi yang ditimbulkan oleh salah satu pihak. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode yuridis normatif dengan pendekatan undang-undang (*statue approach*) dan pendekatan konseptual (*conceptual approach*). Adapun hasil dari penelitian ini yaitu perlindungan hukum yang diberikan kepada para pihak adalah perlindungan hukum preventif dan represif. Penyelesaian sengketa dapat menggunakan jalan litigasi yaitu melalui lembaga peradilan maupun jalan non-litigasi.

Kata Kunci: Perjanjian Waralaba, Pemberi Waralaba (*Franchisor*), Penerima Waralaba (*Franchisee*)

¹ Mahasiswa di Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

² Dosen di Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

³ Dosen di Fakultas Hukum Universitas Islam Malang

PENDAHULUAN

Persaingan dunia bisnis di Indonesia semakin ketat, sehingga menuntut para pengusaha untuk terus bersaing mencari pendekatan serta terobosan inovatif guna merebut pangsa pasar. Persaingan yang ketat ini menuntut para pelaku bisnis di Indonesia untuk terus berusaha dalam kondisi perekonomian di negara kita yang belum kembali normal sejak terjadinya pandemi.

Pembangunan perekonomian nasional dilakukan berdasarkan demokrasi ekonomi yang diarahkan untuk menciptakan struktur ekonomi nasional guna mewujudkan pengusaha menengah dan kecil yang kuat serta terbentuknya kemitraan yang saling menguntungkan antara pelaku ekonomi dan saling memperkuat untuk mewujudkan ekonomi yang berdaya saing tinggi, sebagaimana selaras dengan disahkannya Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil yang kemudian diganti dengan Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.

Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa dalam rangka pembangunan perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan kemitraan. Kemitraan dapat diartikan sebagai kerja sama baik langsung maupun tidak langsung atas dasar prinsip saling memerlukan, mempercayai, memperkuat dan menguntungkan yang melibatkan pelaku usaha mikro, kecil dan menengah dengan keuntungan yang besar. Kemitraan dapat dijalankan dengan beberapa pola, salah satunya yaitu waralaba yang keberadaannya sedang berkembang pesat.

Waralaba pertama kali ditemukan di Jerman pada abad ke-18 ketika sebuah perusahaan memberikan lisensi dan bantuan pengelolaan keuangan pada pemasaran eksklusif pada beberapa merek beer.⁴ Namun demikian, waralaba mulai mengalami perkembangan yang sangat baik bersamaan dengan dinamisnya perekonomian Amerika Serikat. Mulai Tahun 1863, berbagai perusahaan mengadopsi pola waralaba modern dengan mendistribusikan mulai dari minuman ringan, industri otomotif, produsen minyak hingga restoran. pola waralaba mulai dikenal di Indonesia pada tahun 1950 dengan munculnya diler kendaraan bermotor melalui pemberian lisensi. Pada 1970, pola waralaba semakin inovatif yaitu dengan dimulainya sistem pemberian lisensi plus dimana penerima waralaba tidak hanya sekedar menjadi penyalur namun juga mempunyai hak untuk memproduksi produknya.⁵

⁴ Donald W. Hackett, 1976, *The International Expansion of U.S. Franchise System: Status and Strategies*. Durham: Whittemore School of Business, University of New Hampshire, h. 76

⁵ Handri raharjo, 2009, *Hukum Perjanjian di Indonesia*, Jakarta: Pustaka Yustisia, h. 132

Bisnis *franchise* atau waralaba⁶ sangat diminati karena dianggap memiliki resiko kegagalan yang kecil, dengan hanya mengikuti atau membeli sistem usaha orang lain yang sudah berjalan atau bahkan sudah terkenal. Waralaba yang ada di Indonesia sudah sangat beragam jenisnya usahanya mulai dari waralaba lokal dan waralaba asing diantaranya berupa produk bakery, cafe, internet, apotik, agen property, pendidikan, perhiasan, bahkan sampai ekspedisi pun tersedia. Masyarakat juga telah sangat mengenal brand waralaba asing seperti McDonald's, Pizza Hut, Bread Talk, Starbucks, Kentucky Fried Chicken.

Dalam pengoperasiannya yang dijual yaitu *master franchise*. *Master franchise* mempunyai hak untuk mengelola sendiri atau menjual kembali kepada *franchisee* pada suatu wilayah tertentu, tergantung pada kesepakatan. Bisnis waralaba tumbuh sangat cepat di Indonesia karena peran serta dari merek-merek waralaba lokal seperti Primagama, Alfamart, Martha Tilaar, Roti Buana, Tepung Bogasari, Baking Center dan berbagai nama lainnya.⁷

Contohnya, perkembangan usaha waralaba di bidang minimarket seperti Indomart dan Alfamart tentunya membawa beberapa dampak yang baik bagi perkembangan ekonomi, diantaranya menciptakan investasi dan membuka lapangan pekerjaan bagi pemuda dan pemudi di daerah, namun disisi lain keberadaannya membawa dampak negatif bagi iklim perekonomian, yang dapat menimbulkan persaingan tidak sehat antara waralaba dengan pedagang tradisional dan kios-kios kecil.⁸

Apabila disandingkan antara pedagang kecil dengan waralaba yang memiliki modal besar dan didukung dengan tempat yang prima, tentu minat konsumen akan memilih berbelanja ke waralaba Indomart ataupun Alfamart, karena dirasa lebih nyaman dan harga lebih murah. Apabila pertambahan minimarket tersebut tidak diawasi perkembangannya dengan baik oleh pemerintah maka berdampak pada pengusaha kecil yang nantinya dapat mengalami gulung tikar.

Pengertian dari waralaba adalah sebuah bentuk pengembangan usaha yang melibatkan pemberian izin atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan, ataupun melaksanakan hak atas kekayaan intelektual milik pemberi lisensi.⁹ Objek dalam perjanjian waralaba (*franchise*) adalah lisensi. Lisensi merupakan izin yang diberikan oleh pemilik merek terdaftar kepada

⁶ Gunawan Widjaja, 2003, *Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, h. 5

⁷ Ridwan Khairandy, 1997, *Franchise Dan kaitannya Sebagai Sarana Alih Teknologi: Suatu Tinjauan Hukum*, Jurnal Hukum Nomor 7, Volume 4, Yogyakarta: Fakultas Hukum UIIK, h. 19

⁸ Wagianto, Mega Setiawan, 2020, *Implementasi Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Perizinan Waralaba: Studi Pada Dinas Badan Penanaman Modal dan Perizinan Kota Bandar Lampung*, Bandar Lampung: Arjasa Pratama, h. 5

⁹ Asuan, 2017, *Eksistensi Waralaba (Franchise) Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Sebagai Perjanjian Innominat*, Volume 13, Nomor III, Bulan September, Universitas Palembang, h. 262

pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak (bukan pengalihan hak) untuk menggunakan merek tersebut, baik untuk seluruh atau sebagian jenis barang/jasa yang didaftarkan dalam jangka waktu dan syarat tertentu.¹⁰

Dalam Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, pada Pasal 1 ayat 1 mendefinisikan waralaba sebagai berikut:

“waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual 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.”

Pengertian tersebut disempurnakan dengan dikeluarkannya Dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, pengertian waralaba disempurnakan dan memberikan pengertian waralaba lebih khusus, hal ini dapat dilihat pada Pasal 1 ayat 1, sebagai berikut:

“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.”

Bisnis waralaba ini memiliki ciri khas usaha, sebagaimana dituangkan dalam Pasal 1 ayat 2 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019, yakni:

“Ciri khas usaha adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenisnya, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud, misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan, atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba”.

Bisnis waralaba umumnya dituangkan kedalam sebuah perjanjian waralaba yang memuat hak dan kewajiban para pihak. Di Indonesia saat ini belum terdapat peraturan yang secara khusus mengatur tentang kontrak bisnis *franchise*. Sehingga praktek yang dilakukan selama ini masih didasarkan pada kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Hal ini dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* berdasarkan atas asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang tertuang dalam pasal 1338 KUHPerdata. Karena kontrak *franchise* hanya didasarkan pada kontrak kerjasama, maka kedua belah pihak harus teliti dan berhati-hati terhadap hal-hal yang telah disepakati.

¹⁰ Amir Karamoy, 2013, Peraturan Waralaba Indonesia, Jakarta: Foresight Asia, h. 15.

Pada pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa waralaba harus didahului dengan adanya perjanjian. Perjanjian waralaba merupakan bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada penerima waralaba untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.¹¹

Perjanjian waralaba tersebut diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, memberikan pengertian perjanjian Waralaba sebagaimana tertuang dalam Pasal 1 ayat 8, yaitu:

“Perjanjian Waralaba adalah perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba atau pemberi waralaba lanjutan dengan penerima waralaba lanjutan.”

Perjanjian waralaba merupakan aspek penting. Perlindungan hukum bagi para pihak menjadi penting guna melindungi mereka dari perbuatan yang merugikan pihak lain dan memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual serta memberikan kepastian bahwa para pihak akan mendapatkan hak-haknya.

Klausula perjanjian waralaba terdapat dalam pasal 5, yang menyatakan bahwa pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan. Prospektus penawaran waralaba tersebut memuat klausul identitas pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan, legalitas usaha waralaba, struktur organisasi pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan, laporan keuangan terakhir dan lain sebagainya.

Contoh di Kota Malang, sebagaimana diketahui dari sekian jenis waralaba yang beroperasi, tidak memiliki prospektus yang telah mendapat izin operasi dari pejabat yang berwenang. Waralaba tersebut sering diklarifikasi sebagai waralaba abal-abal. Jenis ini umumnya dapat dijumpai pada waralaba makanan, oleh karena itu perlu dipersyaratkan adanya bukti pendaftaran prospektus untuk memberikan jaminan keamanan dan keuntungan bagi penerima waralaba.¹²

¹¹ Peni Rinda Listyawati, 2006, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innominaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No. 2, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, h. 186.

¹² Wasis, 2015, *Studi Komparasi Tentang Pengaturan Pasar Modern di Kota Pasuruan Dan Kota Malang Dari Perda Propinsi Jawa Timur Nomor 3 Tahun 2008 Tentang Perlindungan Pembedayaan Pasar Tradisional Dan Penataan Pasar Modern Di Propinsi Jawa Timur*, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Malang.

Terdapat waralaba yang cukup terkenal yaitu Mie Nyonyor, yang merupakan salah satu bentuk usaha yang sangat menguntungkan. Mie Nyonyor telah mendaftarkan merek dagang usahanya yang saat ini telah dipublikasikan namun masih berstatus pending dan dimungkinkan akan granted untuk waktu kedepan. Terdapat kejanggalan yang ditemukan pada merek dagang tersebut terkait perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima yang dilakukan secara lisan buka tertulis

Pembuatan perjanjian *franchise* ini penting dalam suatu proses kerjasama bisnis, mengingat dalam perjanjian tersebut akan dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Dalam hal ini hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) yang merupakan hubungan timbal balik. Dimana *franchisor* memberi bantuan kepada *franchisee* dan *franchisee* memberi keuntungan/royalti kepada *franchisor* sehingga keduanya saling bekerja sama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat.¹³

Kasus waralaba lokal dalam penelitian sebelumnya yaitu komala restaurant, dimana pihak penerima waralaba tidak memenuhi kewajibannya dengan tidak membayar *royalty fee* dan bunga keterlambatan *royalty fee* kepada pemberi waralaba. Dampak dari hal tersebut mengakibatkan kerugian oleh pihak pemberi waralaba, sehingga akibat hukumnya yaitu wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak.¹⁴

Contoh berikutnya, kasus yang pernah dialami oleh waralaba lokal yaitu TELA-TELA fried cassava yang merupakan panganan ringan produksi oleh CV. EFFA INDOBOGA yang kini telah memiliki lebih dari 1000 outlet di berbagai kota di Indonesia. Tidak sedikit permasalahan yang dihadapi oleh franchise TELA-TELA, seperti *franchisor* tidak mampu untuk memenuhi suplai barang yang membludak (*overloaded*) sehingga distribusi stok sempat terhenti, pengawasan yang kurang terhadap kualitas kontrol dan manajemen mutu *franchise* sehingga produk yang dibeli tidak sama antara satu tempat dengan tempat lain, serta adanya alih kontrak outlite TELA-TELA tanpa diketahui oleh pihak *franchisor* maupun *master franchisee* yang dilakukan oleh *franchisee*. Pengalihan kontrak yang dilakukan secara sepihak ini lah yang menimbulkan terjadinya tumpang tindih, sehingga hanya mendatangkan keuntungan untuk salah satu pihak saja.

¹³ H. Moch. Basarah dan H.M. Faiz Mufidin, 2008, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, h. 34

¹⁴ Bella Katrinasari, 2017, *Wanprestasi Perjanjian Waralaba (Studi di Komala Restaurant Solo)*, h. 90

Kesepahaman dan kejujuran dalam melakukan perjanjian merupakan dasar yang harus diambil sebagai etika dalam bisnis waralaba. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba dijadikan payung hukum sebagai pelindung dalam melakukan kegiatan usaha.

Perlindungan hukum sangat penting untuk memberikan kepastian bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Bentuk perlindungan atau sarana perlindungan hukum bagi para pihak dalam bisnis waralaba tidak diatur secara khusus dalam suatu peraturan perundang-undangan, melainkan ditentukan dalam perjanjian waralaba yang merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh *franchisor* dan dilakukan sesuai dengan kesepakatan para pihak dalam perjanjian waralaba sebagaimana tertuang dalam pasal 1320 KUH Perdata. Apabila pasal 1320 KUH Perdata telah terpenuhi, maka kekuatan dari perjanjian tersebut wajib diberlakukan seperti undang-undang (memiliki kekuatan memaksa), serta harus dijalankan dengan itikad baik (Pasal 1338 KUH Perdata).

Perjanjian baku yang dibuat cenderung mempunyai kekurangan, salah satu kekurangan tersebut yaitu masalah ketidakadilan apabila klausa dalam perjanjian baku tersebut tidak seimbang serta lebih menguntungkan pihak *franchisor* dan merugikan pihak *franchisee* yang kedudukan lebih lemah. Oleh karena itu perjanjian baku ini sangat berat sebelah untuk pihak yang memiliki kedudukan kuat. Terdapat beberapa faktor yang membuat perjanjian baku menjadi berat sebelah yaitu:

1. Kurang adanya atau bahkan tidak ada kesempatan bagi salah satu pihak untuk melakukan tawar menawar, sehingga pihak yang diberi perjanjian tidak mempunyai kesempatan untuk mengetahui isi dari perjanjian;
2. Pihak yang hanya diberi perjanjian yang sudah dibuat menempati kedudukan yang sangat tertekan, sehingga hanya dapat bersikap “*take it or leave it*”.¹⁵

Pada pelaksanaan perjanjian waralaba, dapat dimungkinkan terjadi wanprestasi. Hal tersebut dilakukan oleh salah satu pihak yang tidak melaksanakan kewajibannya sesuai dengan apa yang telah diperjanjikan, sehingga menyebabkan salah satu pihak merasa dirugikan. Berdasarkan Pasal 1266 KUH Perdata dijelaskan bahwa apabila salah satu pihak wanprestasi maka pihak yang dirugikan dapat menempuh upaya hukum penyelesaian sengketanya.

¹⁵ R. Indra, 2019, *Perjanjian/Kontrak Baku dalam Hukum Perdata*, dokterhukum.com, diakses tanggal 14 Juli 2021

Penyelesaian sengketa dapat menggunakan jalan litigasi yaitu melalui lembaga peradilan maupun jalan non-litigasi. Sebelum menempuh jalan litigasi, para pihak melakukan musyawarah mufakat terlebih dahulu. Namun apabila tidak mencapai titik temu, maka jalan yang diambil yaitu melayangkan gugatan ke pengadilan.

Dengan adanya perlindungan hukum yang memadai, akan tercipta rasa aman dan percaya bagi para pihak dalam perjanjian waralaba serta diharapkan bisnis waralaba akan berkembang lebih pesat dan dapat terus berkontribusi bagi sektor ekonomi domestik Indonesia.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, yang menjadi pokok permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana perlindungan hukum yang diberikan kepada *franchise* dan *franchisor* apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi?, bagaimana penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi yang ditimbulkan oleh salah satu pihak?.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui perlindungan hukum yang diberikan kepada *franchisee* dan *franchisor* apabila salah satu pihak melakukan wanprestasi; serta untuk mengetahui tatacara penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi yang ditimbulkan oleh salah satu pihak.

Guna tercapainya tujuan penyusunan dalam penelitian ini, penyusun menggunakan penelitian yuridis normatif dengan menggunakan pendekatan undang-undang (*statue approach*). Pendekatan yang dilakukan untuk menelaah dan memahami peraturan perundang-undangan dan regulasi yang mempunyai keterkaitan dengan isu hukum yang sedang dihadapi, yaitu mengenai perlindungan hukum yang diberikan kepada para pihak dalam perjanjian waralaba serta proses penyelesaian sengketa apabila *franchisee* dan *franchisor* wanprestasi.

PEMBAHASAN

A. Perlindungan Hukum yang Diberikan Kepada *Franchise* dan *Franchisor* Apabila Salah Satu Pihak Melakukan Wanprestasi

Di Indonesia saat ini belum terdapat peraturan yang secara khusus mengatur tentang kontrak bisnis *franchise*. Sehingga praktek yang dilakukan selama ini masih didasarkan pada kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Hal ini dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* berdasarkan atas asas kebebasan berkontrak sebagaimana yang tertuang dalam pasal 1338 KUHPerdata. Karena kontrak *franchise* hanya didasarkan pada kontrak kerjasama, maka kedua belah pihak harus teliti dan berhati-hati terhadap hal-hal yang telah disepakati.

Pada pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa waralaba harus didahului dengan adanya perjanjian. Perjanjian waralaba merupakan bentuk perjanjian yang isinya memberikan hak dan kewenangan khusus kepada penerima waralaba untuk melakukan penjualan atas produk berupa barang dan/atau jasa dengan mempergunakan nama dagang atau merek dagang tertentu dan melakukan kegiatan usaha berdasarkan suatu format bisnis yang telah ditentukan oleh pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba merupakan aspek penting. Perlindungan hukum bagi para pihak menjadi penting guna melindungi mereka dari perbuatan yang merugikan pihak lain dan memberikan perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual serta memberikan kepastian bahwa para pihak akan mendapatkan hak-haknya.

Bentuk perlindungan atau sarana perlindungan hukum bagi para pihak dalam bisnis waralaba tidak diatur secara khusus dalam suatu peraturan perundang-undangan, melainkan ditentukan dalam perjanjian waralaba yang merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh *franchisor* dan dilakukan sesuai dengan kesepakatan para pihak dalam perjanjian waralaba sebagaimana tertuang dalam pasal 1320 KUH Perdata. Apabila pasal 1320 KUH Perdata telah terpenuhi, maka kekuatan dari perjanjian tersebut wajib diberlakukan seperti undang-undang (memiliki kekuatan memaksa), serta harus dijalankan dengan itikad baik (Pasal 1338 KUH Perdata).

Menurut Philipus M. Hadjon, membedakan perlindungan hukum menjadi 2 (dua) bentuk yaitu perlindungan hukum preventif dan perlindungan hukum represif.¹⁶ Perlindungan hukum yang bersifat preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya sengketa yang dilakukan kedua belah pihak serta memberikan batasan dalam melaksanakan kewajiban dalam waralaba. Sedangkan perlindungan hukum yang bersifat represif mengacu pada tatacara penyelesaian sengketa apabila terjadi permasalahan dimasa mendatang.

Bentuk perlindungan hukum secara preventif yang diberikan guna meminimalisir terjadinya wanprestasi yaitu dengan membuat perjanjian/kontrak waralaba (*franchise*) antara *franchisor* dan *franchisee* sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Dalam pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba disebutkan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia, apabila perjanjian tersebut

¹⁶ Philipus M. Hadjon, 2007, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat di Indonesia*, Surabaya: Peradaban, h. 3

ditulis dalam bahasa asing maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan dalam Bahasa Indonesia.

Sebelum perjanjian dibuat, pihak *franchisor* mempunyai kewajiban untuk menyampaikan keterangan kepada pihak *franchisee* secara jujur dan lengkap baik dengan cara tertulis maupun lisan mengenai perusahaan dan usaha yang dikembangkannya sehingga pihak *franchisee* mengetahui secara jelas terkait usaha waralaba yang diambilnya, hal tersebut disebut dengan *disclosure document*.

Dalam upaya memberikan perlindungan hukum bagi pihak *franchisee*, pemerintah memberikan *guide lines* dalam pembuatan perjanjian *franchise*. Perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak didasarkan pada pasal 1338 KUH Perdata yaitu setiap orang dapat menentukan isi perjanjian yang dibuat. Walaupun perjanjian tersebut dibuat berdasarkan asas kebebasan berkontrak (asas *pacta sunt servanda*), namun untuk kerangka perjanjian telah ditentukan secara imperatif dengan mencantumkan klausul-klausul.

Perjanjian waralaba mengatur klausul yang akan dimasukkan dalam perjanjian, klausul tersebut untuk memberikan upaya perlindungan hukum terhadap kedua belah pihak khususnya penerima waralaba yang memiliki kedudukan atau posisi paling lemah dibandingkan dengan pemberi waralaba.

Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba dan lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba disebutkan bahwa perjanjian waralaba harus memuat klausula yang telah ditetapkan dalam peraturan. Setelah perjanjian waralaba dibuat, penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba tersebut.¹⁷

Perjanjian tersebut diajukan permohonan pendaftaran kepada Menteri dengan melampirkan dokumen fotocopi legalitas usaha, fotocopi perjanjian waralaba, fotocopi prospektus penawaran waralaba dan fotocopi kartu tanda penduduk pemilik atau pengurus perusahaan. Apabila permohonan pendaftaran waralaba telah memenuhi persyaratan maka Menteri akan menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba yang berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun. Dalam hal perjanjian waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.¹⁸

Salah satu karakteristik usaha franchise yaitu mempunyai sistem dan proses usaha yang dapat dideskripsikan dengan baik dan mempunyai produk homogen dengan mutu yang

¹⁷ Pasal 11 Peraturan Pemerintah 42 tahun 2007 tentang Waralaba

¹⁸ Pasal 12 Peraturan Pemerintah 42 tahun 2007 tentang Waralaba

konsisten baik. Untuk itu pemerintah melakukan pembinaan, evaluasi dan pengawasan sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pembinaan, evaluasi dan pengawasan penyelenggaraan waralaba dilakukan oleh pemerintah dan pemerintah daerah. Dimana pembinaan dan evaluasi dilakukan oleh Menteri yang pelaksanaannya didelegasikan kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dan Direktur Bina Usaha dan Pelaku Bisnis Distribusi.¹⁹

Pembinaan tidak hanya dilakukan oleh pihak pemerintah saja, namun juga dilakukan oleh pemberi waralaba atau pemberi waralaba lanjutan. Sedangkan evaluasi dilakukan berdasarkan laporan tahunan kegiatan usaha yang disampaikan oleh penyelenggara waralaba dan hasil verifikasi ke lokasi perusahaan.²⁰ Dalam hal pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah, diselenggarakan sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.²¹

B. Penyelesaian Sengketa Apabila Terjadi Wanprestasi yang Ditimbulkan oleh Salah Satu Pihak

Pada semua perjanjian, tidak terkecuali perjanjian *franchise* (waralaba) dimungkinkan salah satu pihak tidak melaksanakan isi dari perjanjian yang telah disepakati bersama. Apabila salah satu pihak tidak melaksanakan prestasi atas perjanjian tersebut, maka salah satu pihak tersebut telah melakukan wanprestasi.

Terdapat sanksi yang diberikan kepada pihak yang melakukan wanprestasi yaitu dengan memberikan ganti kerugian. sebagai contoh dalam hal pihak *franchisee* tidak membayar *fee* kepada *franchisor* sesuai dengan yang dijanjikan, maka pihak *franchisor* dapat menuntut pihak *franchisee* untuk membayar kerugian atas wanprestasi tersebut.

Berdasarkan Pasal 1266 KUH Perdata dijelaskan bahwa apabila salah satu pihak wanprestasi maka pihak yang dirugikan dapat menempuh upaya hukum penyelesaian sengketa. Penyelesaian sengketa dapat menggunakan jalan litigasi yaitu melalui lembaga peradilan maupun jalan non-litigasi, sebagaimana akan diuraikan sebagai berikut:

a. Peradilan (Pengadilan)

1) Pengadilan Negeri;

Menangani kasus sengketa waralaba menggunakan jalur pengadilan dengan mengajukan surat gugatan ke pengadilan yang berwenang untuk mengadili. Proses di pengadilan ini pada

¹⁹ Pasal 21 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba

²⁰ Pasal 23 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba

²¹ Pasal 25 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba

umumnya akan diselesaikan melalui usaha perdamaian oleh hakim pengadilan perdata. Apabila perdamaian tercapai diluar persidangan, maka gugatan akan dicabut oleh penggugat dengan atau tanpa persetujuan dari tergugat. Namun jika perdamaian diselesaikan atau dilakukan di muka persidangan, maka pada saat sidang berlangsung akan dibuatkan akta perdamaian yang mempunyai kekuatan hukum sama dengan suatu vonis hakim (Pasal 18858 ayat (1) KUH Perdata).

Secara tegas hukum acara meliputi ketentuan-ketentuan tentang bagaimana cara orang harus menyelesaikan masalah dan mendapatkan keadilan dari hakim apabila kepentingannya atau hak-haknya dilanggar oleh orang lain dan sebaliknya bagaimana cara mempertahankan kebenarannya bila ia dituntut oleh pihak lain.

2) Pengadilan Niaga

Permasalahan sengketa terkait waralaba yang berhubungan dengan Hak Kekayaan Intelektual (HaKI), khususnya terkait penyalahgunaan merk maka penyelesaiannya melalui pengadilan niaga.

Pengadilan niaga merupakan pengadilan khusus yang keberadaannya diatur dalam Undang-Undang Nomor 4 tahun 2004 tentang Kekuasaan Kehakiman, pada pasal 15 ayat (1) dijelaskan bahwa:

“pengadilan khusus hanya dapat dibentuk dalam salah satu lingkungan peradilan sebagaimana dimaksud dalam pasal 10 undang-undang ini”

Yang dimaksud dengan “pengadilan khusus” dalam ketentuan ini, antara lain yaitu pengadilan anak, pengadilan niaga, pengadilan hak asasi manusia, pengadilan tindak pidana korupsi, pengadilan hubungan industrial yang berada di lingkungan umum dan pengadilan pajak yang berada di lingkungan peradilan tata usaha negara.

Dengan adanya keberadaan pengadilan niaga, kompetensi dalam memeriksa perkara yang menyangkut dengan perjanjian dagang yang memakai klausula arbitrase dan dengan semakin meningkatnya kebutuhan masyarakat akan proses penyelesaian sengketa secara cepat dan dengan proses yang tidak berbelit-belit serta memenuhi rasa keadilan para pihak.

b. Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa;

Pada umumnya penyelesaian sengketa dapat dilakukan melalui forum pengadilan, namun dengan mengingat akan sifat dari pemberian waralaba, penyelesaian yang dilakukan melalui forum peradilan dikhawatirkan oleh pihak pemberi waralaba akan menjadi suatu forum

“buka-bukaan” bagi penerima waralaba yang tidak beritikad baik.²² Untuk menghindari hal tersebut maka sebaiknya setiap sengketa yang berhubungan dengan perjanjian pemberian waralaba diselesaikan dalam rangka pranata alternatif penyelesaian sengketa, termasuk didalamnya pranata arbitrase.²³

Pengaturan penyelesaian sengketa melalui arbitrase diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Pasal 5 ayat (1) menyebutkan bahwa lembaga arbitrase hanya dapat menyelesaikan sengketa terkait bidang perdagangan dan mengenai hak yang menurut hukum dikuasai oleh pihak yang bersengketa.

Pada dasarnya, untuk menyelesaikan permasalahannya sebagian besar pengusaha lebih memilih jalur non-litigasi. Tidak terkecuali dalam bisnis waralaba, penyelesaian sengketa yang ditempuh dengan menggunakan musyawarah dan apabila tidak mencapai mufakat maka dalam penyelesaian sengketa tersebut akan menggunakan cara arbitrase dengan jasa arbitrator.

KESIMPULAN

1. Perwujudan kepastian dan perlindungan hukum dalam bisnis waralaba yaitu perlindungan hukum yang bersifat preventif dan bersifat represif. Perlindungan hukum preventif mempunyai tujuan untuk mencegah terjadinya sengketa yang dilakukan oleh para pihak serta memberikan batasan terhadap pelaksanaan kewajiban dalam perjanjian waralaba. Perlindungan yang bersifat preventif diawali dengan pembuatan perjanjian waralaba dengan menggunakan bahasa Indonesia, Setelah perjanjian tersebut disepakati oleh para pihak maka pihak *franchisee* wajib mendaftarkan perjanjian tersebut kepada Menteri. Sedangkan untuk perlindungan hukum yang bersifat represif merupakan mekanisme dalam penyelesaian sengketa apabila terjadi permasalahan dimasa mendatang. Penyelesaian sengketa dapat menggunakan jalan litigasi yaitu melalui lembaga peradilan maupun jalan non-litigasi.
2. Penyelesaian sengketa dalam pelanggaran perjanjian waralaba dapat diselesaikan melalui pengadilan (gugatan), musyawara dan atau melalui badan arbitrase diatur Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 1999 tentang Alternatif Penyelesaian Sengketa dan Arbitrase. Sedangkan sanksi hukum dalam pelanggaran perjanjian waralaba diatur dalam Pasal 16 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dimana sanksi hukum berupa sanksi administratif dilakukan melalui 3

²² Marselo V.G. Pariela, 2017, *Loc.Cit*, h. 44

²³ Gunawan Widjaya, 2001, *Hukum Bisnis Rahasia Dagang*, Jakarta: Rajawali Pers, h. 38

(tiga) tahapan, pemberian peringatan tertulis, denda dan/atau pencabutan surat tanda pendaftaran waralaba

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Basarah, Moch. dan Mufidin, Faiz H.M, (2008), *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Budiono, Herlin, (2012), *Hukum Kontrak dalam Perspektif Filsafat, Teori, Dogmatik dan Praktik Hukum*, Bandung: Mandar Maju.
- Hutagalung, Sophar Maru, (2013), *Kontrak Bisnis di Asean: Pengaruh Sistem Hukum Common Law dan Civil Law*, Jakarta: Sinar Grafika.
- HS, Salim, (2003), *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Karamoy, Amir, (2013), *Peraturan Waralaba Indonesia*, Jakarta: Foresight Asia.
- Kogin, Kevin, (2014), *Aspek Hukum Kontrak Waralaba, Kegiatan Usaha Jasa Makanan dan Minuman*, Jakarta: Tatanusa.
- Komariyah, (2002), *Hukum Perdata*, Malang: UMM Press.
- Marzuki, Pieter Mahmud, (2016), *Penelitian Hukum Edisi Revisi*. Jakarta: Kharisma Putra Utama.
- Miru, Ahmad, (2014), *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Muhammad, Abdul Kadir, (1982), *Hukum Perikatan*, Jakarta: Alumni.
- Patrik, Purwahid, (1994), *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari Undang-Undang)*, Bandung: Mandar Maju.
- Rijan, Yunirman, Ira Koesoemawati, (2009), *Cara Mudah Membuat Surat Perjanjian Kontrak dan Surat Penting Lainnya*, Jakarta: Raih Asa Sukses.
- Salim, Abdullah, (2007), *Perancangan kontrak dan Memorandum of Understanding*, Jakarta: Sinar Grafika.
- Srijanti, (2007), *Etika Berwarga Negara*, Jakarta: Kartika Pustaka.
- Subekti, R., (1979), *Hukum Perjanjian*, Jakarta: Intermasa.
- Suarnoko, (2004), *Sejarah dan Pengertian Franchise*, Jakarta Timur: Prenada Media.
- Sumardi, Juanjir, (1995), *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Tradisional*, Bandung: Citra Aditya Bakti.

Soeroso, R., (2011), *Perjanjian Di Bawah Tangan: Pedoman Praktis Pembuatan dan Aplikasi Hukum*, Jakarta: Sinar Grafika.

Widjaja, Gunawan, (2003), *Waralaba*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Artikel:

Bachtiar, Maryati, (2007), *Buku Ajar Hukum Perikatan*, Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Unri.

Wagianto, H. M., Setiawan, Mega, 2020, *Implementasi Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Perizinan Waralaba (Studi pada Dinas Badan Penanaman Modal dan Perizinan Kota Bandar Lampung)*, Bandar Lampung: Arjasa Pratama.

Jurnal:

Asuan, 2017, *Eksistensi Waralaba (Franchise) Menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Sebagai Perjanjian Innominat*, Jurnal Volume 13, Nomor III, Bulan September, Universitas Palembang.

Arfan Kaimudin, 2019, *Perlindungan Hukum Terhadap Tenaga Kerja Anak Dalam Peraturan Perundang-Undangan di Indonesia*, Jurnal Yurispruden, Volume 2, Nomor 1, Januari 2019

Isdian Anggraeny, 2018, *Peran Pengadilan Niaga Akibat Adanya Kreditur Fiktif Dalam kepailitan*, Jurnal Yurispruden, Volume 1, Nomor 2, Juni 2018

Peni Rinda Listyawati, 2006, *Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innominaat dalam Pandangan Hukum Perdata*, Jurnal Hukum Vol. XVII No. 2, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung.

Siti Malikhatun Badriyah, *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku*, Majalah Ilmiah, Vol. XXX No. 1, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2001.

Peraturan Perundang-Undangan:

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba