



Publisher : Program Studi Magister Kenotariatan UNTAG Semarang | E-ISSN : 2722-287X | P-ISSN : 2985-3060

Penerbit: Program Studi Magister Kenotariatan Fakultas Hukum Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Jl. Pemuda No.70, Kota Semarang, Jawa Tengah 50133

Telepon: +628156543534

E-mail: notarylaw@untagsmg.ac.id

Website : <https://jurnal2.untagsmg.ac.id/index.php/nlr>

136-147

ISSN Print: 2722-287X
ISSN Online: 2985-3060

Asas Keseimbangan Dalam Perjanjian Bisnis Franchise

Mulyani Santoso^a

^a Fakultas Hukum, Universitas 17 Agustus 1945 Semarang, Indonesia. Korespondensi Penulis, E-mail: mulyani-santoso@untagsmg.ac.id

| Article | Abstract |
|---|---|
| <p>Keywords: Franchise; Franchisor; Franchisee; Balance.</p> <p>Kata Kunci: Franchise; Franchisor; Franchisee; Keseimbangan.</p> <p>Artikel History Received: Nov 20, 2024; Accepted: Des 06, 2024; Published: Des 10, 2024.</p> <p>DOI: 10.56444/nlr.v6i1.2175</p> | <p><i>The franchise business has grown rapidly in recent years, creating opportunities for society to enhance Indonesia's economy. However, this opportunity requires processes, regulations, and limitations. Franchise businesses have started to expand in Indonesia, particularly in trade and service sectors such as education, hospitality, and healthcare. Among these, culinary businesses are the most popular. The growth of the franchise business in Indonesia is largely driven by international franchise brands, as these brands are well-known, more promising from a business perspective, and provide greater legal certainty for both franchisors and franchisees. One of the most crucial aspects of the franchise business is the agreement between the two parties: the franchisor, as the brand owner, and the franchisee, as the executor of the franchise agreement. Both parties have their respective rights and obligations in running the franchise business, ensuring balance that leads to outstanding business success. The franchisor, as the owner of a well-established and proven brand in its field, grants a license to the franchisee to use the brand for goods or services within a specified period. In return, the franchisee pays a sum known as royalties to the franchisor. Franchisees are entitled to receive operational business standards provided by the franchisor and ongoing guidance to ensure smooth business operations.</i></p> |
| | <p>Abstrak</p> <p>Bisnis franchise berkembang sangat pesat beberapa tahun terakhir ini membuka peluang bagi masyarakat untuk memajukan perekonomian di Indonesia, peluang tersebut membutuhkan proses, pengaturan dan pembatasan. Bisnis franchise mulai merambah di Indonesia, antara lain bidang perdagangan dan jasa seperti pendidikan, perhotelan dan kesehatan, akan tetapi yang paling banyak diminati terutama bisnis kuliner. Perkembangan bisnis franchise yang banyak diminati oleh para pebisnis di Indonesia adalah brand franchise dari luar negeri, karena brand luar negeri telah dikenal, lebih menjanjikan dari segi bisnis dan lebih memberikan kepastian hukum bagi franchisor maupun franchisee. Salah satu yang sangat penting dalam bisnis franchise adalah perjanjian antara kedua belah pihak yaitu franchisor sebagai pemilik brand dan franchisee sebagai pelaksana dalam perjanjian franchise tersebut. Kedua belah pihak masing-masing mempunyai hak dan kewajiban</p> |

dalam menjalankan bisnis franchise sehingga terjadi keseimbangan yang tentunya akan menghasilkan bisnis yang luar biasa. Franchisor sebagai pemilik brand atau merek yang sudah mumpuni di bidangnya dan teruji dalam menjalankan bisnisnya memberikan lisensi kepada franchisee untuk menggunakan merek barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dan pembayaran sejumlah uang yang disebut royalty kepada franchisor, dan franchisee berhak untuk mendapatkan standard pengoperasian bisnis yang akan diajarkan oleh franchisor dan memperoleh bimbingan secara terus menerus agar bisnis dapat berjalan dengan baik.

©2024; This is an Open Acces Research distributed under the term of the Creative Commons Attribution Licencee (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>)

A. PENDAHULUAN

Di Indonesia *franchise* dikenal sejak tahun 1950 dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Mulai tahun 1970 mulai pembelian lisensi plus yaitu *franchisee* tidak sekedar menjadi penyalur namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya.

Bisnis *franchise* yang berkembang paling pesat beberapa tahun terakhir ini adalah bidang makanan. Contoh bisnis makanan yang banyak ditemui seperti KFC, Mc D atau Pizza Hut yang merupakan merek dari Amerika Serikat, Bread Story dari Malaysia dan Bread Talk dari Singapura. *Brand franchise* dari luar negeri yang banyak menyedot konsumen di Indonesia dibandingkan *brand* milik Indonesia sendiri. Padahal dalam segi rasa *brand* Indonesia juga tidak kalah dengan *brand* luar negeri.

Brand franchise luar negeri berkembang dengan pesat dibandingkan dengan brand Indonesia sendiri karena ada kepastian hukum yang mengikat *franchisor* maupun *franchisee*. Kita dapat melihat bahwa negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, seperti Jepang dan Amerika Serikat, bisnis *franchise* akan berkembang pesat.¹

Sekarang ini perkembangan bisnis *franchise* di Indonesia juga sangat pesat, tidak hanya dibidang makanan (kuliner), akan tetapi juga di bidang perdagangan dan jasa seperti pendidikan, perhotelan dan kesehatan. Akan tetapi perkembangan pesat tersebut juga dibarengi dengan peluang pelanggaran hukum. Oleh karenanya sudah seyogyanya agar perkembangan tersebut dibarengi dengan perlindungan hukum bagi pihak-pihak yang terikat kontrak *franchise* sehingga bisnis *franchise* tidak timbul tenggelam akan tetapi dapat terus berjalan memperkuat perekonomian Indonesia dan dapat bersaing dengan bisnis *franchise* dari luar negeri.

Pertumbuhan *franchise* yang pesat akan membuka peluang bagi masyarakat untuk terlibat dalam memajukan perekonomian di Indonesia. Peluang tersebut tentunya membutuhkan proses, pengaturan, pengarahan dan pembatasan.

¹ <https://zehan.widiastuti.wordpress.com/2014/04/09/perkembangan-waralaba-di-indonesia>, diunduh 20 Februari 2017.

Franchise atau *franchising* atau waralaba berasal dari Bahasa Perancis *franchir* yang artinya kejujuran atau kebebasan. Pengertian *franchise* dapat dilihat dalam dua aspek yaitu aspek yuridis dan aspek bisnis.

Dari segi yuridis, pengertian franchise menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, *franchise* merupakan 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. Sedangkan berdasarkan Penjelasan Pasal 3 huruf a Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, yang dimaksud dengan “ciri khas usaha” adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru, dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba.

Dari definisi di atas maka dapat dikatakan bahwa unsur-unsur waralaba adalah :

- Adanya hak khusus.
- Pelakunya bisa perseorangan maupun badan usaha.
- Adanya obyek sistem bisnis dengan ciri khas usaha.
- Tujuannya memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain.
- Dasarnya perjanjian waralaba.

Sedangkan menurut Pasal 1 ayat 1 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, yang dimaksud dengan Waralaba (*franchise*) adalah 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 definisi di atas, unsur-unsur yang terkandung adalah :

- Adanya perikatan.
- Adanya hak pemanfaatan dan/atau penggunaan.
- Adanya obyek, yaitu Hak Atas Kekayaan Intelektual (HAKI) atau penemuan baru atau ciri khas usaha.
- Adanya imbalan atau jasa.
- Adanya persyaratan dan penjualan barang.

Pengertian *franchise* menurut Bryce Webster, *franchise* adalah : “Lisensi yang diberikan oleh *franchisor* dengan pembayaran tertentu. Lisensi yang diberikan itu bisa berupa lisensi paten merek perdagangan, merek jasa dan lain-lain yang digunakan untuk tujuan perdagangan tersebut diatas.” Menurut Peter Mahmud, *franchise* adalah : “Suatu kontrak yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak

tersebut.”² Menurut Salim HS, *franchise* adalah suatu kontrak yang dibuat antara *franchisor* dan *franchisee*, dengan ketentuan pihak *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menggunakan merek barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dan pembayaran sejumlah royalti tertentu kepada *franchisor*. Dari apa yang dikemukakan oleh Salim HS., mengandung beberapa unsur yaitu :

- Adanya subjek hukum yaitu *franchisor* dan *franchisee*.
- Adanya lisensi atas merek barang atau jasa.
- Untuk jangka waktu tertentu.
- Adanya pembayaran royalti.³

Dari aspek bisnis, ada pendapat dari Bruce Webster yang mengemukakan bahwa *franchise*, yaitu salah satu metode produksi dan distribusi barang dan jasa kepada konsumen dengan suatu standard dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standard dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama, meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya. Unsur-unsur *franchise* dari aspek bisnis yaitu : salah satu metode produksi dan distribusi barang dan jasa kepada konsumen dengan suatu standard dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standard dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama, meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya. Jadi dapat dikatakan bahwa unsur-unsur *franchise* yaitu :

- Metode produksi.
- Adanya izin dari pemilik yaitu *franchisor* kepada *franchisee*.
- Adanya suatu merek atau nama dagang.
- Untuk menjual produk atau jasa.
- Di bawah merek atau dagang dari *franchise*.

Menurut Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) yang dimaksud dengan waralaba adalah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu dan meliputi area tertentu.

Sedangkan menurut *British Franchise Association* sebagai garansi lisensi kontraktual oleh satu orang (*franchisor*) ke pihak lain (*franchisee*) dengan :⁴

- Mengizinkan atau minta *franchisee* menjalankan usaha dalam periode tertentu pada bisnis yang menggunakan merek yang dimiliki oleh *franchisor*.
- Mengharuskan *franchisor* untuk melatih kontrol secara *continue* selama periode perjanjian.
- Mengharuskan *franchisor* untuk menyediakan asistensi terhadap *franchisee* pada subyek bisnis yang dijalankan di dalam hubungan terhadap organisasi usaha *franchise* seperti training terhadap staf, merchandising, manajemen atau yang lainnya.

² Salim HS., *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2003, hal. 165.

³ Ridwan Khaerandy, 1997, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia*, Yogyakarta : Majalah Unisa UII, 1997, hal. 1987.

⁴ *Ibid.*, hal. 33.

- Meminta kepada *franchisee* secara periodik selama masa kerjasama waralaba untuk membayarkan sejumlah *fee franchise* atau *royalty* untuk produk atau *service* yang disediakan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

Pengertian *Franchise* atau Waralaba secara umum adalah pengaturan bisnis yang memiliki perusahaan (*franchisor*) memberi/menjual hak kepada pihak pembeli atau penerima hak (*franchisee*) untuk menjual produk dan/atau jasa perusahaan pemberi waralaba tersebut dengan peraturan dan syarat-syarat lain yang ditetapkan oleh pemberi waralaba. *Franchise* dapat dikatakan sebagai suatu sistem pemasaran dimana pemberi waralaba menjalankan bisnisnya sesuai dengan syarat-syarat yang ditentukan oleh pemberi waralaba.

Menurut Amir Karamoy seorang Konsultan Waralaba, Waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal dan sistem manajemen, keuangan dan pemasaran yang telah mantap yang disebut pemberi waralaba/pewaralaba/*franchisor*, dengan perusahaan/individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan system milik pewaralaba, disebut terwaralaba/penerima waralaba/*franchisee*. Pewaralaba wajib memberikan bantuan teknis, manajemen dan pemasaran kepada terwaralaba dan sebagai imbal baliknya, terwaralaba membayar sejumlah biaya (*Fee*) kepada pewaralaba. Hubungan kemitraan usaha antara kedua pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian lisensi/waralaba.⁵

Bisnis waralaba adalah bisnis kemitraan/kerjasama bisnis yang lebih didasarkan pada asas kepercayaan dan transparansi. *Franchisor* harus percaya akan kemampuan *franchisee* dalam mengelola gerainya. Sebaliknya, *franchisee* juga percaya bahwa bisnis yang dikembangkan *franchisor* betul-betul bisnis yang prospektif dan menguntungkan. Dalam mekanisme operasionalnya, kedua belah pihak juga harus percaya bahwa masing-masing mempunyai itikad baik untuk bekerjasama dan berbagi keuntungan maupun resiko.

Seorang penerima waralaba menjalankan usahanya sendiri tetapi mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba membawa akibat lebih lanjut bahwa suatu usaha waralaba merupakan usaha mandiri yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik penerima waralaba).

Bisnis franchise merupakan kerjasama bisnis yang dituangkan dalam perjanjian *Franchise* yaitu suatu perjanjian yang diadakan antara *franchisor* dan *franchisee* dimana pihak *franchisor* memberikan hak kepada pihak *franchisee* untuk memproduksi dan memasarkan barang (produk) dan/atau jasa (pelayanan) dalam waktu dan tempat tertentu yang dibawah pengawasan *franchisor*, sedangkan *franchisee* membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.⁶

⁵ Joehairina.blogspot.co.id/2012/11/waralaba-franchise.html, diunduh pada tanggal 19 Maret 2017

⁶ Juajir, Sumadri, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti, 1995, hal. 44.

Menurut Douglas J. Queen, perjanjian waralaba adalah suatu dokumen hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik dan pemegang waralaba.⁷

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2012 menyebutkan bahwa perjanjian *franchise* setidaknya memuat hal-hal sebagai berikut :

- a. Nama dan alamat para pihak;
- b. Jenis Hak 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. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- j. Jaminan dari Pemberi Waralaba;
- k. Kepemilikan perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- l. Penyelesaian sengketa.

Dalam penelitian ini, terdapat dua permasalahan utama yang akan dibahas. Pertama, bagaimanakah pengaturan bisnis franchise di Indonesia. Kedua, Mengapa dalam perjanjian bisnis franchise terjadi ketidakseimbangan bagi para pihaknya.

B. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam pembahasan adalah analisis deskriptif. Metode ini menguraikan pengertian, unsur, serta peraturan yang mengatur bisnis franchise atau waralaba di Indonesia dan beberapa negara lain. Dalam uraian ini, terdapat tinjauan yuridis dari peraturan yang relevan, seperti Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53 Tahun 2012, serta definisi dari beberapa ahli. Penjelasan tentang perkembangan dan peluang serta tantangan hukum dalam bisnis franchise di Indonesia juga memperkaya analisis ini dengan konteks ekonomi dan hukum, sehingga menggambarkan secara komprehensif aspek yuridis dan bisnis franchise.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. PENGATURAN BISNIS FRANCHISE DI INDONESIA

Bisnis *franchise* adalah bisnis masa depan dengan resiko kegagalan yang kecil dimana pertumbuhannya sangat pesat dan dapat memperkuat perekonomian nasional dewasa ini. Salah satu hal penting yang harus diperhatikan agar bisnis *franchise* ini dapat berkembang dengan baik adalah perlindungan hukum terhadap para pihak dalam perjanjian *franchise* itu sendiri. Pemerintah dalam hal ini wajib berperan aktif dan turut serta campur tangan dengan menerbitkan peraturan perundang-undangan yang berkaitan

⁷Douglas, J. Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, Jakarta : PT. Elek Media Komputindo, 1993, hal. 45.

dengan *franchise* ini sebagai bentuk perlindungan dan jaminan kepastian hukum. *Franchise* meningkatkan dan memperkuat perekonomian nasional karena dapat menciptakan dan memperluas lapangan kerja.

Perjanjian *Franchise* ini dibangun atas dasar perjanjian dari para pihak. Dengan adanya perjanjian maka masing-masing mengetahui hak dan kewajibannya. Dalam 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 diatur ketentuan yang bersifat preventif, yaitu yang dilakukan dalam bentuk :⁸

- a. Kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba sebelum perjanjian waralaba ditandatangani oleh kedua belah pihak, pemberi waralaba dan penerima waralaba.
- b. Adanya ketentuan yang mengatur mengenai klausula minimum yang diatur dalam Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
- c. Kewajiban untuk melakukan pendaftaran Perjanjian Waralaba pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan, termasuk atas setiap perubahannya.
- d. Kewajiban untuk melakukan pelaporan berkala atas pelaksanaan waralaba.

Waralaba tidak lepas dari lisensi. Lisensi merupakan bentuk pemberian izin dari pemilik lisensi kepada penerima lisensi untuk memanfaatkan atau menggunakan (bukan mengalihkan hak) suatu kekayaan intelektual yang dimiliki pemilik lisensi berdasarkan syarat-syarat tertentu dalam jangka waktu tertentu yang umumnya disertai dengan imbalan berupa royalti.⁹

Di Indonesia, lisensi diatur dalam 7 (tujuh) undang-undang yaitu :

- a. Undang-undang Nomor 29 Tahun 2000 tentang perlindungan varietas tanaman.
- b. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang rahasia dagang.
- c. Undang-undang Nomor 31 Tahun 2000 tentang desain industri.
- d. Undang-undang Nomor 32 Tahun 2000 tentang desain tata letak sirkuit terpadu.
- e. Undang-undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang paten.
- f. Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang merek.
- g. Undang-undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang hak cipta.

Lisensi yang sering dipergunakan dalam waralaba adalah untuk nama atau merek. Nama yang dipergunakan adalah nama yang sudah berkembang, terkenal dan memiliki *brand image*. Nama juga mewakili keunggulan-keunggulan produk atas jasa.

Pengajuan merek pada kenyataannya sangat lama sekali bisa 3 (tiga) tahun lamanya. Dalam kurun waktu itu *franchisor* boleh mempergunakan namanya terlebih dahulu walaupun belum memperoleh sertifikat merek. Sehingga apabila dikemudian hari ternyata merek tersebut tidak dapat dipergunakan, maka *franchisor* harus menggantinya

⁸Gunawan, Widjaja, *Waralaba*, Jakarta

⁹ <https://junetbungsu.wordpress.com/2012/11/21/lisensi-dan-waralaba/>, diunduh pada tanggal 17 Maret 2017.

dengan merek lain. Permasalahan yang timbul bagaimanakah dengan *franchise* yang sudah banyak beredar dan dibeli oleh para *franchisee*. Bagaimanakah perlindungan hukum bagi para *franchisee* yang tentunya ikut tersangkut dalam sengketa tersebut. Oleh karenanya birokrasi mengenai merek yang perlu diperbaiki. Proses pensertifikatan merek bisa dipercepat sehingga *franchisor* dapat menjual *franchisena* kepada *franchisee* dengan kepastian hukum.

Ketentuan-ketentuan tersebut bersifat preventif dimaksudkan agar dengan adanya campur tangan pemerintah dalam mengatur bisnis *franchise* tersebut maka kedua belah pihak tidak ada yang dirugikan dan kegiatan *franchise* dapat berjalan dengan baik dan saling menguntungkan dan tentunya akan lebih meningkatkan dan memperkuat perekonomian nasional.

Disamping itu Perjanjian *Franchise* tersebut didaftarkan sebagai salah satu syarat administratif untuk mendapatkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba).¹⁰ STPW adalah bukti pendaftaran prospektus atau pendaftaran perjanjian yang diberikan kepada pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam Peraturan Menteri. Pemberi Waralaba (*franchisor*) wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba, sedangkan Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba untuk mendapatkan STPW. Masa berlaku STPW adalah 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama.¹¹ Ketentuan tersebut masih bersifat administratif dan belum ada tindakan hukum yang tegas apabila tidak didaftarkan, sehingga masih banyak *franchise* yang belum terdaftar. Sementara itu di daerah-daerah pun pihak pemerintah kota/kabupaten belum mengerti akan ketentuan-ketentuan tersebut. Pemerintah harus mulai pro aktif turut campur dalam mempromosikan dan pemberian perlindungan hak-hak para pihak dalam *franchise* supaya *franchise* dapat berkembang pesat di Indonesia seperti negara-negara di sekitar kita sehingga perekonomian negara dapat lebih maju.

2. ASAS KESEIMBANGAN DALAM PERJANJIAN BISNIS *FRANCHISE*

Perjanjian *franchise* memuat syarat, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi *franchisee*nya. Dalam perjanjian *franchise* tercantum pula ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee* menyangkut hak teritorial, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan *franchisee* kepada *franchisor*, lamanya perjanjian dan perpanjangan juga ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*.

Pada umumnya isi dari perjanjian antara *franchisor* dan *franchisee* adalah pihak *franchisor* akan memberikan dukungan dalam hal produksi, operasional, pemasaran dan manajemen kepada *franchisee*. Lingkup dukungan yang diberikan pun beragam tergantung dari kebijakan *franchisor* sendiri. Misalnya beberapa *franchisor* memberikan support kepada *franchisee* untuk survey lokasi, mendesain toko, rekrutmen, dan

¹⁰ <http://m.hukumonline.com/klinik/detail/cl4718/kontrak-perjanjian-franchise>, diunduh tanggal 17 Maret 2017.

¹¹ www.izinmudah.com/index.php/izin-perdagangan/205-stpw, diunduh tanggal 17 Maret 2017.

sebagainya. *Franchisee* juga akan terikat dengan peraturan yang terkait dengan mutu produk yang dijualnya, serta kewajiban keuangan kepada *franchisor* sebagai pembayaran *royalty*. Kesuksesan suatu *franchise* tergantung pada kerja keras *franchisee* dan *added value* yang diberikan oleh *franchisor*.

Franchisor mendapatkan keuntungan dari *franchisee* melalui :

- Menjual *franchise* kepada *franchisee*.
- Menjual perlengkapan kepada *franchisee*.
- Menambah prosentase penjualan.
- Mengadakan/memberikan pelatihan khusus.
- Penyediaan bahan baku.
- Produk atau jasanya tersebar luas dan membuka cabang baru.
- Mendapatkan *royalty*.
- Bisnis berkembang cepat di berbagai lokasi yang tentunya meningkatkan keuntungan dengan memanfaatkan investasi *franchisee*.

Keuntungan dari *franchisee* adalah :

- Produk atau jasa yang sudah populer di kalangan konsumen sehingga dapat menghemat biaya promosi.
- Mendapatkan berbagai fasilitas dan dukungan manajemen yang dilakukan oleh *franchisor*.
- Mendapatkan *image* yang sama seperti perusahaan induk.

Kerugian *franchisee*, antara lain :

- Biaya awal yang tinggi. Pada umumnya *franchisee* harus mengeluarkan dana yang cukup besar dimana selain untuk kebutuhan investasi awal, juga harus membayar pembelian *franchise*.
- Tidak dapat dengan bebas mengembangkan usahanya karena terikat dengan regulasi yang ditetapkan oleh *franchisor*.
- Terikat oleh *franchisor* dalam hal pembelian bahan baku agar produk yang dihasilkan standar.
- Harus teliti untuk menghindari agar tidak terjebak pada isi perjanjian dengan *franchisor*.
- *Franchisor* akan terus menerima pemasukan dari *royalty* dan penjualan *franchisee*.

Tolak ukur dalam membuat suatu perjanjian, menurut Sudikno Mertokusumo, ada beberapa asas yaitu : asas konsensualisme adalah suatu persesuaian kehendak (berhubungan dengan lahirnya suatu perjanjian), asas kekuatan mengikatnya suatu perjanjian (berhubungan dengan akibat perjanjian), asas kebebasan berkontrak (berhubungan dengan isi perjanjian). Menurut Herlien Budiono, adanya asas baru dalam hukum perjanjian yaitu asas keseimbangan. Pengertian Kebebasan Berkontrak dan asas *pacta sunt servanda* dalam kenyataannya dapat menimbulkan ketidakadilan. Pengertian kebebasan berkontrak diasumsikan bahwa para pihak dalam kontrak memiliki posisi tawar (*bargaining position*) yang seimbang, tetapi dalam kenyataannya para pihak tidak dalam posisi yang seimbang. Persyaratan standar selalu diterima oleh pihak lawan tanpa

membaca persyaratan ini atau mengetahui isinya secara utuh, dan akhirnya menimbulkan kerugian pada pihak yang lain.¹²

Tujuan dari asas keseimbangan adalah untuk menyelaraskan pranata-pranata hukum dan asas-asas pokok hukum perjanjian yang dikenal di dalam KUH Perdata yang mendasarkan pemikiran dan latar belakang individualisme pada satu pihak dan cara pikir bangsa Indonesia pada lain pihak. Kata seimbang pada satu sisi dibatasi oleh kehendak (yang dimunculkan oleh pertimbangan atau keadaan yang menguntungkan), dan pada sisi yang lain oleh keyakinan (akan kemampuan untuk) mengejawantahkan hasil atau akibat yang dikehendaki, dalam batasannya kedua sisi ini akan mencapai keseimbangan yang positif.

Munir Fuady membedakan ketidakadilan dalam 2 (dua) jenis yaitu ketidakadilan yang bersifat prosedural yaitu ketidakadilan dari klausul perjanjian sebagai akibat kedudukan para pihak yang tidak seimbangan dalam proses perjanjian, dan ketidakadilan yang bersifat substansif yaitu klausula dalam perjanjian itu sendiri yang bersifat berat sebelah tanpa mengubungkannya kepada proses musyawarah dari perjanjian tersebut.

Perjanjian Franchise wajib didaftarkan untuk mendapatkan STPW. STPW bertujuan untuk melindungi bisnis yang dimiliki Pemberi Waralaba dari pencontohan bisnis yang sama oleh Penerima Waralaba. Dewasa ini pencontohan bisnis dilakukan melalui amati, tiru dan modifikasi yang kemudian menjadi suatu sistem waralaba baru yang independen

Pemberian *franchise* menuntut eksklusifitas dan mewajibkan adanya *noncompetition clause* bagi *franchisee*, bahkan setelah perjanjian *franchise* tersebut berakhir. Perjanjian *franchise* melibatkan juga kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh *franchisor* di dalam mempergunakan merek dagang.

Merujuk pada kerahasiaan dan upaya perlindungannya, maka diatur pula klausula non kompetisi. Antara lain seperti Penerima Waralaba hanya diwajibkan merahasiakan data dan informasi sistem waralaba, Penerima Waralaba tidak diperkenankan untuk melaksanakan kegiatan yang sama, serupa, mirip ataupun yang langsung atau secara tidak langsung akan berkompetisi dalam kaitan pemberian lisensi waralaba tersebut dalam jangka waktu tertentu. Pembatasan tersebut juga ditindaklanjuti dengan larangan melakukan kegiatan yang serupa dengan waralaba setelah pengakhiran perjanjian waralaba.

Dengan melihat praktek yang terjadi, perjanjian *franchise* perlu pengaturan lebih rinci. Perjanjian *franchise* dibuat oleh orang yang benar-benar mengerti seluk beluk *franchise* dan menuangkannya dalam bentuk perjanjian tertulis oleh orang yang benar-benar mengerti tentang hukum perjanjian dan *franchise* itu sendiri. Selain itu ketidaktahuan para pihak akan bisnis *franchise* dan perjanjian *franchise* yang ditandatanganinya menjadikan hak-hak yang seharusnya diperolehnya menjadi terlewatkan dan tidak

¹² Irmiawanfridlis.blogspot.co.id/2010/10/asass-keseimbangan-dalam-hukum-perjanjian.html, diunduh pada tanggal 19 Maret 2017.

tercantum dalam perjanjian. Hal ini mengakibatkan ketidaksinkronan antara hukum, peraturan, perjanjian dan pelaksanaan dari perjanjian itu sendiri. Pemerintah juga sudah seharusnya turut campur tangan dalam memajukan bisnis *franchise* dan memberikan kepastian hukum bagi para pihak terutama menyangkut prosedural lisensi Hak Atas Kekayaan Intelektual bagi *franchisor* yang tentu juga akan memberi kepastian hukum juga terhadap *franchisee*. Harapannya dengan berkembangnya bisnis *franchise* di Indonesia dapat memperkuat perekonomian nasional.

D. PENUTUP

1. Kesimpulan

- a. Bisnis *franchise* berkaitan erat dengan lisensi sehingga ada perlindungan Hak Atas Kekayaan Intelektual bagi *Franchisor* dan *Franchisee* sebagai penerima waralaba juga ikut terlindungi hak-haknya. Selain itu Franchise harus didaftarkan dan mempunyai STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) sehingga pemerintah juga dapat memantau perkembangan waralaba di Indonesia.
- b. Perjanjian *franchise* biasanya dibuat oleh *franchisor* dan ditandatangani oleh *franchisee* sehingga telah memenuhi ketentuan dalam pasal 1337, 1338 dan 1320 KUH Perdata, akan tetapi dalam pelaksanaannya baru diketahui ketidakseimbangan yang terjadi dalam perjanjian tersebut sehingga perlu dikaji secara terus menerus sehingga nantinya seimbang antara hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee* dalam bisnis *franchise* baik pada saat perjanjian *franchise* berlangsung sampai pada perlindungan bagi *franchisor* setelah perjanjian berakhir.

2. Saran

- a. Perjanjian *franchise* hendaknya dibuat secara notariil dan didaftarkan pada Departemen Perindustrian setempat sehingga ada monitoring dari pemerintah akan bisnis *franchise* tersebut.
- b. Perlu adanya dukungan dari pemerintah dalam pengembangan bisnis *franchise* dengan menerbitkan regulasi-regulasi yang mendukung timbulnya *brand* atau produk2 nasional supaya dapat bersaing dengan produk internasional di era global ini.
- c. Lisensi yang berkaitan dengan bisnis waralaba lebih diefektif dan efisien prosesnya agar dapat memberi kepastian dan perlindungan hukum bagi pemberi waralaba dan penerima waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Adji, Samekto, *Pergeseran Pemikiran Hukum Dari Era Yunani Menuju Postmodernisme*, Jakarta : Konstitusi Press, April 2015.
- Douglas, J. Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*, Jakarta : PT. Elek Media Komputindo, 1993.
- Gunawan, Widjaja, *Waralaba*, Jakarta

- Juajir, Sumadri, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti, 1995.
- Martin, Mandelson, *Franchising Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, Jakarta : IPPM, 1993.
- Ridwan Khaerandy, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia*, Yogyakarta : Majalah Unisa UII, 1997.
- Salim HS., *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta : Sinar Grafika, 2003.

INTERNET

- Bambang-warsita.blogspot.co.id/2012/10/9-tips-jitu-bisnis-waralaba.html
- Blog.sribu.com/bisnis-waralaba-8-strategi-meningkatkan-penjualan-waralaba-anda/
www.izinmudah.com/index.php/izin-perdagangan/205-stpw
- Irmiawanfridlis.blogspot.co.id/2010/10/asass-keseimbangan-dalam-hukum-perjanjian.html
- Joehairina.blogspot.co.id/2012/11/waralaba-franchise.html
- <https://junetbungsu.wordpress.com/2012/11/21/lisensi-dan-waralaba/>
- <http://m.hukumonline.com/klinik/detail/c14718/kontrak-perjanjian-franchise>
- [https://zehan.widiastuti.wordpress.com/2014/04/09/perkembangan-waralaba di Indonesia](https://zehan.widiastuti.wordpress.com/2014/04/09/perkembangan-waralaba-di-Indonesia)