

ANALISIS YURIDIS PELAKU USAHA *FRANCHISE* MENURUT HUKUM POSITIF DI INDONESIA

**CITRA CHRISTINE PERMADANI
NPM. 16810737**

ABSTRAK

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan yuridis normatif, yaitu suatu penelitian yang berdasarkan pada penelitian kepustakaan guna memperoleh data sekunder di bidang hukum. Adapun digunakannya metode penelitian hukum normatif, yaitu melalui studi kepustakaan adalah untuk menggali asas-asas, norma, teori dan pendapat hukum yang relevan dengan masalah penelitian melalui inventarisasi dan mempelajari bahan-bahan hukum primer, sekunder, dan tertier.

Perjanjian bisnis franchise (waralaba) menurut hukum positif pada pasal 4 PP No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, dijelaskan bahwa setiap perjanjian bisnis waralaba apapun bentuknya harus dibuat secara tertulis oleh para pihak. Pada Pasal 5 UU No. 42 Tahun 2007, perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit: 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) tatacara pembayaran imbalan, (h) kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris, i) Penyelesaian sengketa; dan j) tatacara perpanjangan, pengakhiran dan penutupan perjanjian.

Bentuk perlindungan hukum terhadap franchisee dalam perjanjian dengan franchisor terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12/MDAG/Per/3/2006 , pada Pasal 7 bahwa jangka waktu perjanjian waralaba (franchising) berlaku sekurang-kurangnya 5 tahun. Ketentuan ini memberikan perlindungan hukum kepada franchisee sebagai penerima waralaba, karena dengan demikian franchisor tidak dapat memutuskan perjanjian setiap waktu atau kapan saja. Dalam Pasal 14 dinyatakan bahwa jika pemberi waralaba memutuskan perjanjian sebelum berakhirnya masa berlakunya perjanjian waralaba dan menunjuk penerima waralaba yang baru, maka penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) bagi penerima waralaba yang baru, hanya diberikan kalau pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk surat pernyataan bersama.

Kata Kunci: *Pelaku Usaha, Franchise, Hukum Positif*

PENDAHULUAN

Dunia bisnis selalu bergerak dinamis dan para pelaku bisnis selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan bisnisnya. Hal ini semakin terasa di mana ekspansi dunia bisnis telah menembus batas ruang, waktu dan teritorial suatu Negara. Salah satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah pengembangan bisnis melalui sistem franchise yang di Indonesia dikenal dengan waralaba. Sistem ini bagi sebagian pebisnis yang ingin mengembangkan bisnisnya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu bisnis karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak lain. Dengan kemampuan teknologi dan pengetahuan atau penemuan yang spesifik, lebih maju atau inovatif, pebisnis dapat menawarkan kelebihan kemampuan yang dimiliki perbisnisannya kepada pihak lain untuk menjalankan bisnisnya.

Ternyata pemberian izin penggunaan teknologi dan atau pengetahuan itu saja dalam banyak hal masih dirasakan kurang cukup oleh kalangan pebisnis, khususnya bagi mereka yang berorientasi internasional. Pebisnis merasakan perlunya suatu bentuk “penyeragaman total”, agar masyarakat konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan atau dijual olehnya secara luas, sehingga maksud pengembangan bisnis yang ingin dicapai olehnya dapat terwujud. Hingga kemudian terjadilah bentuk-bentuk lisensi seperti yang kita kenal dewasa ini, yang bersifat komprehensif.

Perkembangan dunia bisnis ternyata tidak berhenti sampai disitu, pebisnis kemudian tidak hanya berbicara soal keseragaman dalam bentuk Hak atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan, tetapi juga kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala dan setiap perintah yang dikeluarkan, termasuk sistem pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut. Untuk itu maka mulai dikembangkanlah franchise (Waralaba) sebagai alternatif pengembangan bisnis, khususnya yang dilakukan secara internasional. Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba inipun sesungguhnya mengandalkan kemampuan mitra bisnis dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatanbisnis waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengbisnis pemberi waralaba.

Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan sebagai bagian dari kepatuhan mitra bisnis terhadap aturan main yang diberikan oleh pengbisnis pemberi waralaba, mitra bisnis diberikan hakmemanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengbisnis pemberi waralaba, baik dalam bentukpenggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pengbisnis pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan royalti atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba.

Saat ini waralaba juga dapat dipakai sebagai sarana pengembangan bisnis secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Ini berarti seorang pemberi waralaba harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di Negara dimana waralaba akan diberikan atau dikembangkan. Franchise atau waralaba dalam praktek dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri

Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Bisnis Waralaba. Dan Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007.

Waralaba atau franchise juga sangat berkaitan dengan hukum perjanjian atau kontrak. Hal ini telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan juga dalam Kitab Undang-Undang Hukum Dagang mengenai rahasia dagang dalam sistem franchise. Waralaba atau Franchise adalah suatu bisnis yang didasarkan pada perjanjian dua pihak, yaitu Franchisor (pemilik hak) dan Franchisee (yang diberi hak) untuk menjalankan bisnis Franchisor menurut sistem yang ditentukan oleh Franchisor. Dengan kata lain, waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan(Franchisor)memberi hak pada pihak independen (Franchisee) untuk menjual produk atau jasa perbisnisan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan oleh Franchisor. Franchisor dan franchisee tentunya berharap melalui kemitraan tersebut akan memperoleh keuntungan yang lebih besar dan risiko 4 kegagalan yang minimal.

PEMBAHASAN

Perjanjian *franchise* (waralaba) merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPerdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak (*freedom of contract*). Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Suatu perjanjian yang dibuat menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata. Oleh karena itu, hukum kontrak di Indonesia menganut suatu "sistem terbuka" (*open system*), yang berarti bahwa setiap orang adalah bebas untuk membuat segala macam kontrak.

Agar perjanjian yang dibuat oleh para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba menjadi sah harus dipenuhinya empat syarat yang ditentukan dalam pasal 1320 KUHPerdata, yaitu sebagai berikut.

1. Adanya kesepakatan dari para pihak yang membuat perjanjian.

Artinya, untuk membuat perjanjian tidak boleh ada paksaan, tidak boleh ada penipuan, dan tidak boleh ada kekhilafan. Jika perjanjian yang dibuat tidak disepakati oleh kedua belah pihak, maka perjanjian itu dapat dibatalkan.

2. Para pihak harus cakap (mampu) bertindak dalam hukum.

Artinya, pihakpihak yang membuat perjanjian tersebut harus mampu membuat perjanjian. Yang dimaksud orang yang cakap adalah orang yang sudah dewasa serta orang yang tidak berada di bawah pengampuan (*curatele*), seperti orang yang sakit jiwa, pemabuk, penjudi, dan sebagainya.

3. Suatu hal tertentu.

Artinya, di dalam perjanjian dicantumkan apa yang menjadi objek perjanjian, misalnya perjanjian waralaba jenis makanan. Jika hal ini tidak dicantumkan, maka perjanjian tersebut batal demi hukum atau tidak sah.

4. Sebab yang halal.

Artinya perjanjian yang dibuat tidak bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Perjanjian yang dibuat menjadi tidak sah jika bertentangan dengan undang-undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan.

Keempat syarat inilah yang harus dipenuhi. Apabila sudah dipenuhi, barulah suatu perjanjian disebut perjanjian yang sah. Sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdara, apabila suatu perjanjian dibuat secara sah, maka berlakulah ia sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya. Oleh karena itu, sebuah perjanjian waralaba yang sah akan mengikat baik franchisor dan franchisee sehingga amat penting bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian mengatur isi perjanjian secara rinci.

Meskipun tidak secara khusus diatur dalam KUHPerdara, namun waralaba sebagai suatu perjanjian harus mengacu pada ketentuan umum yang telah berlaku khususnya mengenai sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III KUH Perdata. Sebelum berlakunya Peraturan Pemerintah No.16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang sekarang diganti dengan Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007, masalah waralaba menjadi persoalan besar, karena pewaralaba (franchisor) harus menggantungkan pada kesepakatan yang tertulis di dalam kontrak kerja sama. Artinya kedua belah pihak harus sangat teliti dan hati-hati atas apa yang disepakati.

Perlindungan dari ketentuan lain yang mengatur suatu kerja sama waralaba dapat diasumsikan sulit diperoleh, kalau pun ada. Etika pewaralabaan (franchising ethics) merupakan sumber yang sementara itu dapat dijadikan pedoman apakah perjanjian yang disusun mempunyai landasan yang adil dan benar. Apapun jenisnya waralaba sebagai sebuah kegiatan bisnis sebagaimana kegiatan bisnis yang lainnya, sesuai ketentuan Pasal 1 angka 1 PP No. 42 Tahun 2007 dilaksanakan dan dirumuskan dalam suatu hubungan kontraktual yaitu berdasarkan kontrak waralaba.

Masalah perlindungan hukum bagi franchisee timbul sehubungan dengan adanya kekhawatiran bahwa franchisor akan memutuskan perjanjian atau menolak mempengaruhi perjanjian dan kemudian atau menolak memperbaharui perjanjian dan kemudian mendistribusikan sendirinya produknya di wilayah franchisee. Dalam hal ini timbul perbedaan pendapat mengenai apakah undang-undang yang mengatur pemutusan perjanjian untuk melindungi kepentingan franchisee memang diperlukan dan bermanfaat bagi franchisee atau justru mengakibatkan pasar tidak efisien.

Sehubungan dengan keadaan di Indonesia perlu dikaji perbedaan pandangan tersebut, mengingat Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah menyebutkan bahwa franchise adalah salah satu pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha besar dan usaha menengah. Akan tetapi juga harus dipertimbangkan kepentingan konsumen atas tersedianya barang-barang di pasar dengan harga lebih murah. Franchise pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Franchisor dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada franchisee untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas franchisor dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor. Franchisor memberikan bantuan (assistance) terhadap franchisee. Sebagai imbalannya franchisee membayar sejumlah uang berupa initial fee dan royalty.

Franchise dapat dibedakan dalam dua bentuk yaitu product and trade franchise dan business format franchisee. Dalam bentuk yang pertama franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk menjual produk-produk franchisor. Contoh dari bentuk yang pertama adalah dealer mobil dan stasiun pompa bensin. Dalam bentuk yang kedua yaitu bisnis format franchisee, franchisor memberikan seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman dan standar pengoperasian usaha dan bantuan dalam mengoperasikan franchisee. Dengan demikian franchisee mempunyai identitas yang tidak terpisahkan dari franchisor.

Pada umumnya bentuk ini digunakan dalam usaha fast food restaurant seperti Kentucky Fried Chicken, Pizza Hut, Mc Donald, Hotel dan jasa penyewaan mobil. Bentuk inilah yang digunakan franchisor asing menyebut pasar Indonesia dan digunakan juga oleh bisnis lokal seperti Es Teller 77 Rudi Hadisuwamo Salon, Mbok Berek dan Nyi Umi. Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Pasal 1 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 12/MDAG/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba menyebutkan Waralaba (Franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba di mana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

Selanjutnya, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tersebut menjelaskan pengertian Pemberi Waralaba (Franchisor), yaitu badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba. Sedangkan Penerima Waralaba (Franchisee) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Penerima Waralaba atau franchisee dapat dibedakan antara Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan. Penerima Waralaba Utama membuat perjanjian Master Franchise dengan Pemberi Waralaba. Melalui suatu Master Franchise Agreement, Pemberi Waralaba atau Franchisor memberikan wewenang kepada Penerima Waralaba Utama untuk membuat perjanjian dengan Penerimaan Waralaba Lanjutan.

Hubungan hukum antara franchisor dan franchisee ditandai ketidakseimbangan kekuatan tawar-menawar (unequal bargaining power). Perjanjian franchise merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh franchisor. Franchisor menetapkan syarat-syarat dan standar yang harus diikuti oleh franchisee yang memungkinkan franchisor dapat membatalkan perjanjian apabila dia menilai franchisee tidak dapat memenuhi kewajibannya. Dalam perjanjian dicantumkan kondisi-kondisi bagi pemutus perjanjian seperti : kegagalan memenuhi jumlah penjualan, kegagalan memenuhi standar pengoperasian, dan sebagainya. Franchisor mempunyai distretionary power untuk menilai semua aspek usaha franchisee, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang

memadai bagi franchisee dalam menghadapi pemutusan perjanjian dan penolakan franchisor untuk memperbaharui perjanjian.

Franchisor dapat memanfaatkan kedudukan franchisee untuk menguji pasar, setelah mengetahui bahwa kondisi agar pasar menguntungkan, maka franchisor memutuskan perjanjian dengan franchisee, selanjutnya franchisor mengoperasikan outlet atau tempat usaha sendiri di wilayah franchisee. Hal ini merupakan salah satu faktor penyebab rendahnya pertumbuhan franchise lokal dibandingkan dengan pertumbuhan franchise lokal dibandingkan dengan pertumbuhan franchise asing yang rata-rata mencapai 75 persen per tahun sedangkan usaha franchise lokal, rata-rata hanya tumbuh 16 persen setahun. Perlindungan hukum terhadap franchisee perlu mendapat perhatian karena hal ini akan menumbuhkan franchise lokal sebagai pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan besar sebagaimana disebutkan dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil dan Menengah.

KESIMPULAN

Perjanjian bisnis *franchise* (waralaba) menurut hukum positif pada pasal 4 PP No. 42 Tahun 2007 tentang waralaba, dijelaskan bahwa setiap perjanjian bisnis waralaba apapun bentuknya harus dibuat secara tertulis oleh para pihak. Pada Pasal 5 UU No. 42 Tahun 2007, perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit: 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) tatacara pembayaran imbalan, (h) kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris, i) Penyelesaian sengketa; dan j) tatacara perpanjangan, pengakhiran dan penutupan perjanjian.

Bentuk perlindungan hukum terhadap franchisee dalam perjanjian dengan franchisor terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor : 12/MDAG/Per/3/2006 , pada Pasal 7 bahwa jangka waktu perjanjian waralaba (franchising) berlaku sekurang-kurangnya 5 tahun. Ketentuan ini memberikan perlindungan hukum kepada franchisee sebagai penerima waralaba, karena dengan demikian franchisor tidak dapat memutuskan perjanjian setiap waktu atau kapan saja. Dalam Pasal 14 dinyatakan bahwa jika pemberi waralaba memutuskan perjanjian sebelum berakhirnya masa berlakunya perjanjian waralaba dan menunjuk penerima waralaba yang baru, maka penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) bagi penerima waralaba yang baru, hanya diberikan kalau pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk surat pernyataan bersama.

REFERENSI

Abdurrahmat Fathoni, Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Skripsi, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011)

Adrian, Black's Law Dictionary, Hukum Waralaba, (Bogor:Ghalia Indonesia, 2008)

Adrian Sutedi, Hukum Waralaba, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.

Anonymous, Bisnis Waralaba Indonesia (Franchise News), 3 Oktober 2006.

Bambang Sunggono, Metodologi Penelitian Hukum, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2010)

Burhan Ashafa, Metode Penelitian Hukum, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

Burhan Bungin, Metode Penelitian Kualitatif, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003)

Fuad, M. Pengantar Bisnis, Jakarta : Gramedia Pustaka, 2006.

Gunawan Widjaya, Lisensi atau Waralaba, Rajawali Pers, Jakarta, 2001.

Kevin Kogin, Aspek Hukum Kontrak Waralaba, (Jakarta: PT. Tatanusa, 2014)

Muljono, Euginia Liliawati, Perundang-Undangan Waralaba, (Jakarta : Harvarindo, 1998).

Pasal 5 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

R. Subekti dan R. Tjitrosudibio, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, (Jakarta: Balai Pustaka, 2014)

Subekti, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (Burgerlijk Wetboek), Cetakan Keenam Belas, Jakarta: Pradnya Paramita.

Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D, (Bandung: Alfabeta, 2016).

Wijaya Gunawan, Seri Hukum Bisnis Waralaba, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2001)