

**PENGATURAN PROSPEKTUS PENAWARAN WARALABA
DALAM PERJANJIAN WARALABA**

Oleh

Calvin Smith Houtsman Sitinjak

Desak Putu Dewi Kasih

I Made Udiana

Program Kekhususan Hukum Bisnis, Fakultas Hukum, Universitas Udayana

Abstract

In the business world today is also known as the practice of the franchise (Franchise), which is generally done by companies and individuals conducting business in services, food and beverages, such as fast-food restaurants and cafes. Franchising in Indonesia is regulated in Government Regulation Number 42 Year 2007 on the franchise, government regulation is set to hold the balance between the parties in the franchise contract through various procedures required by the franchisor and franchisee in a franchise business, procedures to be fulfilled by the parties to the franchise agreement, the Government Regulation Number 42 Year 2007, namely franchise Prospectus. However, both Franchisor and Franchisee as parties to the franchise contract in practice in the business world in Indonesia is still very rarely understand the importance Prospectus franchise and recognize the existence of the Prospectus franchise itself, it is due to the existence of a problem law, namely the rule of law in the field of franchising vague. Thus in this journal will discuss the setting Prospectus Franchise In Franchise Agreement.

Legal methods used are normative legal method, using primary data obtained in the principles of law, comparative law in the legislation, as well as the norms and secondary data obtained by the research literature. The results obtained in this study is that the purpose of the delivery of the Prospectus Franchising Franchisor to the Franchisee candidates is that the Franchisee to undertake a feasibility study business to business franchise that will be lived. In addition, also so that franchisees know what the advantages and what can be charged to him as the rights and obligations of franchisees in the franchise contract early.

Keywords: Franchising, Contract, Franchise Prospectus.

Abstrak

Di dalam dunia bisnis kini dikenal juga adanya praktik waralaba (*Franchise*) yang umumnya dilakukan oleh perusahaan maupun perorangan yang melaksanakan kegiatan usaha di bidang jasa, makanan, serta minuman, seperti restoran siap saji dan kafe. Waralaba di Indonesia saat ini diatur di dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, Peraturan Pemerintah ini ditetapkan guna mengadakan keseimbangan diantara para pihak dalam kontrak waralaba melalui berbagai prosedur yang wajib dipenuhi oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam suatu bisnis waralaba, prosedur yang wajib di penuhi oleh para pihak dalam kontrak waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yaitu Prospektus Penawaran Waralaba. Namun, baik Pemberi Waralaba maupun Penerima Waralaba sebagai pihak-pihak dalam kontrak waralaba pada praktik di dunia bisnis di Indonesia hingga saat ini masih sangat jarang memahami pentingnya Prospektus Penawaran Waralaba serta menyadari keberadaan dari Prospektus Penawaran Waralaba itu sendiri, hal ini disebabkan karena adanya suatu persoalan hukum, yaitu aturan hukum di bidang waralaba yang kabur. Dengan demikian dalam jurnal ini akan membahas mengenai Pengaturan Prospektus Penawaran Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba.

Metode hukum yang dipergunakan adalah metode hukum normatif, dengan menggunakan data primer yang didapat dalam asas-asas hukum, perbandingan hukum yang tertulis dalam peraturan perundang-undangan, serta norma yang berlaku dan data sekunder yang didapat dengan melakukan penelitian kepustakaan.

Adapun hasil yang diperoleh dalam penelitian ini adalah Bahwa pengaturan prospektus penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba merujuk pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba masih bersifat umum dan masih perlu di benahi, sehingga penyampaian Prospektus Penawaran Waralaba oleh Pemberi Waralaba kepada Calon Penerima Waralaba dimaksudkan agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya.

Kata Kunci: Waralaba, Kontrak, Prospektus Penawaran Waralaba.

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Banyaknya waralaba asing masuk ke Indonesia, telah menggerakkan pemerintah untuk memberikan perhatian khusus terutama dari segi hukum. Oleh karena itu, pada tahun 1997 dibuat Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba, yang kemudian diganti oleh Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 Tentang Waralaba, Peraturan Pemerintah tersebut diperkuat dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Sejak dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007

tersebut, maka setiap pengusaha yang menjalankan usaha waralaba wajib mendaftarkan usaha waralabanya pada kantor Departemen Perdagangan, tujuannya untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara waralaba, serta bertujuan untuk memberikan aturan yang jelas tentang bisnis waralaba, tetapi karena pengaturan yang terdapat di dalamnya tersebut masih bersifat terlalu umum dan diatur dengan sangat singkat, sehingga kurang memadai untuk dapat digunakan sebagai peraturan dasar utama untuk menata kegiatan bisnis waralaba di Indonesia.

1.2. Tujuan

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaturan prospektus penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba.

II ISI MAKALAH

2.1. Metode Penulisan

Tulisan ini menggunakan metode penelitian hukum normatif dengan menggunakan pendekatan sejarah (*historical approach*), peraturan perundang-undangan (*statute approach*), dan pendekatan fakta (*the fact approach*). Pendekatan sejarah (*historical approach*) dilakukan dengan menelaah latar belakang dan perkembangan dari materi yang diteliti.¹ Pendekatan peraturan perundang-undangan dimaksudkan untuk menganalisis instrumen yang relevan, sedangkan pendekatan fakta digunakan dalam mengidentifikasi fakta-fakta yang relevan dengan isu hukum yang sedang dibahas.²

2.2. Hasil dan Pembahasan

2.2.1. Pengaturan Prospektus Penawaran Waralaba Dalam Perjanjian Waralaba

Prospektus penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba bermanfaat bagi pemerintah guna memperoleh informasi hukum cukup dan memadai, guna melakukan pemerataan ekonomi dan mewujudkan keberpihakan terhadap perekonomian dalam negeri. Prospektus penawaran waralaba merupakan kewajiban yang harus diserahkan

¹ Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, Hal. 153.

² Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, Hal. 93.

oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba dengan berdasarkan asas-asas perjanjian pada asas kebebasan berkontrak, asas konsensualitas, asas itikad baik, asas kerahasiaan, asas persamaan hukum dan asas keseimbangan. Di mana dalam penerapannya yang bersifat fleksibel, karena peraturannya hanya menentukan hal-hal yang pokok.

Penyampaian Prospektus Penawaran Waralaba oleh Pemberi Waralaba kepada calon Penerima Waralaba ini memegang peranan yang penting di dalam sebuah bisnis waralaba. Untuk lebih menjamin kelayakan usaha bisnis yang diwaralabakan, pada bagian lain peraturan pemerintah ini, *Franchisor* diwajibkan memperlihatkan prospek kepada calon *Franchisee*. Berdasarkan hal tersebut, tujuan daripada penyampaian prospektus penawaran waralaba oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba adalah agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya. Selain itu, juga agar penerima waralaba mengetahui apa yang menjadi keuntungan dan apa yang dapat dibebankan kepadanya sebagai hak dan kewajiban penerima waralaba dalam kontrak waralaba sejak dini.³

2.2.2 Pengaturan *Franchise Disclosure Document* (FDD) Dalam Prospektus Penawaran Waralaba

Franchise Disclosure Document (FDD) sangat penting dalam suatu perjanjian waralaba maka perlu dibentuk suatu aturan khusus atau menyempurnakan peraturan waralaba yang mengatur tentang *Franchise Disclosure Document* (FDD) atau prospektus penawaran waralaba di Indonesia yang mengadaptasi substansi *Uniform Franchise Offering Circular* (UFOC) agar tercipta keseragaman dalam hal substansi dan menjadi dasar hukum yang kuat sehingga akan mendukung perkembangan waralaba di Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, setiap pewaralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba untuk mendapat Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) dan setiap terwaralaba mendaftarkan perjanjian waralaba. Mengenai pendaftaran perjanjian waralaba ini, hampir dapat dipastikan bahwa pihak yang menilai isi perjanjian tersebut belum memahami ketentuan tentang keputusan Komisi Pengawas Persaingan Usaha

³ Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, Hal. 34.

(KPPU) terkait dengan perjanjian waralaba yang tidak mutlak dikecualikan oleh Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat. Hal ini menunjukkan lemahnya koordinasi dan sinkronisasi hukum waralaba di Indonesia. Perlindungan terhadap tata cara pemberian *confidential information* dan *know how* (dalam *Franchise Disclosure Document*) dari pihak *Franchisor* kepada *Franchisee* diatur dalam perjanjian *Franchisanya*. Hal-hal yang perlu dilakukan dalam rangka tertib hukum *Franchise* adalah pendaftaran *Franchise*, prinsip *disclosure*, asosiasi *Franchise*, kode etik *Franchise*, dan *guidelines* tentang kontrak *Franchise*.

Merujuk pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 pasal 7 ayat (1) mengatur bahwa prospektus penawaran waralaba merupakan kewajiban pemberi waralaba terhadap penerima waralaba serta mewajibkan pemberi waralaba untuk mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Pendaftaran prospektus penawaran waralaba tersebut dilakukan untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), selain itu juga agar penerima waralaba mengetahui apa yang menjadi keuntungan dan apa yang dapat dibebankan kepadanya sebagai hak dan kewajiban penerima waralaba dalam kontrak waralaba sejak dini, sehingga dalam perjanjian waralaba tata caranya diserahkan kepada *franchisor* dan *franchisee*. Namun keberadaan atau eksistensi prospektus penawaran waralaba di Indonesia masih bersifat terlalu umum dan kurang menyeluruh sehingga hal-hal yang tercantum didalamnya diatur sangat singkat dan kurang memadai untuk digunakan sebagai pengaturan dasar atau sumber hukum utama untuk menata kegiatan *franchise* di Indonesia, dimana ketentuan denda dan sanksi administratif berlaku bagi pewaralaba yang tidak mendaftarkan prospektusnya.

III KESIMPULAN

Bahwa pengaturan prospektus penawaran waralaba dalam perjanjian waralaba merujuk pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba masih bersifat umum dan masih perlu di benahi, sehingga penyampaian Prospektus Penawaran Waralaba oleh Pemberi Waralaba kepada Calon Penerima Waralaba dimaksudkan agar penerima waralaba bisa melakukan studi kelayakan bisnis terhadap bisnis waralaba yang akan dijalaninya.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

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

Mukti Fajar dan Yulianto Achmad, 2010, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif dan Empiris*, cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Peter Mahmud Marzuki, 2010, *Penelitian Hukum*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1999 tentang larangan praktek monopoli dan persaingan usaha tidak sehat.

Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang waralaba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah No, 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008 tentang penyelenggaraan waralaba.