

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *FRANCHISEE* TERKAIT PENDIRIAN
USAHA DI BIDANG YANG SERUPA SETELAH BERAKHIRNYA
PERJANJIAN WARALABA***

Oleh
Tashaekti Fadhila Rahmadany**
I Ketut Tjukup***
Bagian Hukum Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Udayana

ABSTRAK

Latar belakang makalah ini adalah adanya klausula baku yang membatasi *franchisee* di dalam perjanjian waralaba ditinjau dari Pasal 18 Undang – Undang Perlindungan Konsumen mengenai ketentuan pencantuman klausula baku. Oleh karena itu makalah ini bertujuan untuk mengetahui kedudukan klausula baku yang membatasi *franchisee* serta ketentuan hukum yang melindungi *franchisee* apabila mendirikan usaha di bidang yang serupa setelah perjanjian waralaba berakhir. Paper ini merupakan kajian normatif sehingga untuk mengetahui perlindungan hukumnya dilakukan pendekatan perundang-undangan. Perlindungan hukum yang dapat digunakan adalah dengan menafsirkan Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, Undang – Undang Perlindungan Konsumen, serta Undang – Undang Rahasia Dagang.

Kata kunci : Perlindungan Hukum, Perjanjian, Waralaba.

ABSTRACT

The background of this paper is the existence of a standard contract that limits the franchisee in the franchise agreement in terms of consumer protection law. Therefore this paper aimed at covering the subject of the legal provisions protecting the franchisee when establishing a business in a similar field after the franchise agreement expires. This paper is of normative study so that to cover the legal protection, the legislation approach is used. Legal protection that can be used is to interpret Article 1338 paragraph (1) civil code, Consumer Protection Law, and Trade Secret Law.

Keywords : Legal Protection, Agreement, Franchise.

* Makalah ilmiah di luar ringkasan skripsi

** Tashaekti Fadhila Rahmadany adalah mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Udayana

*** I Ketut Tjukup adalah dosen Fakultas Hukum Universitas Udayana

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Waralaba masuk ke Indonesia sejak tahun 1950, perusahaan waralaba lokal mulai tumbuh dan berkembang pada masa itu. Pesatnya pertumbuhan penjualan sistem waralaba disebabkan oleh faktor popularitas pemberi waralaba yang tercermin dari kemampuannya untuk menawarkan suatu bidang usaha yang probabilitas keberhasilannya tinggi. Secara sederhana waralaba merupakan hak istimewa untuk menjual produk barang dan/atau jasa yang diberikan oleh pemberi waralaba (*franchisor*) kepada penerima waralaba (*franchisee*) yang diikuti oleh seperangkat kewajiban dan imbalan. *Franchisor* merupakan perorangan dan/atau badan usaha yang memberikan haknya atas kekayaan intelektual yang dimilikinya untuk dimanfaatkan oleh pihak lain. Sedangkan *franchisee* adalah perorangan dan/atau badan usaha yang mendapat hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual yang dimiliki oleh *franchisor*.¹

Di era globalisasi saat ini pemerintah terus melakukan upaya penanaman modal asing baik secara langsung maupun tidak langsung. Penanaman modal asing secara langsung dapat dilakukan salah satunya melalui penerimaan waralaba asing.² Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis. Perjanjian tersebut terdiri dari persyaratan, ketentuan hak serta kewajiban, dan komitmen yang dibuat dan disepakati pihak *franchisor* bersama

¹ Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Bogor, h. 19.

² I Made Udiana, 2011, *Rekonstruksi Pengaturan Penyelesaian Sengketa Penanaman Modal Asing*, Cetakan Pertama, Udayana University Press, Denpasar h.1.

pihak *franchisee*.³Perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus yang dapat diterima oleh hukum dengan adanya asas kebebasan berkontrak sehingga perjanjian waralaba dibuat secara sah dan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Dalam bisnis waralaba, kelangsungan perusahaan *franchisee* banyak bergantung pada *franchisor*. Hubungan – hubungan atas dasar waralaba menempatkan pihak *franchisee* dalam posisi yang lemah dengan adanya klausula baku yang membatasi persaingan sehingga pihak *franchisee* dilarang untuk mendirikan usaha yang serupa dengan usaha waralaba yang sebelumnya telah dijalani selama periode tertentu.⁴ Hal tersebut tentunya dapat menimbulkan sengketa antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* yang tidak jarang harus melalui jalur pengadilan.⁵ Walau seyogyanya setiap individu mempunyai hak yang sama untuk meningkatkan kesejahteraannya melalui pendirian sebuah usaha.

Kemudian bagaimana jika di dalam perjanjian waralaba terdapat klausula baku yang dapat merugikan *franchisee* apabila ditinjau melalui Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen khususnya Pasal 18 mengenai ketentuan pencantuman klausula baku.

1.2. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini secara umum adalah untuk mengetahui aspek – aspek perjanjian dalam bisnis waralaba serta

³ Adrian Sutedi, *op.cit*, h.79

⁴ Lindawaty S. Sewu, 2004, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler Dalam Perspektif Hukum Dan Ekonomi*, CV. Utomo, Bandung, h.42.

⁵ I Made Udiana, 2016, *Kedudukan Dan Kewenangan Pengadilan Hubungan Industrial*, Cetakan Kedua, Udayana University Press, Denpasar, h.2.

meninjau kedudukan klausula baku yang membatasi *franchisee* dalam perjanjian waralaba melalui Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen dan untuk mengetahui ketentuan hukum yang melindungi pihak *franchisee* apabila mendirikan usaha yang serupa setelah berakhirnya perjanjian waralaba.

II. ISI MAKALAH

2.1. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan adalah penelitian hukum normatif karena penulisan ini mengkaji tentang hukum perikatan yang terdapat di KUH Perdata dan mengacu pada peraturan perundang – undangan seperti Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen. Jenis pendekatan yang digunakan adalah pendekatan perundang – undangan (*the statute approach*) yang dilakukan dengan menelaah Undang Undang dan regulasi yang bersangkutan paut dengan isu hukum yang sedang ditangani sebagai dasar awal melakukan analisis.⁶

2.2. Hasil dan pembahasan

2.2.1. Kedudukan Klausula Baku Yang Membatasi *Franchisee*

Dalam Perjanjian Waralaba

Peran yang diharapkan dari hukum ialah peran pengaturan, terutama di bidang yang melibatkan ketidakadilan dalam praktek berbisnis. Namun dalam praktek perjanjian waralaba tak jarang

⁶ Peter Mahmud Marzuki, *Penelitian Hukum*, Kencana Predana Media Group, Jakarta, h.93.

memuat klausula baku dengan membatasi *franchisee* yang kedudukannya dapat dikatakan sebagai konsumen bagi *franchisor*. Lemahnya posisi *franchisee* tergambar dengan adanya klausula baku yang membatasi *franchisee* dengan menyatakan bahwa setelah berakhirnya perjanjian maka pihak *franchisee* dibatasi untuk tidak berusaha dalam bisnis yang sejenis dengan usaha waralaba yang sebelumnya telah dijalani selama periode tertentu. Klausula ini bertujuan untuk menjaga agar bisnis *franchisor* dapat berjalan dengan lancar dalam arti menjaga agar tidak menimbulkan persaingan baru dengan mantan *franchisee* dalam bidang bisnis barang dan/atau jasa walaupun kerjasama dengan *franchisee* telah berakhir.

Memerhatikan rumusan pengertian klausula baku dalam Pasal 1 angka 10 Undang – Undang Perlindungan Konsumen, tampak penekanannya lebih tertuju pada prosedur pembuatannya yang dilakukan secara sepihak oleh pelaku usaha. Artinya melalui berbagai klausula baku, isi perjanjian sepenuhnya ditentukan secara sepihak oleh *franchisor* dan *franchisee* hanya dihadapkan pada dua pilihan yaitu menyetujui atau menolak perjanjian tersebut.⁷

Ketentuan pencantuman klausula baku dalam perjanjian waralaba antara *franchisor* dengan *franchisee* idealnya harus memerhatikan ketentuan Pasal 18 Ayat (1) Undang – Undang Perlindungan Konsumen. Menurut Ahmadi Miru ketentuan dalam pembuatan prosedur klausula baku dimaksudkan untuk menempatkan kedudukan konsumen setara dengan pelaku usaha berdasarkan prinsip kebebasan berkontrak. Salah satu asas dalam

⁷ Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Kesembilan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, h.20

Undang – Undang Perlindungan Konsumen yang mendukung ketentuan Pasal 18 Ayat (1) tersebut adalah asas keseimbangan perlindungan antara pelaku usaha dan konsumen yang juga dapat dikelompokkan ke dalam asas keadilan, mengingat hakikat keseimbangan yang dimaksud adalah juga keadilan bagi kepentingan masing – masing pihak.⁸

Konsekuensi dari klausula baku yang membatasi *franchisee* dalam perjanjian waralaba yang tidak sesuai dengan ketentuan Pasal 18 Ayat (1) Undang – Undang Perlindungan Konsumen serta tidak menganut asas keseimbangan dan asas keadilan maka dapat diberlakukan ketentuan Pasal 18 Ayat (3) Undang – Undang Perlindungan Konsumen bahwasanya klausula baku yang telah ditetapkan pelaku usaha pada perjanjian tersebut dapat dinyatakan batal demi hukum.

2.2.2. Ketentuan Hukum Yang Melindungi Pihak *Franchisee*

Apabila Mendirikan Usaha Yang Serupa Setelah Berakhirnya Perjanjian Waralaba

Perjanjian merupakan perbuatan yang mengikat antara satu orang atau lebih terhadap satu orang lain atau lebih sesuai dengan Pasal 1313 KUH Perdata. Agar suatu perjanjian dapat dikatakan sah dan mengikat para pihak, perjanjian harus memenuhi syarat yang terdapat di dalam Pasal 1320 KUH Perdata yaitu :

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Cakap untuk membuat suatu perikatan;
3. Hal tertentu;
4. Sebab yang halal.

⁸ *Ibid*, h.28.

Terbentuknya perjanjian waralaba adalah pada saat terjadi kesepakatan antara *franchisor* dengan *franchisee* yang dituangkan dalam penandatanganan perjanjian sehingga telah terjadi hubungan hukum yang mengakibatkan timbulnya hak dan kewajiban dari perjanjian tersebut. Akibat hukum suatu perjanjian ialah setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak sesuai dengan Pasal 1338 Ayat 1 KUH Perdata. Dari Pasal tersebut menggambarkan adanya asas kebebasan berkontrak akan tetapi kebebasan ini dibatasi oleh hukum yang bersifat memaksa. Sehingga suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak atau karena alasan yang dibenarkan oleh undang – undang. Dalam hal ini apabila dalam suatu perjanjian waralaba terdapat klausula baku yang membatasi *Franchisee* maka klausula tersebut dapat dibatalkan atau ditarik kembali sebagai alasan yang dibenarkan oleh Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen.

Perjanjian waralaba sangat erat hubungannya dengan pemberian lisensi untuk memanfaatkan hak kekayaan intelektual tertentu sebagai salah satu kriteria waralaba yaitu HKI yang telah terdaftar mengacu pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007. Yang dimaksud dengan Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan pelaksanaan usaha waralaba seperti Hak Cipta, Hak Paten, Hak Merek dan Rahasia Dagang yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat.

Berkaitan dengan jenis dan konsep usaha waralaba mengakibatkan pemberian hak untuk menggunakan HKI yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Dalam sistem waralaba

produk dan merek dagang Hak Kekayaan Intelektual yang diberikan terwujud dalam bentuk Hak Merek. Sedangkan untuk usaha waralaba dengan sistem format bisnis HKI yang diberikan terwujud dalam bentuk Hak Merek dan Rahasia Dagang. Kemudian bagaimana akibat hukum dari penggunaan Hak Kekayaan Intelektual setelah perjanjian waralaba berakhir?

Berakhirnya perjanjian waralaba dapat dikarenakan oleh dua hal yaitu :

1. Ditentukan dalam perjanjian oleh para pihak.
2. Undang - Undang menentukan batas berlakunya suatu perjanjian.
3. Para pihak atau Undang - Undang dapat menentukan bahwa dengan terjadinya peristiwa tertentu maka perjanjian menjadi hapus.
4. Pernyataan menghentikan perjanjian oleh kedua belah pihak atau salah satu pihak.
5. Perjanjian hapus karena putusan pengadilan.
6. Tujuan perjanjian telah tercapai karena jangka waktu perjanjian telah habis.
7. Karena dikehendaki kedua belah pihak saat jangka waktu perjanjian belum habis.⁹

Dalam hal perjanjian waralaba berakhir karena jangka waktu perjanjian telah habis maka *franchisor* wajib menawarkan perpanjangan perjanjian kepada *franchisee* yang merupakan haknya. Namun apabila *franchisee* tidak berkenan untuk melakukan perpanjangan perjanjian maka perjanjian waralaba berakhir. Setelah

⁹ Lindawaty S. Sewu, *op.cit*, h.46 - 47.

berakhirnya perjanjian waralaba maka akan timbul akibat hukum putusnya hubungan waralaba antara para pihak.

Putusnya hubungan waralaba juga akan berakibat dalam hal penggunaan HKI yaitu Hak Merek dan Rahasia Dagang. *Franchisee* tidak dapat lagi menggunakan merek dan logo milik *franchisor* segala hal yang berhubungan dengan itu harus dikembalikan kepada *franchisor*. Sehingga apabila *franchisee* berkehendak untuk mendirikan usaha yang serupa dengan usaha waralaba yang pernah dijalaninnya selama periode tertentu namun menggunakan merek dan logo miliknya sendiri menjadikan mantan *franchisee* tersebut sebagai pemilik usaha yang mandiri dan independen karena sudah tidak bergantung kepada *franchisor*.

Berbeda dengan Merek dan Logo yang memiliki bentuk secara kasat mata. Rahasia dagang digambarkan sebagai sebuah informasi rahasia. Menurut Pasal 1 ayat (1) Undang – Undang Nomor 30 Tahun 2000 Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak dektahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi yang berguna dalam kegiatan usaha dan dijaga kerahasiannya. Obyek rahasia dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan atau informasi di bidang teknologi dan/atau bisnis mempunyai nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.¹⁰

Setelah berakhirnya perjanjian waralaba, rahasia dagang milik *franchisor* dapat dikembalikan secara simbolik oleh *franchsiae* dengan menyerahkan dokumen - dokumen rahasia terkait metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan atau informasi rahasia di

¹⁰ Ni Ketut Purwanti et.al, 2016, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jilid I, Cetakan Kedua, Deepublish, Yogyakarta, h.137.

bidang teknologi dan/atau bisnis. Namun rahasia dagang yang berupa informasi tersebut tentunya dapat dipelajari dan dapat dimengerti. Sehingga memungkinkan *franchisee* untuk mendirikan usaha yang serupa setelah berakhirnya perjanjian waralaba dengan merek dan logo yang berbeda serta rahasia dagang yang telah dikuasainya diinovasi sedemikian rupa untuk dapat menunjukkan ciri khas usahanya berbeda dengan usaha waralaba sebelumnya yang dimiliki oleh *franchisor*.

Undang – Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang Pasal 15 huruf b mengecualikan tindakan rekayasa ulang atas produk dari penggunaan rahasia dagang milik orang lain untuk kepentingan pengembangan produk sebagai pelanggaran rahasia dagang. Sehingga tindakan *franchisee* apabila mendirikan usaha yang serupa dengan waralaba milik *franchisor* yang ia jalankan sebelumnya menggunakan rahasia dagang milik *franchisor* yang ia inovasikan menjadi sebuah rahasia dagang miliknya yang baru dapat dikatakan tidak melawan hukum sepanjang ia tidak memiliki atau menguasai rahasia dagang milik *franchisor* yang terdahulu dengan perbuatan hal – hal yang melawan hukum seperti mencuri.

Namun, di samping keuntungan yang dapat *franchisee* peroleh, *franchisee* juga dapat mengalami berbagai kerugian yang tidak sedikit, yaitu sebagai berikut:

1. *Franchisee* tidak dapat memperoleh manfaat atau keuntungan dari *image franchisor* yang telah membentuk pasar *franchisor* walaupun *franchisee* mendirikan bisnis yang sejenis dengan sistem dan metode yang mirip dengan *franchisor*.

2. Pendapatan *franchisee* selama masa hubungan belum menutupi biaya yang telah dikeluarkannya. Hal ini khususnya terjadi apabila pemutusan datang dari pihak *franchisor*.¹¹

III. Penutup

3.1. Kesimpulan

Usaha waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis yang memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan disepakati oleh pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*. Lemahnya posisi *franchisee* tergambar dengan adanya klausula baku yang membatasi *franchisee* dengan menyatakan bahwa setelah berakhirnya perjanjian maka pihak *franchisee* dibatasi untuk tidak berusaha dalam bisnis yang sejenis dengan usaha waralaba yang sebelumnya telah dijalani selama periode tertentu. Kedudukan klausula baku tersebut tentunya tidak menganut asas keseimbangan dan asas keadilan yang dianut dalam Undang – Undang Perlindungan Konsumen.

Ketentuan hukum yang melindungi pihak *franchisee* apabila mendirikan usaha yang serupa setelah perjanjian waralaba berakhir dapat dilihat dari Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata menggambarkan adanya asas kebebasan berkontrak akan tetapi kebebasan ini dibatasi oleh hukum yang bersifat memaksa sehingga *franchisor* sebagai pihak dominan dilarang untuk membuat perjanjian yang sewenang-wenang.

¹¹ Adrian Sutedi, *op.cit*, h.139.

DAFTAR PUSTAKA

Buku – Buku

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

Ahmadi Miru, 2015, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Edisi Revisi, Cetakan Kesembilan, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.

I Made Udiana, 2011, *Rekonstruksi Pengaturan Penyelesaian Sengketa Penanaman Modal Asing*, Cetakan Pertama, Udayana University Press, Denpasar.

_____, 2016, *Kedudukan Dan Kewenangan Pengadilan Hubungan Industrial*, Cetakan Kedua, Udayana University Press, Denpasar.

Lindawaty S. Sewu, 2004, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler Dalam Perspektif Hukum Dan Ekonomi*, CV. Utomo, Bandung.

Ni Ketut Supasti Dharmawan et.al, 2016, *Hak Kekayaan Intelektual*, Jilid I, Cetakan Kedua, Deepublish, Yogyakarta.

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

Peraturan Perundang – Undangan

Kitab Undang – Undang Hukum Perdata, *Burgerlijk Wetboek*, 2004, diterjemahkan oleh R. Subekti dan R. Titjrosudibio, Pradnya Paramita, Jakarta.

Indonesia, Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen, LNRI Tahun 1999 Nomor 42, Tambahan LNRI Nomor 3821.

Indonesia, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, LNRI Tahun 2007 Nomor 90, Tambahan LNRI Nomor 4742.

Indonesia, Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.