

KEDUDUKAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA DI INDONESIA

oleh

Ida Ayu Trisnadewi

Made Mahartayasa

Bagian Keperdataan Fakultas Hukum Universitas Udayana

Abstrak

Saat ini berbisnis dengan konsep waralaba dalam berbagai bidang sedang diminati di kalangan masyarakat. Berbisnis dengan konsep waralaba diminati karena selain dilihat dari segi keuntungan dan berbagai kemudahan berbisnis yang ditawarkan oleh pihak *franchisor* kepada pihak *franchisee*. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode normatif dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang ada dan berbagai literatur terkait masalah Kedudukan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia. Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memahami kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba di Indonesia. Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia adalah berdiri sendiri.

Kata kunci : Waralaba, kedudukan hukum, *franchisee*, *franchisor*

Abstract

Franchise has emerged as widely favored business concept in society currently. Conducting business under franchise concept is favored due to its profitability and many features of advantages offered by franchisor towards the franchisee. Methods conducted in composing this writing shall be normative legal research combined with statutory approach. The author shall analyze relevant regulations in respect with Status of Parties in Franchise Agreement in Indonesia. Aims of the writing shall serve to comprehend the legal status of parties in Indonesian franchise agreement. Legal standing of parties within franchise agreement shall serve on its own according to Indonesian Law.

Keyword : Franchise, legal position, franchisee, franchisor

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini berbisnis dengan konsep waralaba dalam berbagai bidang sedang diminati di kalangan masyarakat. Berbisnis dengan konsep waralaba diminati karena selain dilihat dari segi keuntungan serta berbagai kemudahan berbisnis yang ditawarkan oleh pihak *franchisor* kepada pihak *franchisee*. Di dalam perjanjian waralaba telah memuat ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan yang berkaitan dengan jangka waktu perjanjian waralaba, serta

ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*.¹ Adapun ketentuan hukum yang berlaku saat ini yang mengatur tentang Waralaba yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Adanya perjanjian waralaba ini merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan yang dapat merugikan pihak lain. Sehingga perjanjian waralaba dapat digunakan sebagai dasar hukum untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba. Apabila salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.² Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba adalah berdiri sendiri (*independent contractors atau no agency*).

Tujuan dari penulisan ini adalah untuk memahami kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba di Indonesia.

II. ISI MAKALAH

2.1. METODE PENELITIAN

Metode dalam penulisan karya ilmiah ini adalah menggunakan metode normatif dengan menganalisis peraturan perundang-undangan yang ada dan berbagai literatur terkait masalah Kedudukan Hukum Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia.

2.2. HASIL DAN PEMBAHASAN

2.2.1. Pengertian dan Karakteristik Waralaba

Pengertian waralaba berdasarkan Pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, waralaba diartikan sebagai 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 jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/ atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.³ Menurut pendapat Amir Karamoy, waralaba adalah suatu pola kemitraan usaha antara perusahaan yang memiliki merek dagang dikenal serta sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran yang telah mantap, yang disebut *franchisor*, dengan

¹ Adrian Suteji, 2008, *Hukum Waralaba*, Cet. I, Ghalia Indonesia, Bogor, h. 79.

² *Ibid*, h. 80.

³ *Ibid*, h. 12.

perusahaan/ individu yang memanfaatkan atau menggunakan merek dan sistem milik *franchisor*, yang disebut *franchisee*. *Franchisor* wajib memberikan bantuan teknis, manajemen, dan pemasaran kepada *franchisee* dan sebagai timbal baliknya, *franchisee* membayar sejumlah biaya (*fee*) kepada *franchisor*. Hubungan kemitraan usaha antara kedua belah pihak dikukuhkan dalam suatu perjanjian waralaba.⁴ Sebelum adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba adapun ketentuan lain yang mengatur tentang waralaba yaitu; Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.⁵

Karakteristik yuridis dari bisnis waralaba, adalah sebagai berikut; Unsur dasar, dalam setiap waralaba terdapat 3 (tiga) unsur dasar yang harus ada yaitu; ada pihak *franchisor*, ada pihak *franchisee*, dan bisnis waralaba itu sendiri. Unsur tambahan lainnya adalah; keunikan produk, konsep bisnis total, *franchisee* memakai atau menjual produk, *franchisor* menerima *fee* dan royalti, adanya pelatihan manajemen dan keterampilan khusus, pendaftaran merek dagang, paten, atau hak cipta, bantuan pendanaan *franchisee* dari *franchisor* atau lembaga keuangan, pembelian produk langsung dari *franchisor*, bantuan promosi dan periklanan dari *franchisor*, pelayanan pemilihan lokasi oleh *franchisor*, daerah pemasaran yang eksklusif, pengendalian dan penyeragaman mutu, mengandung unsur merek dan sistem bisnis tertentu.⁶

Karakteristik lain dari waralaba ialah para pihak yang terlibat dalam bisnis waralaba sifatnya berdiri sendiri. *Franchisee* berada dalam posisi independen terhadap *franchisor*. Maksudnya adalah *franchisee* berhak atas laba dari usaha yang dijalankannya serta bertanggung jawab atas beban-beban usaha waralabanya sendiri, misalnya pajak dan gaji pegawai. Di luar itu, *franchisee* terikat pada aturan dan perjanjian dengan *franchisor* sesuai dengan kontrak yang disepakati bersama.⁷

⁴ *Ibid*, h. 11.

⁵ Gunawan Widjaja, 2001, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, Cet. I, PT. Raja Grafindo Persada, h. 75.

⁶ Munir Fuady, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis*, Cet. III, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, h. 340.

⁷ Adrian Sutedi, *op.cit*, h. 51.

2.2.2. Kedudukan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba

Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia adalah berdiri sendiri (*independent contractors* atau *no agency*) klausul ini menegaskan bahwa kedudukan dan hubungan hukum antara *franchisor* dengan *franchisee* bukanlah hubungan keagenan, *joint venture*, atau atasan bawahan. Pihak *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba dengan memiliki sistem/tata cara dalam berbisnis waralaba, sementara pihak *franchisee* merupakan pihak yang menerima/menjalankan bisnis waralaba tersebut dengan cara yang dikembangkan oleh *franchisor*.⁸

Adanya penawaran dalam bentuk paket usaha dari *franchisor*, adanya kerja sama dalam bentuk pengelolaan unit usaha antara pihak *franchisor* dengan *franchisee*, dimilikinya unit usaha tertentu (*outlet*) oleh pihak *franchisee* yang akan memanfaatkan paket usaha milik pihak *franchisor*, dan terdapat kontrak tertulis berupa perjanjian baku antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee*. Dalam perjanjian waralaba telah memuat ketentuan terkait kerja sama ini, dan menjelaskan secara rinci semua hak, kewajiban, dan tugas antara *franchisor* dan *franchisee*. Secara garis besar dalam perjanjian waralaba memuat beberapa hal sebagai berikut;⁹

1. Hak yang eksklusif diberikan oleh *franchisor* pada *franchisee*. Hak yang diberikan tersebut meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau nama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, serta pemilihan wilayah kegiatan di mana tempat beroprasinya usaha, pelatihan tenaga kerja, bantuan manajemen usaha, pelaksanaan operasional perusahaan, pengawasan dan evaluasi kinerja, pemberian manual pengoperasian, pengontrolan biaya, dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasional.
2. Kewajiban dari *franchisee* sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang dilakukan oleh *franchisor* pada saat *franchisee* memulai usaha, maupun selama menjadi anggota dari sistem waralaba. Berupa seluruh mekanisme pembayaran oleh *franchisee* kepada *franchisor* misalnya; royalti, *franchisee fee*, *initial assistance fee*, dan biaya promosi.

⁸ *Ibid*, h. 87.

⁹ *Ibid*, h. 82.

3. Hal yang berkaitan dengan penjualan hak *franchisee* kepada pihak lain. Apabila *franchisee* tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain, maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya.
4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak.

Dengan adanya perjanjian waralaba yang memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya merupakan salah satu upaya untuk mendapatkan perlindungan hukum bagi para pihak dalam menjalankan bisnis waralaba yang kini sedang diminati di kalangan masyarakat.

II. KESIMPULAN

Kedudukan hukum para pihak dalam perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia adalah berdiri sendiri (*independent contractors* atau *no agency*). Klausul ini menegaskan bahwa kedudukan dan hubungan hukum antara *franchisor* dengan *franchisee* bukanlah hubungan keagenan, *joint venture*, atau atasan bawahan. Pihak *franchisor* sebagai pihak yang memberikan bisnis waralaba dengan memiliki sistem/tata cara dalam berbisnis waralaba, sementara pihak *franchisee* merupakan pihak yang menerima/menjalankan bisnis waralaba tersebut dengan cara yang dikembangkan oleh *franchisor*.

DAFTAR PUSTAKA

Fuadi Munir, 2008, *Pengantar Hukum Bisnis*. Cet. III, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.

Suteji Adrian, 2008, *Hukum Waralaba*. Cet.I, Ghalia Indonesia, Bogor.

Widjaja Gunawan, 2001, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*. Cet. I, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba