

Akibat Hukum Franchisee yang Melakukan Wanprestasi Terhadap Franchisor Serta Perlindungan Hukum bagi Franchisor

Pricillia Angellina¹ Urbanisasi²

Fakultas Hukum, Universitas Tarumanagara, Kota Jakarta Barat, Provinsi DKI Jakarta, Indonesia^{1,2}

Email: pricillia.205210025@stu.untar.ac.id¹ urbanisasi@fh.untar.ac.id²

Abstrak

Ikatan *franchisor* dan *franchisee* merupakan suatu ikatan timbal balik. Karena pada dasarnya *franchisor* memberikan lisensi menggunakan suatu HKI dalam menggunakan logo, merk dagang, paten, desain industri, teknologi, dan resep rahasia untuk *franchisee*. Di sisi *franchisee* tentunya wajib memberikan timbal balik dengan menyiapkan lahan, sarana prasarana dan membayar *royalty fee* terhadap *franchisor*. Perjanjian waralaba tunduk pada Buku III KUHPerdara tentang perikatan, hubungan hukum yang sah pemberi waralaba dan penerima waralaba ini juga diikatkan pada suatu syarat waralaba sebagaimana dimaksud dalam Permendag Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Metode penelitian yang dipergunakan penulis dalam penelitian kali ini merupakan metode yuridis normatif, dimana pendekatan yang dilakukan yaitu menggunakan pendekatan perundangan sebagai objek kajian menganalisis peraturan perundang-undangan yang merupakan sumber hukum primer dalam penulisan kali ini.

Kata Kunci: Perjanjian, Waralaba, Perikatan



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

PENDAHULUAN

Bisnis adalah sesuatu yang dapat memperkuat sektor ekonomi masyarakat. Selain itu, perdagangan memegang peranan penting bagi Indonesia karena dapat membantu mewujudkan pembangunan nasional sehingga pemerataan pembangunan dapat tercapai dan juga dapat membantu menstabilkan perekonomian nasional. Bisnis merupakan salah satu ciri dari kehidupan sosial,” tertulis dalam Pasal 1 angka 1 UU no.7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan: “Perdagangan adalah tatanan kegiatan yang terkait dengan transaksi barang dan/atau jasa di dalam negeri dan melampaui batas wilayah negara dengan tujuan pengalihan hak atas barang dan/atau jasa untuk memperoleh imbalan atau kompensasi.” Persaingan bisnis khususnya di Negara Kesatuan Republik Indonesia menjadi semakin sulit. Fenomena ini membuat pemasar semakin mencari cara imajinatif dan terobosan kreatif untuk menggairahkan pasar. Untuk tetap hidup, memperluas atau mengembangkan bisnis adalah keputusan yang harus diambil oleh pengusaha. Menurut opini seorang tokoh bernama Warren J. Keegen, “sukses atau terpuruknya usaha sangat ditentukan oleh metodologi pemasaran yang dilakukan dengan mempromosikan suatu barang secara universal melalui pengiriman ekspor-impor, pemberian lisensi, membentuk usaha bersama, dan kepemilikan penuh dengan membuat usaha langsung melalui konsolidasi, akuisisi, atau kemajuan lain yang dapat dicapai untuk memperluas bisnis. Pengembangan usaha dapat dari berbagai cara, salah satunya waralaba atau franchise, kegiatan pemasaran tersebut banyak digunakan pada saat ini.” (Aidil, 2019)

Konsep bisnis *franchise* saat ini banyak diminati masyarakat di berbagai daerah. Pengelolaan bisnis dengan konsep waralaba diperlukan karena juga berorientasi pada keuntungan dan berbagai keuntungan komersial sebagai imbalan dari *franchisor* kepada *franchisee*. Dalam Perjanjian waralaba, terdapat pengaturan mengenai perilaku hak dan

perilaku kewajiban terhadap penerima waralaba, persyaratan lokasi, peraturan pelatihan, biaya yang harus dibayarkan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba, peraturan tentang jangka waktu berlakunya perjanjian waralaba dan peraturan lainnya tentang hubungan antar penerima waralaba. *Franchisor* dan *franchisee*. Aturan tentang *franchise* telah diatur pada Permendag Republik Indonesia No.71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba Pasal 1 angka (1) "Waralaba adalah 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." Waralaba adalah konsep bisnis yang menawarkan inovasi berlisensi dan pelatihan operasional kepada pemilik waralaba. Sistem waralaba menjadi salah satu bentuk rintisan pengembangan usaha yang kemudian menciptakan suatu hukum yaitu perjanjian waralaba yang mengikat pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Awal pertama perjanjian waralaba diatur pada UU Kecil No. 9 UU tahun 1995. Bisnis. "Waralaba disebut Waralaba di Indonesia dalam Biro Pengembangan Waralaba. Promosi waralaba semakin meluas dan menjadi tonggak ekonomi di Indonesia karena waralaba lebih menguntungkan kedua belah pihak.

Ikatan *franchisor* dan *franchisee* merupakan suatu ikatan timbal balik. Karena *franchisor* memberikan lisensi menggunakan suatu HKI dalam menggunakan logo, merk dagang, paten, desain industri, teknologi, dan resep rahasia untuk *franchisee*. Di sisi *franchisee* tentunya wajib menyiapkan lahan, sarana prasarana dan membayar royalty fee terhadap *franchisor*. Buku III KUH Perdata tentang kewajiban berlaku untuk perjanjian waralaba. Hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee* juga terikat dengan klausul *franchise* yang disebutkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 tentang Waralaba Tahun 2019. Keberhasilan atau kegagalan bisnis waralaba bergantung pada kerja sama yang sangat baik, menghormati kekuasaan dan tanggung jawab pemberi lisensi dan penerima waralaba. Maraknya waralaba tidak terlepas dari budaya berbisnis yang serba cepat. Pengusaha menawarkan produk cepat dengan sistem standar yang telah teruji untuk menghasilkan uang dengan cepat. Pemilik waralaba harus memberikan pelatihan kepada penerima manfaat tentang cara melanjutkan operasi waralaba. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian waralaba, harus ada keharmonisan dan kesetaraan antara kedua belah pihak untuk menghindari konflik kepentingan. Namun, kenyataan di lapangan tidak menjamin semuanya berjalan lancar. Tentu saja, ada kemungkinan salah satu dari mereka gagal dalam waralaba ini karena keadaan yang memungkinkan keinginan serakah dari pihak lain untuk menggunakan modal minimum untuk keuntungan maksimum. Membuat suatu perjanjian *franchise* pasti memiliki resiko besar terjadi masalah tersebut, maka memungkinkan adanya suatu wanprestasi perjanjian *franchise* yang dilakukan oleh *franchisee* (penerima).

Tak dapat dibantahkan jika didalam perjanjian *franchise* pihak penerima mengabaikan substansi kesepakatan yang telah disahkan dengan kesepakatan bersama dapat mengakibatkan kerugian terhadap *franchisor* (Satjipto, 2019). Dalam perjanjian waralaba sangat penting untuk memahami dan memverifikasi kepastian hukum para pihak dengan menetapkan aturan hukum yang tepat yang membuat kelompok masyarakat memiliki bias yang aman dan percaya diri dalam melakukan perjanjian waralaba sehingga bisnis waralaba nantinya dapat lebih berkembang, maju dan stabil. berpotensi memberikan kontribusi bagi keberlangsungan perekonomian Indonesia. Rumusan Masalah: Bagaimana mengenai Hak dan Kewajiban yang harus dijalankan oleh para pihak? dan akibat hukum yang ada apabila melakukan Wanprestasi didalam perjanjian Franchise?

METODE PENELITIAN

Dalam penulisan ini, dilakukan pendekatan perundangan sebagai objek kajian untuk menganalisis peraturan perundang-undangan yang menjadi sumber hukum primer. Pendekatan ini menggunakan sumber hukum primer sebagai basis utama. Selain itu, sumber hukum sekunder digunakan untuk memberikan klarifikasi dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap isi yang terdapat dalam sumber hukum primer, seperti jurnal, buku, makalah, dan sumber lainnya. Selanjutnya, terdapat pula sumber hukum tersier yang berperan dalam memberikan penjelasan lebih lanjut terkait dengan isi yang terdapat dalam sumber hukum primer dan sekunder. Pendekatan ini memungkinkan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peraturan perundang-undangan yang menjadi fokus dalam penulisan ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hak Serta Kewajiban Yang Harus Dijalankan Para Pihak Dalam Perjanjian Franchise

Bisnis franchise adalah bentuk kegiatan usaha yang menggunakan metode dagang dengan tujuan menciptakan keuntungan bagi para pelakunya. Meskipun pertumbuhan bisnis franchise mengalami fluktuasi, minat terhadap model bisnis ini tetap tinggi. Franchise tetap menjadi pilihan yang baik dan menarik bagi siapa saja yang ingin terlibat dalam dunia wirausaha. Revolusi industri telah menyebabkan produksi massal barang-barang kebutuhan masyarakat, sehingga pasar semakin membutuhkan ekspansi dari tingkat lokal menjadi tingkat regional dan bahkan perdagangan di seluruh dunia. Untuk alasan efisiensi, pengusaha tidak lagi menjual sistem lama kepada pembeli tetapi mendistribusikannya melalui distributor resmi seperti agen, distributor/grosir atau lisensi untuk memproduksi dan menyediakan barang dan jasa berdasarkan perjanjian waralaba (Suharnoko, 2009).

Saat ini perusahaan berkembang harus melindungi diri dengan payung hukum untuk melindungi pengusaha yaitu melalui waralaba. Hal ini sangat berguna untuk mengcover pihak-pihak yang terlibat dalam bisnis franchise. Munculnya aturan hukum dalam perdagangan menciptakan kepastian hukum dan menciptakan kondisi yang adil bagi aktivitas para pelaku ekonomi, sehingga munculnya masalah yang timbul dari perdagangan itu sendiri memiliki dasar hukum. Untuk mengantisipasi sesuatu yang menanti setiap pengusaha atau pengusaha baru/amatir yang baru saja memasuki pasar bisnis, ada baiknya menggali lebih dalam untuk memahami terlebih dahulu hukum bisnis apa yang akan digunakan untuk menciptakan kondisi dan manfaat positif untuk menciptakan kesejahteraan yang lebih luas masyarakat dan memberikan manfaat kepada perorangan atau perorangan untuk kelancaran usahanya.

Didalam kesepakatan *franchise* yang menjadikan subjek hukum yang sah yaitu pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Pemberi waralaba dapat dicirikan sebagai suatu badan/orang yang memberikan izin, seperti lisensi, tanda tukar, jejak administrasi, atau lainnya kepada penerima franchise (Trisnadewi, 2014). Dengan demikian, franchisee adalah konsumen yang kemudian diterbitkan/menerima sertifikat (lisensi) oleh franchisor. Subjek perjanjian waralaba adalah lisensi, yang dapat berupa lisensi yang diperoleh pemilik waralaba. Waralaba adalah otorisasi khusus yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan serangkaian perjanjian/ketentuan mengenai pembayaran atau penjualan produk, seperti merchandise dari Pemberi Waralaba, yang diberikan berdasarkan Perjanjian Waralaba (Wulan, 2014).

Pemerintah sudah mengatur secara rinci didalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba (Franchise) dan teranyar yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan

Waralaba Agar memberikan kepastian hukum maupun perlindungan hukum melakukan pendirian bisnis dalam franchise nantinya, karena otoritas publik menganggap bahwa franchise ini merupakan suatu strategi baik agar dapat menumbuhkan ekonomi nasional yang sedang jauh jatuh sebagai dampak dari pandemi. Ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 1 ayat (1) tentang Waralaba, mengartikan franchise “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”.

Adapun hubungan hukum antara para pihak franchise ini kemudian ikatkan dalam suatu perjanjian *franchise* sebagaimana diatur dalam “Pasal 6 Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 dimana penyelenggaraan *franchise* wajib berdasarkan pada isi daripada perjanjian *franchise* yang disusun bersama-sama pihak terkait yang mendapati kedudukan hukum yang sama dan kepada para pelaku usaha yang terlibat menggunakan hukum Indonesia. Mengenai haknya serta kewajiban pihak *franchisor* ataupun pihak *franchise* yakni pemberi waralaba patut membagikan propektus penawaaran *franchise* kepada calon penerima *franchise* dikala melaksanakan penawaran, pemberi waralaba patut membagikan pembinaan bisa berbentuk pelatihan, tutorial operasional manajemen, pemasaran, dan pengembangan secara bertahap, pemberi *franchise* patut mengutamakan penggunaan benda jasa daripada pembuatan produksi negeri sendiri semasih memenuhi standar. Pada pasal 4 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menentukan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dengan disepakati bersama poin-poin perjanjian *franchise* yang tertulis maka kedua belah pihak dapat mengetahui dan memahami apasaja hak maupun kewajiban daripada mereka untuk dilaksanakan sebagai acuan dasar.

Akibat Hukum Terhadap Franchisee Karena Melakukan Wanprestasi Dalam Perjanjian Franchise

Dalam rahasia dagang sesuatu yang dirahasiakan sebetulnya dapat dilindungi berdasarkan perlindungan hak cipta dan paten, tetapi rahasia dagang tersebut akan tidak bersifat rahasia lagi karena sudah menjadi public domein yaitu hak tersebut sudah bebas dimiliki siapapun. Termasuk pada resep dibidang makanan dan minuman, sekarang sangat banyak adanya penjiplakan maupun pencurian yang dilakukan oleh pihak luar maupun pihak dalam yang ada diperusahaan tersebut. Sehingga perlu adanya upaya untuk mencegah adanya pembocoran rahasia dagang terhadap resep pada usaha dibidang makanan dan minuman. Sesuatu data dikatakan rahasia bilamana data tersebut senantiasa diketahui khusus oleh pihak-pihak terkait, ataupun tidak di uraikan secara universal dengan masyarakat. Kemudian data informasi dianggap mempunyai harga jual apabila sifat khususnya dapat dipergunakan untuk membuat suatu usaha yang mempunyai sifat komersial atau dapat meningkatkan keuntungan secara ekonomi. Dalam sudut pandang hukum, Pemilik rahasia dagang berhak menggunakan rahasia dagangnya, serta dapat memberikan lisensi rahasia dagang untuk melarang pihak lain dalam menggunakan rahasia dagang dan tidak mengungkapkan rahasia dagangnya kepada pihak ketiga. Rahasia dagang memiliki sifat tidak mutlak, yang artinya kerahasiaannya dapat diketahui oleh pihak-pihak lain dengan digunakannya suatu izin melalui perjanjian. Unsur-unsur tersebut diatas adalah bersifat mutlak artinya semuanya harus saling terpenuhi dan saling

terhubung. Jika dari sifat tersebut tidak ada, akan mengakibatkan tidak ada lagi rahasia dagang. (Supasti, 2018)

Dalam ketentuan mengenai rahasia dagang suatu *franchise* objek yang dilindungi adalah bidang usaha yang memiliki suatu nilai yaitu nilai ekonomis serta tak boleh diumumkan oleh masyarakat luas, adapun dari bidang yang dilindungi yaitu metode produksinya, metode pengolahan, metode penjualan maupun informasi-informasi yang rahasia, menurut pasal 4 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 pemilik usaha dagang memiliki kewenangan untuk menggunakan sendiri rahasia dagang yang dibuka dan memberikan lisensi kepada atau pihak yang lainnya menggunakan rahasianya atau memberitahukan Rahasia Dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial.

Dalam dekade terakhir ini ataupun kerap disebut masa globalisasi, batas nonaktual antar negara sangat sulit untuk mengenalinya kemajuan yang sangat pesat memberi peran yang lumayan besar di nyaris segala bidang tidak terkecuali juga di bidang ekonomi. Pertumbuhan sangat drastis terjalin dalam bidang bisnis serta jasanya salah satu nya merupakan usaha *franchise*. Bisnis usaha *franchise* ini sangat tumbuh dengan baik di Indonesia ataupun luar negeri. Pesatnya pertumbuhan serta berhasilnya kegiatan *franchise* tersebut diakibatkan karena sebagian aspek. Aspek yang paling sangat mendasar merupakan *franchise* ialah campuran dari hasil pemikiran serta kekuatan dan ketekunan satu usaha bisnis yang telah terdapat ataupun memang sudah sangat maju. Objek dalam pembuatan kesepakatan bisnis *franchise* dapat dilakukan oleh dua pihak yang bersangkutan yang memiliki kepentingan bisnis yang sama. Dimana sebelum membuat suatu kontrak atau perjanjian hal yang mendasar adanya syarat sah nya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan pasal 1338 yaitu tentang asas kebebasan berkontrak, yang dimana mengatur kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak tertentu, serta sebab yang halal. Dalam membuat perjanjian *franchise* terhadap para pihak, diperlukan sesuatu tempat dalam penerapannya selaku proteksi hukum. Proteksi hukum yang bisa dicoba kepada para pihak ialah subyek pelakon *franchise* serta *franchisor* semacam proteksi hukum preventif serta represif di Indonesia sendiri belum ada pengaturan khusus mengenai perlindungan hukum preventif ini.

Dalam usaha *franchise* sangat diperlukan perlindungan hukum preventif yang dimana ini dimaksudkan untuk mencegah terjadinya perdebatan antara kedua pelaku usaha pendirian *franchise* tersebut. Kedua pihak Franchisee diberikan waktu dan tempat untuk menyampaikan keluhan atau perasaan sebelum suatu prinsip pilihan aturan keputusan mendapat bentuk yang sudah pasti (definitif). Penjaminan legitimasi preventif dilakukan untuk mencegah pelanggaran seperti pendirian dan memberi tanda atau larangan dalam melakukan komitmen dalam menyelesaikan pendirian. penjaminan legitimasi yang sewenang-wenang ditujukan untuk penyelesaian perdebatan antara kedua pemain terhadap pendirian tersebut. Perlakuan jaminan legitimasi dalam penyelesaian masalah ini diselesaikan oleh Pengadilan Negeri dan Pengadilan Negeri di Indonesia. Perlindungan tersebut merupakan perlindungan akhir dimana bisa berupa hukuman untuk para pihak semacam denda, kurungan penjara, dan tambahan hukuman yang diberikan apabila terjalin suatu kasus masalah *franchise*. *Franchisor* mempunyai tempat yang lebih besar dari pada *franchisee*, itu dikarenakan *franchisor* sebagai pengusaha/pemilik bisnisnya kepada *franchisee* mengandalkan pada syarat bahwa *franchisee* tidak akan menyewakannya ke pihak yang berbeda. posisi ini pun memungkinkan pemilik waralaba untuk memutuskan substansi pengaturan dan bahkan mengakhiri perjanjian.

Dalam tiap jalinan hukum, tercantum perjanjian *franchise* wajib terdapat penyeimbang

serta peran yang setara antara para pihak agar tidak terjalin perpecahan kepentingan. Tetapi pada kenyataannya tidak senantiasa demikian, senantiasa ada mungkin para pihak melakukan wanprestasi dalam perjanjian waralaba ini karena keadaan yang memungkinkan dari satu pihak memiliki keinginan yang serakah dengan menggunakan modal seminim-minimnya agar mendapatkan untung sebesar-besarnya. Dalam penerapan perjanjian *franchise* sangat terbuka lebar mungkin terjalin perkara ataupun perselisihan tersebut, hingga tidak tidak sering terjalin wanprestasi perjanjian *franchise* yang dicoba oleh *franchisee* (penerima). Tidak bisa dipungkiri bila dalam perjanjian *franchise* pihak *franchisee* melanggar isi perjanjian yang sudah terbuat dengan kesepakatan bersama bisa menyebabkan kerugian terhadap *franchisor*. Pemutusan perjanjian ataupun kontrak bisa diakibatkan sebab wanprestasi ataupun kelalaian dari pihak *franchisor* (pemberi waralaba) serta wansprestasi ataupun kealpaan dari pihak *franchisee* (penerima waralaba).

KESIMPULAN

Salah satu peran penting dalam mengawasi perlindungan hukum kepada seluruh pelaku bisnis yaitu perlindungan hukum untuk para pelaku-pelaku bisnis dalam pelaksanaan perjanjian *franchise*. Hal itu dilakukan agar tidak terjadinya kegiatan memecah usaha lain. Dapat pula terjadi suatu peristiwa wansprestasi atas *franchisee* terhadap *franchisor* sebelum berakhirnya jatuh tempo perjanjian yang telah disepakati oleh *franchisor* sehingga dapat meminta kerugian yang dialaminya dengan cara menuntut kompensasi ganti rugi yang dikarenakan wanprestasi. Pada saat suatu ikatan tersebut putus, bekas *franchisee* tidak dapat lagi berwenang memakai HKI. Pada dasarnya dalam pemutusan perjanjian *franchise* secara sepihak oleh pihak *franchisee* secara istimewa harus melaksanakan klausul syarat putus yang telah diatur dalam Peraturan tentang waralaba dan harus tunduk pada Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPPerdata). Dalam perjanjian waralaba, juga perlu terdapat Langkah-langkah untuk pengakhiran, perpanjangan, dan pemutusan perjanjian agar tercapainya suatu tujuan dari perjanjian *franchise* yang telah disepakati, perjanjian *franchise* didukung oleh sisi yang bersangkutan dimana pemberi waralaba dan penerima waralaba sangat memahami serta melaksanakan isi perjanjian yang telah dikehendaki dan dapat memutuskan perjanjian *franchise* dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak baik dengan musyawarah terlebih dahulu dengan memberikan teguran ataupun somasi atau melalui keputusan pengadilan

Berikut saran-saran yang dapat diambil dari perkara yang telah dibahas, yaitu: Dalam memahami Hak dan Kewajiban, para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba harus sepenuhnya memahami hak dan kewajiban mereka. *Franchisor* harus memberikan lisensi penggunaan hak kekayaan intelektual kepada *franchisee*, seperti logo, merek dagang, paten, dan resep rahasia. Di sisi lain, *franchisee* wajib menyediakan lahan, sarana prasarana, dan membayar royalti kepada *franchisor*. Penting bagi kedua belah pihak untuk mematuhi ketentuan-ketentuan ini guna membangun hubungan kerjasama yang saling menguntungkan. Upaya untuk menghindari wanprestasi dapat dilakukan dengan penetapan Perjanjian waralaba yang harus dijalankan dengan penuh kepatuhan oleh kedua belah pihak. Apabila salah satu pihak tidak memenuhi kewajibannya, hal ini dapat mengakibatkan wanprestasi. Konsekuensi hukum dari wanprestasi harus dipahami dan dijelaskan dalam perjanjian waralaba. Para pihak harus menyadari risiko yang dapat timbul akibat pelanggaran perjanjian dan berusaha untuk menghindari konflik tersebut dengan menjaga komunikasi yang baik dan saling memenuhi kewajiban. *Franchisor* dan *franchisee* harus memperhatikan regulasi yang berlaku terkait dengan perjanjian waralaba. Di Indonesia, terdapat Peraturan Menteri Perdagangan No. 71

Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba yang mengatur aspek-aspek penting dalam bisnis waralaba. Kedua belah pihak harus memastikan bahwa perjanjian mereka sesuai dengan regulasi tersebut guna melindungi kepentingan masing-masing dan menciptakan kepastian hukum. Pemberi waralaba harus memberikan pelatihan dan dukungan operasional kepada penerima waralaba. Hal ini penting untuk memastikan bahwa franchisee memiliki pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan bisnis waralaba dengan sukses. Pelatihan dapat mencakup aspek operasional, manajemen, pemasaran, dan keuangan. Dukungan yang berkelanjutan juga penting untuk membantu franchisee mengembangkan usahanya dan mengatasi tantangan yang mungkin terjadi. Perlunya menjaga hubungan antara franchisor dan franchisee harus didasarkan pada keharmonisan dan kesetaraan. Kedua belah pihak harus saling menghormati dan mematuhi perjanjian yang telah disepakati. Keterbukaan dalam komunikasi dan penyelesaian masalah secara kooperatif akan membantu menjaga hubungan yang baik antara franchisor dan franchisee.

DAFTAR PUSTAKA

- Aidi Zil and Hasna Farida.(2019), Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan. *Jurnal Cendikia Hukum* Vol. 4 No. 2
- Satjipto Rahardjo. (1978). *Permasalahan Hukum di Indonesia*, Bandung: Alumni
- Suharnoko. (2009), *Hukum Perjanjian Teori dan Analisa Kasus*, Jakarta, Kencana Prenada Media Group
- Supasti Dharmawan, Ni Ketut, (2018), *Harmonisasi Hukum Kekayaan Intelektual Indonesia*, Denpasar, Swasta Nulus.
- Trisnadewi, Ida Ayu and Mahartayasa ,Made. (2014), *Kedudukan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Indonesia*, *Jurnal Kertha Semaya* Vol. 2 No. 2
- Wulan Purwanti, Ni Luh Putu and Pasek Eka Wisanjaya,I Gede. (2014). *Tinjauan Yuridis terhadap Klausula dalam Perjanjian Waralaba yang Dapat Menimbulkan Praktik Monopoli*. *Kertha Semaya* Vol. 2 No. 6