

Aspek Hukum Perjanjian Dalam Bisnis Waralaba dan Karakteristik Bisnis Waralaba di Indonesia

Rianza Naufalfalah Ilham¹ Urbanisasi²

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

Email: rianza1007@gmail.com¹ urbanisasi@fh.untar.ac.id²

Abstrak

Banyaknya kebutuhan dan kepentingan manusia menimbulkan berbagai macam perselisihan yang ada bisa terjadi karena dari salah satu atau lebih pihak yang merasa dirugikan. Sehingga agar para pihak tersebut merasa aman dalam pemenuhan setiap kepentingannya, salah satu pencegahan yang dapat dilakukan adalah membentuk suatu perjanjian agar tidak mengganggu keseimbangan terhadap tatanan kehidupan masyarakat. Perjanjian memiliki peranan yang sangat penting dalam ranah bisnis. Peran tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya transaksi perdagangan yang saat ini telah menembus lintas batas. Transaksi dagang ini yang tidak jarang dituangkan ke dalam suatu perjanjian atau yang lebih dikenal dalam dunia bisnis dengan sebutan dengan kontrak. Bisnis usaha waralaba tumbuh subur di Indonesia baik asing maupun lokal.

Kata Kunci: Perjanjian, Karakteristik Yuridis, Aspek Hukum



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

Manusia berperan sebagai makhluk sosial. Menurut pendapat Aristotles dalam buku Pengantar Tata Hukum di Indonesia oleh Soediman Kartohadiprodjo menjelaskan jika “Manusia adalah Zoon Politikon yang lebih lanjut diartikan oleh Hans Kelsen sebagai makhluk sosial yang ditakdirkan hidup dalam kebersamaan besama-sama dalam masyarakat serta makhluk yang kodratnya sebagai makhluk yang bersosial tinggi”. Oleh karena itu, manusia memerlukan kebutuhan dan kepentingan untuk mempertahankan eksistensi kehidupannya masing-masing. Dengan ini manusia dalam mempertahankan eksistensi kehidupan yang dilakukan masyarakat Indonesia saat ini adalah melakukan pembangunan dalam bidang ekonomi. Karena hal tersebut merupakan penggerak utama demi kemajuan Negara Indonesia. Namun, usaha ini tidak hanya dilakukan begitu saja melainkan disertai dengan usaha saling memperkuat kerjasama dengan aspek pembangunan di bidang lainnya. Salah satunya dengan melakukan penegakan hukum untuk menunjang dan memperkuat bangsa Indoensaia dalam menghadapi kemajuan di bidang ekonomi.

Banyaknya kebutuhan dan kepentingan manusia menimbulkan berbagai macam perselisihan yang ada bisa terjadi karena dari salah satu atau lebih pihak yang merasa dirugikan. Sehingga agar para pihak tersebut merasa aman dalam pemenuhan setiap kepentingannya, salah satu pencegahan yang dapat dilakukan adalah membentuk suatu perjanjian agar tidak mengganggu keseimbangan terhadap tatanan kehidupan masyarakat. Perjanjian memiliki peranan yang sangat penting dalam ranah bisnis. Peran tersebut dapat dilihat dari semakin meningkatnya transaksi perdagangan yang saat ini telah menembus lintasbatas. Transaksi dagang ini yang tidak jarang dituangkan ke dalam suatu perjanjian atau yang lebih dikenal dalam dunia bisnis dengan sebutan dengan kontrak.

Salah satu cara bagi masyarakat untuk memperoleh kesejahteraan ekonomi adalah dengan berwirausaha. Seringkali seseorang berhasrat untuk mendirikan usaha baru karena didorong adanya peluang yang menurut mereka dapat dimanfaatkan untuk berwirausaha.

Namun, biasanya si calon wirausahawan memiliki keresahan akan kegagalan terhadap bisnis yang mereka jalani. mereka jalani. Keresahan tersebut tersebut timbul dikarenakan kurangnya pengalaman dalam berbisnis. Membuka usaha atau berusaha adalah sesuatu yang sangat berisiko dan penuh ketidakpastian. Namun, di balik itu ada potensi yang menjanjikan pada suatu peluang bisnis tertentu. Masing-masing pilihan tentunya memiliki kelebihan dan kekurangan. Salah satu diantaranya peluang usaha yang banyak diminati adalah Bisnis waralaba (franchise) yang telah menjadi suatu usaha yang berkembang saat ini. Franchise berasal dari bahasa Prancis yaitu franch (bebas). francher (membebaskan, memberikan hak istimewa), dan dalam bahasa Indonesia Franchise adalah waralaba. Waralaba itu sendiri adalah berasal dari kata ward yang artinya lebih dan laba yang artinya untung. Jadi Franchise/waralaba dalam bahasa Indonesia adalah usaha yang memberikan keuntungan lebih atau istimewa.

Bisnis usaha waralaba tumbuh subur di Indonesia baik asing maupun lokal. Waralaba asing dimaksud adalah waralaba yang berasal dari luar Indonesia dan beroperasi di Indonesia, sedangkan waralaba lokal/domestik yaitu konsep franchise yang lahir dari Indonesia baik yang beroperasi di dalam negeri maupun diluar negeri. Di Amerika Serikat, waralaba mulai dikenal kurang lebih dua abad yang lalu ketika perusahaan –perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan –perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Lisensi merupakan suatu bentuk pengembangan usaha yang melibatkan pemberian izin atau hak untuk memanfaatkan, menggunakan, ataupun melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual milik pemberi lisensi.

Para pihak (pemberi dan penerima waralaba) yang bersepakat dalam suatu transaksi waralaba selain memperlakukan persoalan –persoalan yuridis atau persoalan perjanjian, juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu adanya jaminan bahwa baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba adalah pihak –pihak yang secara bisnis dapat diandalkan kerjasamanya, kemampuan manajerialnya, dan bonafiditasnya untuk bersama –sama membangunkan kerjasama bisnis, dan tuntutan –tuntutan tersebut sebenarnya menjadi ukuran dalam menentukan unsur –unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang pada akhirnya dituangkan di dalam klausula –klausula suatu perjanjian waralaba. Pemberi waralaba juga wajib mempunyai STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba). Dimana surat ini menjadi hal pokok dalam menawarkan suatu brand yang akan ditawarkan oleh franchisor kepada pihak pembeli atau penerima waralaba.

Waralaba adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional. Waralaba adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional. Waralaba didasarkan pada suatu perjanjian yang disebut perjanjian waralaba. Bentuk perjanjian waralaba ini paling tidak melibatkan dua pihak. Pihak pertama disebut Pemberi Waralaba yaitu sebagai pemilik produk, jasa, atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu yang biasanya telah dipatenkan. Pihak kedua, Penerima Waralaba sebagai perorangan dan/atau pengusaha yang menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, logo, desain, merek milik Pemberi Waralaba dengan memberi royalti kepada Pemberi Waralaba. Hubungan hukum antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba juga diatur dalam kontrak yang berwujud ke dalam hak dan kewajiban para pihak. Hal ini berarti,

adanya keterkaitan antara para pihak untuk mematuhi isi dari perjanjian yang apabila dilanggar dapat menimbulkan akibat hukum sesuai dengan kesepakatan dalam perjanjian waralaba. Hubungan antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, Penerima Waralaba memberi bantuan kepada Pemberi Waralaba dan di sisi lain Penerima Waralaba memberi keuntungan/royalti kepada Pemberi Waralaba sehingga keduanya saling bekerjasama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat melalui tata cara yang telah ditentukan oleh Pemberi Waralaba. Dengan bantuan modal dari Penerima Waralaba yang juga ikut menanggung resiko, dan mempunyai dedikasi tinggi, maka pertumbuhan perusahaan dapat berjalan dengan lancar dan ringan. Jadi, keseimbangan hak dan kewajiban antara pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba harus diwujudkan di dalam perjanjian waralaba guna memberikan kepastian ataupun perlindungan hukum bagi kedua belah pihak.

METODE PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan ilmu yang mempelajari cara-cara melakukan pengamatan dengan pemikiran yang tepat secara terpadu melalui tahapantahapan yang disusun secara ilmiah untuk mencari, menyusun serta menganalisis dan mengumpulkan data-data, sehingga dapat dipergunakan untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan. Metode yang penulis pakai dalam penulisan ini adalah, metode dengan pendekatan normatif yuridis dan bersifat kepustakaan. Yaitu dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan literatur baik berupa karya tulis, maupun artikel yang merupakan hasil penelitian dari penelitian yang lebih terdahulu.

HASIL PENELITIAN PEMBAHASAAN

Kontrak Perjanjian Dalam Bisnis Waralaba

Hukum perjanjian menjadi sangat penting untuk diketahui ketika ingin mengadakan suatu kegiatan usaha. Perlu dipahami bahwa kegiatan usaha tidak jarang selalu diikuti dengan penyusunan persetujuan yang setelah itu dituangkan dalam suatu perjanjian. Membentuk suatu perjanjian bukan aktifitas yang mudah ntuk dilakukan, hal ini diwujudkan pada awal membentuk kesepakatan. Setiap kegiatan usaha nantinya akan memerlukan bergaining, yang diikuti dengan pertukaran janji sehingga dapat mewujudkan tujuan dari para pihak. Sebaiknya perjanjian dibentuk dengan kesetaraan didalamnya agar berjalan efektif dan tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku, sehingga perjanjian harus disusun sesuai dengan keadilan dan memberikan jaminan dalam perwujudan kepastian hukum.⁷ Setiap kegiatan usaha nantinya akan memerlukan bergaining, yang diikuti dengan pertukaran janji sehingga dapat mewujudkan tujuan dari para pihak. Sebaiknya perjanjian dibentuk dengan kesetaraan didalamnya agar berjalan efektif dan tidak melanggar ketentuan hukum yang berlaku, sehingga perjanjian harus disusun sesuai dengan keadilan dan memberikan jaminan dalam perwujudan kepastian hukum.

Unsur – unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang harus dituangkan secara jelas didalam klausul-klausul suatu perjanjian waralaba karena dengan berbagai kasus banyak franchisor dengan franchise tidak paham betul klausul-klausul apa saja yang harus diatur dalam suatu perjanjian. Ketika sudah berjalan tidak sedikit kedua belah pihak mengalami kendala dalam menerapkan isi perjanjian. Akhirnya franchise menganggap frenchisor tidak beritikad baik untuk menyediakan perjanjian waralaba yang sesuai dengan ketentuan waralaba yang berlaku. Sebaliknya frenchisor menganggap franchise tidak beritikad baik untuk memenuhi isi perjanjian yang telah disepakati. Pada akhirnya terjebak pada suatu sengketa hukum atau perselisihan hukum yang bermula dari suatu

perjanjian waralaba. Sebagai suatu perjanjian, waralaba tunduk pada ketentuan umum yang berlaku bagi sahnya suatu perjanjian sebagai mana diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Selain itu secara khusus pengaturan mengenai waralaba di Indonesia dapat kita temukan dalam 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 Usaha Waralaba.⁸ Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 mendefinisikan waralaba sebagai :perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Berdasarkan Pasal 4 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang waralaba ditegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian dengan memperhatikan hukum di Indonesia. Dalam hal perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Selanjutnya pemerintah menerbitkan peraturan pelaksanaan dari peraturan pemerintah tersebut yaitu Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M.Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Karakteristik Yuridis dari Bisnis Waralaba

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.

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.

Selanjutnya ciri khas usaha dalam rangka memasarkan produk dan/atau jasa dalam suatu perjanjian waralaba dapat dijelaskan dalam penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba bahwa yang dimaksud dengan ciri khas usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru, dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud seperti sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba. Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka tampak bahwa suatu ciri khas keunggulan usaha waralaba yang membedakan usaha tersebut dengan usaha lainnya yang sejenis, dalam hal ini merupakan karakteristik khusus yang dimiliki usaha tersebut, sehingga membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Usaha tersebut kemudian harus terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh

pihak lain, artinya usaha tersebut harus sudah berjalan dalam kurun waktu tertentu untuk membuktikan dan dapat dibuktikan bahwa dalam kurun waktu tersebut usahanya terbukti berhasil. Pada intinya harus ada keseimbangan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak dalam penentuan materi perjanjian yang mengarah pada bentuk aliansi yang strategis karena masing-masing pihak merupakan mitra yang independent. Dalam konteks asas kebebasan berkontrak yang juga menghendaki adanya kepatutan dalam suatu kontrak/perjanjian tentunya harus tercipta keterbukaan dari masing-masing pihak sebagai pertimbangan bagi perjanjian yang akan dilangsungkan, sehingga menghindari adanya sengketa akibat hal-hal yang seharusnya telah dikemukakan sebelumnya.

Permasalahan Hukum yang Timbul dari Para Pihak Waralaba

Permasalahan hukum yang biasa terjadi dalam praktik waralaba, adalah wanprestasi diantara kedua belah pihak. Sebagai pemberi ia mempunyai hak dan kewajiban begitupun si penerima, kibat hukum yang timbul jika melanggar atau melakukan wanprestasi dalam perjanjian waralaba. Sebelum membahas akibat hukumnya perlu diketahui definisi wanprestasi secara umum adalah tidak melakukannya kewajiban atau prestasi sebagaimana kewajiban yang diberikan dalam perjanjian atau kontrak oleh pihak –pihak yang dinyatakan dalam perjanjian atau kontrak yang sudah dibuat Adapun bentuk pelanggaran yang terdapat didalam perjanjian waralaba dapat diketahui baik dari penerima waralaba maupun dari pihak pemberi waralaba adalah, pelanggaran atau wanprestasi dari penerima waralaba bisa berupa terlambat membayar biaya waralaba (tidak tepat waktu).

Berbuat sesuatu yang dilarang diperbuat oleh penerima waralaba, berbuat atau melakukan ketentuan pelayanan yang tidak sesuai prosedur sistem perjanjian waralaba yang telah diatur dalam perjanjian, tidak mengembalikan Hak Atas Kekayaan Intelektual setelah berjanjian sudah berakhir, menjadi pesaing danberkompetisi dengan membuat bisnis baru dengan menggunakan nama atau merek yang baru tetapi jenis bisnis yang sejenis yang sudah diberikan oleh penerima waralaba sebelumnya.Wanprestasidari pemberi waralaba yaitu tidak menjalankan pembinaan terhadap penerima waralaba sesuai dengan yang sudah diperjanjikan dan dalam perjanjian waralaba, tidak mendukung dan memberikan bantuan berupa fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak membantu penerima waralaba dalam keadaan kesulitan yang sedang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya.

Sebagai suatu kontrak bisnis, maka perjanjian waralaba merupakan perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima waralaba. Sebagaimana bisnis pada umumnya, kewajiban-kewajiban dalam suatu kontrak waralaba berpotensi dan terkadang dilanggar.Timbulnya sengketa dalam bisnis waralaba terjadi bila salah satu pihak melanggar isi perjanjian. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Dua area yang biasanya dicakup dalam perjanjian franchise yang paling banyak menimbulkan masalah hukum yang potensial, yaitu pengawasan mutu dan keputusan perjanjian franchise.

KESIMPULAN

Dari uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa praktik bisnis waralaba ini memiliki karakteristik nya sendiri, hal ini dapat dilihat dalam rangka memasarkan produk dan/atau jasa dalam suatu perjanjian waralaba dapat dijelaskan dalam penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba bahwa yang dimaksud dengan ciri khas usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru, dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud

seperti sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba. Sebagai suatu perjanjian, waralaba tunduk pada ketentuan umum yang berlaku bagi sahny suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Selain itu secara khusus pengaturan mengenai waralaba di Indonesia dapat kita temukan dalam 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 Usaha Waralaba.¹³ Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 Tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 mendefinisikan waralaba sebagai :perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Hastuti, I. (2006, Oktober). Aspek Hukum Perjanjian Waralaba. *Jurnal Hukum Dinamika Masyarakat*, 4, 27-38.
- Kenneth De Lara Lim, I. N. (2020, Agustus). Akibat Hukum Wanprestasi Dalam Perjanjian Waralaba (Franchise) Pempek Farina Di Kota Denpasar. *Jurnal Interpretasi Hukum*, 1, 60-65.
- Prasetyawati, I. Q. (2019). Karakteristik Asas Proporsionalitas Dalam Pembentukan Klausul Perjanjian Waralaba. *Jurnal Hukum Bisnis Bonum Commune*, 2, 173-184.
- Putri, E. A. (2020, Juni 2). Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Usaha Waralaba (Franchise). *Tadulako Master Law Journal*, 4(2), 174-200.
- Suskendariani, N. N. (2019, Maret 31). Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee). *Jurnal ilmu Sosial dan Humaniora*, 2, 176-184.
- Trisnadewi, I. A. (2014). Kedudukan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian. *Jurnal ilmu Hukum*, 1-5.
- Widodo, S. (2016, January 1). Karakteristik Yuridis Perjanjian Waralaba. *Kosmik Hukum*, 16(1), 65-73.
- Yuniarti, R. (2016, July-September). Efisiensi Pemilihan Alternatif Penyelesaian Sengketa dalam Penyelesaian Sengketa Waralaba. *Fiat Justicia*, 10(3), 413-586.