

## **ANALISIS YURIDIS PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA DALAM PERJANJIAN WARALABA NO. :123/33/45 ANTARA RIRI DENGAN PT. XINONA**

**Morrys Marthyn Napitu, August Silaen, Erita Wagewati Sitohang**

Fakultas Hukum, Universitas HKBP Nommensen

[augustsilaen@uhn.ac.id](mailto:augustsilaen@uhn.ac.id)

### **Abstrak**

*Franchise* atau waralaba harus memenuhi kriteria, memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan. pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan mengenai hal-hal yang harus dipenuhi waralaba. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan dan Wawancara yang dilakukan penulis dilakukan kepada Riri (Penerima Waralaba). Sehingga dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Waralaba sebagaimana dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 TENTANG Penyelenggaraan Waralaba dilakukan berdasarkan Perjanjian waralaba, dan Perjanjian anantara pemberi waralaba dan penerima waralaba sebagaimana terdapat dalam Surat Kontrak Perjanjian waralaba Nomor 123/33/45 telah memuat seluruh syarat-syarat sahnya sebuah perjanjian serta memberikan hak kepada Penerima. Maka dari itu dibentuk regulasi yang lebih dinamis yang memberikan pihak-pihak agar leluasa namun selalu taat terhadap regulasi.

**Kata kunci : Perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba, Pemberi Waralaba, Perlindungan Hukum**

### **Abstract**

*Franchise or franchising must meet the criteria, have business characteristics, proven to be profitable, have a standard of services and goods and / or services offered that are made in writing, easy to teach and apply. Article 3 of the Republic of Indonesia Government Regulation Number 42 of 2007 concerning Franchising describes the things that must be fulfilled by the franchise. This scientific work uses the method of juridical analysis and literature study and interviews. Interviews conducted by the author were conducted on Riri (Franchisee). So that from the results of this study it is known that Franchising as in the Regulation of the Minister of Trade (Permendag) Number 53 / M-DAG / PER / 8/2012 CONCERNING Franchising is carried out based on a franchise agreement, and an agreement between the franchisor and the franchisee as contained in the Contract Agreement. Franchise Number 123/33/45 contains all the legal terms of an agreement and gives rights to the recipient. Therefore, a more dynamic regulation has been formed which allows parties to be free but always obey the regulations.*

**Keywords: Franchising, franchisor, franchisee, legal protection**

## Pendahuluan

Suatu kontrak (perjanjian) harus memenuhi syarat sahnya perjanjian yaitu kata sepakat, kecakapan, hal tertentu dan suatu sebab yang halal, sebagaimana dinyatakan dalam pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dengan dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian tersebut, maka suatu perjanjian menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya. Permasalahan hukum akan timbul jika sebelum perjanjian tersebut sah dan mengikat para pihak yaitu dalam proses perundingan, salah satu pihak telah melakukan perbuatan hukum seperti meminjam uang, membeli tanah dan lainlain, padahal belum tercapai kesepakatan final antara mereka mengenai kontrak bisnis yang dirundingkan.

Hal ini dapat terjadi karena salah satu pihak begitu percaya dan menaruh penghargaan dan harapan akan janji yang diberikan oleh rekan bisnisnya jika pada akhirnya perundingan mengalami jalan buntu dan tidak tercapai kesepakatan, misalnya tidak tercapai kesepakatan mengenai *fees, royalty* atau jangka waktu *lisensi*, maka tidak dapat dituntut ganti rugi atas segala biaya, investasi yang telah dikeluarkan kepada rekan bisnisnya karena menurut teori kontrak yang *klasik* belum terjadi kontrak, mengingat besarnya *fees, royalty* dan jangka waktu perjanjian merupakan hal yang *esensial* dalam suatu perjanjian lisensi dan *Franchising*. Kehendak para pihak yang diwujudkan dalam kesepakatan adalah merupakan dasar mengikatnya suatu perjanjian dalam suatu hukum kontrak. Kehendak itu dapat dinyatakan dengan berbagai cara baik lisan maupun tertulis dan mengikat para pihak dengan segala akibat hukumnya. Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdata menyebutkan bahwa suatu perjanjian yang dibuat secara sah mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Akan tetapi pasal 1338 ayat 3 nya menyebutkan bahwa setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Dalam melaksanakan haknya seorang kreditor harus memperhatikan kepentingan debitur dalam situasi tertentu. Jika kreditor menuntut haknya pada saat yang paling sulit bagi debitur mungkin kreditor dapat dianggap melaksanakan kontrak tidak dengan itikad baik. Menurut Subekti, jika pelaksanaan perjanjian menurut hurufnya, justru akan menimbulkan ketidakadilan, maka hakim mempunyai wewenang untuk menyimpang dari isi perjanjian menurut hurufnya.<sup>1</sup>

Konsep bisnis waralaba akhir-akhir ini telah menjadi salah satu pusat perhatian sebagai bentuk terobosan pengembangan usaha. Mengingat usaha yang diwaralabakan adalah usaha-usaha yang telah teruji dan sukses dibidangnya, sehingga dianggap dapat “menjamin” mendatangkan keuntungan, faktor ini yang kemudian menjadi “magnet” untuk menarik animo masyarakat secara luas. Melalui konsep waralaba seseorang tidak perlu memulai usaha dari nol, karena telah ada sistem yang terpadu dalam waralaba, yang memungkinkan seorang penerima waralaba menjalankan usaha dengan baik. Pada saat sekarang ini, sulitnya mencari pekerjaan dan adanya Pemutusan Hubungan Kerja (PHK) membuat sebagian orang berminat untuk melakukan usaha waralaba. Para pihak yang terlibat dalam waralaba dijelaskan pada Pasal 1 ayat (2) dan (3) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan bahwa pemberi waralaba (*Franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Sedangkan penerima waralaba (*Franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>2</sup> Waralaba pada hakekatnya

---

<sup>1</sup> Suhamoko, *Hukum Perjanjian, Teori dari Analisis Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004,) hlm.58

<sup>2</sup> Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, (Jakarta: Kata Hati), hlm.107

adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya dan strateginya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, sumber daya manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekati produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.<sup>3</sup>

Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyebutkan bahwa: 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. Lebih lanjut Diperjelas pada Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menjelaskan bahwa usaha yang dapat digolongkan sebagai usaha *Franchise* atau waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut: memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standart atas pelayanan dan barang dan / atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis, mudah diajarkan dan diaplikasikan,.<sup>3</sup> adanya dukungan yang berkesinambungan, dan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar. Pasal 3 ayat (6) menyatakan bahwa kriteria waralaba adalah Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Berdasarkan uraian diatas, maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah Bagaimana Bentuk Perjanjian Waralaba Antara Riri (Penerima Waralaba) Dengan PT Xinona berdasarkan surat kontrak perjanjian waralaba Nomor 123/33/45

### Tinjauan Pustaka

Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan *lisensi* kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan franchisor dan franchisor memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*<sup>4</sup> Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.<sup>5</sup>

Waralaba (*Franchise*) berasal dari bahasa Perancis, yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak. PH. Collin, dalam Law Dictionary memberikan definisi franchise sebagai, *Lincense to trade using and paying a royalty for it dan Franchising sebagai act of selling a license to trade as a Franchisee*. Definisi tersebut menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan royalti.<sup>6</sup>

---

<sup>3</sup> Lathifah Hanim, *Perlindungan Hukum Hak Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia* dalam Jurnal Hukum, Vol XXVI, No. 2. <http://jurnal.blog.com/skripsi/waralaba> diunduh 17 September 2020, pukul 15.33 WIB .

<sup>4</sup> Sri Redjeki Slamet, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*, Lex Jurnalica Volume 8 Nomor 2, April 2011, hlm, 128

<sup>5</sup> *Ibid*, hlm, 129.

<sup>6</sup> *Ibid*, hal 130.

Istilah *franchise* dipakai sebagai padanan istilah bahasa Indonesia “waralaba”. Waralaba terdiri atas kata “wara” dan “laba”. Wara artinya lebih atau istimewa, sedangkan laba artinya untung. Jadi, menurut arti kata, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba istimewa. Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen (LPPM) di Jakarta. Namun, dalam dunia bisnis para pelaku bisnis di Indonesia lebih mengenal dan senang menggunakan istilah aslinya *franchise* daripada waralaba. Kedua istilah tersebut muncul dalam hukum bisnis di Indonesia<sup>7</sup>

Pasal 1 ayat (1) Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi.<sup>8</sup>

Bryce Webster mengemukakan pengertian Waralaba (*Franchise*) dari aspek yuridis, yaitu: lisensi yang diberikan oleh franchisor dengan pembayaran tertentu, lisensi yang diberikan itu bisa berupa lisensi paten, merek perdagangan, merek jasa, dan lain-lain yang digunakan untuk tujuan perdagangan tersebut di atas.<sup>9</sup>

Selanjutnya dalam kamus *Dictionary of Business Terms*, *franchise* mempunyai banyak arti antara lain : (Jack P. Friedman)<sup>10</sup>. Suatu izin yang diberikan oleh sebuah perusahaan kepada seseorang atau kepada suatu perusahaan (*franchisee*) untuk mengoperasikan suatu *outlet retail*, makanan atau supermarket dimana pihak franchisee setuju untuk menggunakan milik franchisor berupa nam, produk, servis, promosi, penjualan, distribusi, metode untuk *display*, dan lain-lain *company support*. Hak untuk memasarkan barang-barang atau jasa perusahaan (*company's good and service*) dalam suatu wilayah tertentu, hak tersebut telah diberikan oleh perusahaan kepada seseorang individu, kelompok individu, kelompok marketing, pengecer, atau grosir.

Menurut Janet Housden memberi arti kepada suatu waralaba sebagai suatu ikatan kontraktual terhadap suatu kepentingan dalam mana suatu ikatan kontraktual terhadap suatu kepentingan dalam mana suatu organisasi, yaitu pihak *franchisor*, yang telah mengembangkan suatu formula untuk menghasilkan dan/atau menjual produk atau servis, diperluas haknya untuk menjalankan bisnis kepada perusahaan lain, yaitu pihak *franchisee*, dengan batasan-batasan dan pengawasan tertentu.<sup>11</sup> Menurut V. Winarto Franchise adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan, khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dalam bidang usaha penyediaan produk jasa langsung.<sup>12</sup>

Di era globalisasi saat ini orang-orang membutuhkan suatu sistem usaha yang dimana usaha tersebut sudah mulai banyak dikenal orang sehingga terjadilah usaha *franchise* ini yang mungkin banyak memberikan ke untungan bagi franchisor dan *franchisee*. Tetapi karna belum adanya Undang Undang khusus yang mengatur mengenai

---

<sup>7</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010), h. 560-561.

<sup>8</sup> Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006

<sup>9</sup> *Op, Cit*, Sri Redjeki Slamet, hlm 131.

<sup>10</sup> Munir Fuady, 199, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm, 135.

<sup>11</sup> *Ibid*, hlm, 136.

<sup>12</sup> *Ibid*, hlm, 137.

*franchise*, oleh karena itu dirasa perlu untuk membuat peraturan pemerintah. Maka tahun 1997 dibuatlah Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 tentang waralaba (*franchise*).<sup>13</sup> Tetapi seiring maraknya pertumbuhan *franchise* di Indonesia, maka pemerintah menyempurnakan kembali Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 yang merupakan revisi dari peraturan sebelumnya, yang kemudian disebut dengan PP Waralaba. Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Ketentuan ini pada dasarnya menekankan kembali bahwa waralaba tidaklah diberikan dengan cuma-cuma, Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan suatu bentuk imbalan tertentu,

Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat diminta oleh Pemberi Waralaba dari Penerima Waralaba. Yang pertama adalah kompensasi langsung dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*), dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and nonmonetary compensation*). Ketentuan Pasal 2 pp No. 16 Tahun 1997 menegaskan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Dan juga Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259 tahun 1997 ini merupakan pelaksanaan dari Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini yang diberikan pengertian secara umum dari berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan usaha waralaba.

Waralaba adalah perikatan di mana 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 yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini tidak dirumuskan pengertian dari *Master Franchise Agreement*, melainkan hanya diberikan pengertian dari Perjanjian Waralaba, yang dibedakan dari Perjanjian Waralaba Lanjutan. Dalam pengertian yang demikian berarti ada tidaknya hak untuk memberikan waralaba lanjutan dalam suatu perjanjian pemberian waralaba kepada Penerima Waralaba Utama dapat kita temukan dalam Perjanjian Waralaba.

Ketentuan tersebut dipertegas dengan rumusan Pasal 3 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan, yang menyatakan bahwa: 1. Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dapat disertai atau tidak disertai dengan pemberian hak untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan. 2. Semua ketentuan mengenai Pemberi Waralaba sebagaimana yang diatur dalam Keputusan ini berlaku juga bagi Penerima Waralaba Utama yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan.

Ketentuan Pasal 4 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan mengulang dan menekankan kembali rumusan yang telah diberikan dalam Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997. Dalam ketentuan tersebut disyaratkan bahwa dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba Lanjutan. Menurut ketentuan Pasal 2 dikatakan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba, yang dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Ketentuan tersebut membawa akibat bahwa para pihak dalam suatu perjanjian waralaba tidak

---

<sup>13</sup> Tami Rusli, *Aanalisis terhadap Perjanjian Waralaba (Franchise) Usaha Toko Alfa Mart (Studi Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk*, KEADILAN PROGRESIF Volume 6 Nomor 1 Maret 2015, hlm, 65.

dimungkinkan untuk melakukan pilihan hukum. Rumusan ini merupakan suatu ketentuan yang bersifat memaksa dan harus ditaati oleh baik pihak Pemberi Waralaba maupun pihak Penerima Waralaba.<sup>14</sup>

Waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk waralaba yang paling sederhana. Dalam waralaba produk dan merek dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pemberi waralaba yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba. Pemberian izin penggunaan merek dagang milik pemberi waralaba. Pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang diwaralabakan tersebut. Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba memperoleh suatu bentuk pembayaran royalti dimuka, dan selanjutnya pemberian waralaba memperoleh keuntungan (yang sering juga disebut dengan royalti berjalan) melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, waralaba produk dan merek dagang seringkali mengambil bentuk keagenan, distributor atau lisensi penjualan.<sup>15</sup>

Perikatan berasal dari bahasa Belanda "*Verbinten*" atau dalam bahasa Inggris "*Binding*". *Verbinten* berasal dari perkataan bahasa Perancis "*Obligation*" yang terdapat dalam "*codecivil Perancis*", yang selanjutnya merupakan terjemahan dari kata "*obligation*" yang terdapat dalam Hukum Romawi "*Corpusiuris Civilis*". Subekti memberikan definisi dari Perikatan sebagai suatu hubungan antara dua orang atau dua pihak berdasarkan mana pihak yang satu berhak menuntut sesuatu hal dari pihak yang lain dan pihak yang lainnya berkewajiban untuk memenuhi prestasi tersebut.<sup>16</sup> Menurut Hofmann, Perikatan atau "*Verbinten*" adalah suatu hubungan hukum antar sejumlah terbatas subjek-subjek hukum, sehubungan dengan itu, seseorang mengikat dirinya untuk bersikap menurut cara-cara tertentu terhadap pihak yang lain, yang berhak atas sikap yang demikian itu, sedangkan menurut Pitlo, perikatan adalah suatu hubungan hukum yang bersifat harta kekayaan antara dua orang atau lebih, atas dasar mana pihak yang satu berhak (kreditur) dan pihak lain berkewajiban (debitur) atas sesuatu prestasi.<sup>17</sup>

Dalam suatu perikatan, satu pihak berhak atas suatu prestasi, tetapi mungkin juga pihak yang berkewajiban memenuhi prestasi itu di samping kewajiban tersebut juga berhak atas suatu prestasi. Sebaliknya pula, pihak lain itu di samping berhak atas suatu prestasi juga berkewajiban memenuhi suatu prestasi. Jadi kedua belah pihak memiliki hak dan kewajiban timbal balik.<sup>18</sup> Debitur memiliki kewajiban untuk menyerahkan prestasi kepada kreditur, oleh sebab itu debitur memiliki kewajiban untuk membayar hutang (*schuld*). Di samping itu, debitur juga memiliki kewajiban lain, yaitu bahwa debitur berkewajiban untuk memberikan hartanya sebanyak diambil oleh kreditur sebanyak hutang debitur, guna pelunasan hutang tadi, apabila debitur tidak memenuhi kewajibannya membayar hutang tersebut.<sup>19</sup>

---

<sup>14</sup> *Ibid* hal, 40.

<sup>15</sup> Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, (Jakarta:, RajaGrafindo Persada, 2003), hlm. 13.

<sup>16</sup> L.C. Hoffman, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Putra Abardin, Jakarta, 1999, hal. 2

<sup>17</sup> *Ibid*, hal 3

<sup>18</sup> *Ibid*, hal 5.

<sup>19</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Kerangka Dasar Hukum Perjanjian, dalam Hukum Kontrak Indonesia*, ELIPS, Jakarta, 1998, hal. 4.

## Metode

Karya ilmiah ini menggunakan metode analisa yuridis dan studi kepustakaan serta wawancara. Studi, sebagaimana dikemukakan oleh Nazir. “Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan”.<sup>20</sup> Menurut Nazir studi kepustakaan merupakan langkah yang penting dimana setelah seorang penulis menetapkan topik penulisan, langkah selanjutnya adalah melakukan kajian yang berkaitan dengan teori yang berkaitan dengan topik penulisan.<sup>21</sup> Dalam pencarian teori, penulis akan mengumpulkan informasi sebanyak-banyaknya dari kepustakaan yang berhubungan. Sumber-sumber kepustakaan dapat diperoleh dari: buku, jurnal, majalah, hasil-hasil penulisan (tesis dan disertasi), dan sumber-sumber lainnya yang sesuai (internet, koran dll). Berdasarkan teori tersebut, studi kepustakaan, merupakan daya yang diperoleh dari sumber-sumber kepustakaan. Wawancara yang dilakukan penulis dilakukan kepada Riri (Penerima Waralaba). Analisis data bertujuan untuk memberikan makna pada setiap data yang dikumpulkan. Penulisan ini menggunakan teknik analisis data dengan logika deduktif. Logika deduktif atau pengolahan bahan hukum dengan cara deduktif yaitu menjelaskan suatu hal yang bersifat umum kemudian menariknya menjadi kesimpulan yang lebih khusus. Analisis dilakukan dengan melakukan telaah terhadap wawancara dengan pelaku usaha PT.XINONA dengan dibantu oleh sumber data berkualitas tinggi karya sarjana berkualitas baik dalam bentuk buku, jurnal, maupun artikel.

## Pembahasan Dan Hasil

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 TENTANG Penyelenggaraan Waralaba mensyaratkan, bahwa penyelenggaraan *franchise* atau waralaba harus dilakukan berdasarkan Perjanjian waralaba, Hubungan antara pemberi Waralaba dan penerima waralaba harus diformat dalam bentuk perjanjian tertulis. Perjanjian Waralaba sama seperti perjanjian pada umumnya, harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam pasal 1320 kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Selain harus dibuat dalam bentuk tertulis, Perjanjian Waralaba juga harus dibuat dalam bahasa Indonesia. Jika perjanjian itu dibuat dalam bahasa asing, Misalnya dalam rangka menyelenggarakan *franchise* dari luar negeri, maka perjanjian itu harus diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia.sebelum ditanda tangani, naskah perjanjian harus telah disampaikan kepada penerima waralaba 2 minggu sebelumnya.

Pemberi waralaba tidak dapat menunjuk Penerima Waralaba yang mempunyai hubungan pengendalian terhadap perusahaan Pemberi Waralaba, baik langsung maupun tidak langsung. Misalnya, jika Pemberi Waralaba adalah badan hukum PT, Maka pemberi Waralaba tidak dapat menunjuk Direktur Perusahaan itu sebagai Penerima Waralaba Dalam organisasi PT, Direktur merupakan pengendali langsung, sehingga ia tidak dapat ditunjuk sebagai Penerima Waralaba.

Tidak hanya berakhir di Penerima Waralaba sebagai *end user*, Perjanjian Waralaba juga dapat memuat klausula Waralaba Lanjutan, Yaitu memberikan hak kepada Penerima Waralaba untuk mewaralabakan lebih lanjut bisnis mereka. Dalam waralaba lanjutan, Penerima Waralaba dapat menunjuk Penerima Waralaba lainnya. Penerima Waralaba yang diberi hak mewaralabakan lebih lanjut ini harus memiliki dan melaksanakan sendiri minimal satu tempat usaha waralaba.

---

<sup>20</sup> M Nazir, 1998, *Metode Penulisan*, Jakarta: GHal.ia Indonesia, Hal. 112.

<sup>21</sup> *Ibid*

Setelah ditandatangani perjanjian Waralaba harus didaftarkan ke Kementerian Perdagangan. Kewajiban pendaftaran perjanjian ini ada di tangan Penerima Waralaba. Untuk waralaba dari luar negeri, di Kementerian Perdagangan perjanjian itu didaftarkan melalui Direktorat Bina Usaha Perdagangan. Untuk waralaba dalam negeri, atau penerima waralaba lanjutan, pendaftaran itu diajukan melalui kantor dinas Perdagangan Provinsi DKI Jakarta atau ke Bupati/ Walikota dan Kantor Pelayanan Terpadu Satu Pintu (KPTSP).

Penerima Waralaba yang telah mendaftarkan perjanjian waralabanya akan menerima Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). STPW merupakan syarat yang wajib dimiliki Penerima Waralaba dalam menyelenggarakan waralabanya. Penerima waralaba yang melaksanakan bisnis waralaba namun tidak mempunyai STPW tidak dapat dikatakan sebagai pelaku usaha waralaba. Sebagaimana isi dan Bentuk Perjanjian Waralaba Antara Riri (Penerima Waralaba) Dengan PT Xinona yang diatur berdasarkan surat kontrak perjanjian waralaba Nomor 123/33/45.

Dari uraian mengenai Surat Perjanjian 123/33/45 antara riri dan pemberi waralaba memuat bahwa, *Franchise* adalah sebuah format bisnis yang dituangkan dalam suatu perjanjian antara *franchisor* sebagai pemilik hak intelektual, brand, logo dan sistem operasi dan *franchisee* sebagai penerima (konsep, sistem, penemuan, proses, metode/cara/Haki, logo, merk/nama) Untuk itu *royalty fee* wajib dibayarkan oleh franchisee kepada *franchisor* sesuai yang diperjanjikan. Mengenai berapa besarnya, tergantung jenis usaha serta perhitungan dari *franchisor* yang mencakup aspek *feasibility* atau kelayakan suatu usaha *franchise*.

Saat ini bisnis *franchise* sedang naik daun sebab banyak digandrungi oleh para pelaku bisnis karena kelebihan-kelebihan yang dimilikinya. Dengan demikian tidaklah mengherankan bila banyak pelaku bisnis yang ingin memfranchise usahanya dengan menawarkan paket-paket *franchise* yang memberikan keuntungan menjanjikan. Meskipun bisnis *franchise* dapat memberikan keuntungan yang tinggi tidak lantas semua pelaku bisnis bisa memfranchise usahanya. Mereka harus memenuhi dulu segala persyaratan yang telah ditentukan.

Begitu pula dengan calon *franchisee*, meski mereka memiliki banyak uang tetapi tidak serta merta mereka bisa langsung membeli franchise. Calon *franchisee* yang tertarik membeli *franchise* sebaiknya harus melakukan investigasi terlebih dahulu terhadap *franchisor*. Di tengah maraknya usaha yang difranchisekan tersebut, maka faktor investigasi adalah sangat penting untuk mendapatkan informasi dalam jumlah dan akurasi yang memadai. Sebaiknya sebelum melakukan investigasi calon *franchisee* harus membekali dulu dengan pengetahuan mengenai *franchise* tersebut, mengetahui informasi tentang bidang usahanya, termasuk pemain lain yang ada di sekitar lokasi sebagai bahan perbandingan.

### **Kesimpulan Dan Saran**

Perjanjian Waralaba sebagaimana dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 TENTANG Penyelenggaraan Waralaba mensyaratkan, bahwa penyelenggaraan *franchise* atau waralaba harus dilakukan berdasarkan Perjanjian waralaba, Hubungan antara pemberi Waralaba (Restu) dan penerima waralaba (Riri) harus diformat dalam bentuk perjanjian tertulis. Perjanjian Waralaba sama seperti perjanjian pada umumnya, harus memenuhi syarat sahnya perjanjian sebagaimana ditentukan dalam pasal 1320 kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian antara pemberi waralaba dan penerima waralaba sebagaimana terdapat dalam Surat Kontrak Perjanjian waralaba Nomor 123/33/45 telah

memuat seluruh syarat-syarat sahnya sebuah perjanjian dan memuat klausula Waralaba Lanjutan, Yaitu memberikan hak kepada Penerima Waralaba untuk mewaralabakan lebih lanjut bisnis mereka.

Melihat perkembangannya dalam waralaba pihak *franchisee* selalu terikat dengan sistem dalam artian Dengan membuka suatu bisnis waralaba berarti Anda harus menyetujui segala ketentuan yang diberlakukan oleh *franchisor*. Hal tersebut biasanya menyebabkan bisnis yang dikelola tidak bisa berinovasi dan mengembangkan bisnis karena terikat dengan peraturan. Dalam hal ini saran penulis agar dibentuk regulasi yang lebih dinamis yang memberikan pihak-pihak agar leluasa namun selalu taat terhadap regulasi.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2010)
- Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, (Jakarta: Kata Hati)
- Ahmadi Miru, 2011, *Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak*, Rajawali Pers, Jakarta
- Eli Wuria, *Hukum Perlindungan Konsumen*, Graha Ilmu, Jakarta
- Gunawan Widjaya, 2014, *Lisensi atau waralaba suatu panduan praktis*, Jakarta ,Raja Grafindo Persada
- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, (Jakarta:, RajaGrafindo Persada, 2003)
- H.S. *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*,(Jakarta : Sinar Grafika, 2014)
- M Nazir, 1998, *Metode Penulisan*, Jakarta: GHal.ia Indonesia
- Munir Fuady, 1997, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini*, Citra Aditya Bakti, Bandung
- Rahmadi Usman, 2003, *Hukum Hak atas Kekayaan Intelektual Perlindungan dan Dimensi Hukumnya di Indonesia*, (Bandung: Alumni)
- Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, (Jakarta: Sinar Grafika, 2010)
- Sri Redjeki Slamet, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*, Lex Jurnalica Volume 8 Nomor 2, April 2011
- Subekti dan Tjitrosudibio, *Kitab undang-undang Hukum Perdata*, (Jakarta : PT Pradnya Paramita,2004) cet 35Salim
- Suhanoko, *Hukum Perjanjian, Teori dari Analisis Kasus*, (Jakarta: Kencana, 2004)

### Jurnal

- Lathifah Hanim, “*Perlindungan Hukum Haki Dalam Perjanjian Waralaba Di Indonesia*” dalam Jurnal Hukum, Vol XXVI, No. 2. [http \(http://jurnal.blog.com/penelitian/waralaba\)](http://jurnal.blog.com/penelitian/waralaba)
- Anak Agung Deby, Wulandari dan Ida Bagus Putra Atmadja, “*Perlindungan Hukum Bagi Franchisee Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Bisnis Franchise*”. Jurnal Hukum, Vol. 2. No. 3.<http://dh3m0echan.wordpress.com/perlindungan-hukum-bagi-franchisee-usahamikro-kecil-dan-menengah-dalam-bisnis-franchise/2018/11/29//>

Tami Rusli, *ANALISIS TERHADAP PERJANJIAN WARALABA (FRANCHISE) USAHA TOKO ALFA MART (Studi Pada PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk, KEADILAN PROGRESIF* Volume 6 Nomor 1 Maret 2015

Achmadi, *Analisis Pengaruh Faktor Ukuran, Usia, Dan Pertumbuhan Perusahaan Terhadap Strategi Kewirausahaan Dalam Franchising*, <http://jurnal.unimus.ac.id>

Atina Sesaria, *Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba Di Kabupaten Kendal (Studi Pada Alfamart Desa Pucang Rejo)*, *Diponegoro Law Journal* Volume 6, Nomor 1, Tahun 2017

Zil Aidi, Hasna Farida, *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan*, *Jurnal Cendekia Hukum: Vol. 4, No 2, Maret 2019*

Hadjon, P. M., & Djatmiati, T. S. 2005. *Argumentasi Hukum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

Hadjon, P. M., & Djatmiati, T. S. 2005. *Argumentasi Hukum*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.

### **Peraturan Perundang-undangan**

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Undang-undang Nomor 8 Tentang Perlindungan Konsumen

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006