

## Perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee Menurut K.U.H. Perdata

Zamalludin Sembiring<sup>1</sup>, Iskandar Zulkarnaen<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Muslim Nusantara(UMN) Al Washliyah

<sup>2</sup>Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muslim Nusantara (UMN) Al Washliyah

Email: [zamal.1967@gmail.com](mailto:zamal.1967@gmail.com)<sup>1</sup>, [zamal1967@umnaw.ac.id](mailto:zamal1967@umnaw.ac.id)<sup>1</sup>

[iskandarzulkarnen@yahoo.com](mailto:iskandarzulkarnen@yahoo.com)<sup>2</sup>, [zulkarnaeniskandar64@gmail.com](mailto:zulkarnaeniskandar64@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Perjanjian adalah persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dibuat oleh dua pihak atau lebih, masing-masing berjanji untuk dan akan mentaati apa yang disebut dalam perjanjian tersebut. Persetujuan menurut ketentuan dalam pasal 1313 K.U.H. Perdata adalah suatu perbuatan dengan mana seorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Perjanjian adalah sah apabila memenuhi ketentuan-ketentuan dalam pasal 1320 K.U.H. Perdata.

**Kata Kunci:** *waralaba (Franchise), pembayaran Fee, K.U.H. Perdata.*

### Abstract

The deal is written or oral agreement written by both of side or more. Each of them promise to obey the rule in it.agreement according to the Civil Law in 1313 section is an action where is one or more people involve him or herself with another person. The deal is legal if it fulfills the conditions in Civil Law section 1313.

**Key Words:** *franchise, payment of fees, K.U.H. Civil.*

### PENDAHULUAN

Pembangunan di bidang perekonomian merupakan pembangunan yang paling utama di Indonesia. Hal ini dikarenakan keberhasilan di bidang ekonomi akan mendukung pembangunan di bidang lainnya. Dengan kata lain jika masyarakat sudah sejahtera, maka lebih mudah bagi pemerintah untuk melaksanakan pembangunan di bidang politik, sosial budaya dan hankam. Salah satu cara untuk mendapatkan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha.

Wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri karena dalam wirausaha masyarakat akan mampu membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang tercipta tersebut. Bahkan lebih jauh, wirausaha dapat menciptakan peluang kerja bagi orang lain yang ada di sekitar usaha tersebut. Itulah sebabnya pemerintah sangat menganjurkan bagi masyarakat untuk menjadi wirausahawan. Banyak cara untuk menjadi wirausahawan, antara lain mendirikan bisnis sendiri atau membeli sistem bisnis yang sudah jadi. Masing-masing pilihan mempunyai kelebihan dan kekurangan. Mendirikan bisnis sendiri mempunyai kelebihan dalam hal pengaturan yang dapat disesuaikan dengan keinginan pemilik bisnis, sedangkan kekurangannya, sistem bisnis belum berjalan, pasar belum ada, sehingga sering terjadi bisnis yang baru dibangun akhirnya gagal.

Membeli sistem bisnis yang sudah jadi mempunyai kelebihan bahwa sistem bisnis sudah tercipta dan siap pakai, si pembeli bisnis tinggal menjalankan saja di dalam sistem yang sudah ada itu. Demikian pula pasar sudah ada, sehingga pemilik bisnis baru ini tidak akan kesulitan dalam memasarkan produknya. Kelemahannya adalah pemilik modal tidak akan bebas dalam menentukan usahanya, karena semuanya tergantung kepada pihak yang dibeli bisnisnya.

## **METODE**

Penelitian ini tergolong penelitian Hukum Normatif yang terdiri dari penelitian azas-azas hukum yang berlaku, dengan kata lain penelitian yang dilakukan dengan meneliti bahan-bahan pustaka atau penelitian hukum kepustakaan. Selain itu juga melakukan penelitian secara empiris (penelitian sosiologis/penelitian lapangan atau data yang di dapat langsung).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sehubungan dengan berwirausaha dengan membeli bisnis yang sudah ada, dikenal istilah franchise yang sudah di-Indonesia-kan menjadi waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” artinya lebih dan “laba” artinya untung. Dari arti secara harafiah tersebut, maka dapat diketahui bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa. Di samping pengertian tersebut, ada pengertian waralaba menurut doktrin, sebagaimana yang dikemukakan oleh Suharnoko : “Franchise pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen”. Selain itu ada pula pengertian waralaba menurut Juajir Sumardi : “Franchise adalah sebuah metode pendistribusian barang dan jasa kepada masyarakat konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat.

Pemilik dari metode ini disebut “franchisor” sedang pembeli yang berhak untuk menggunakan metode itu disebut “franchisee”. Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (franchisor) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (franchisee) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (franchise agreement).

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian Waralaba (Franchise Agreement) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor bagi para franchisee-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban franchisee dan franchisor, misalnya hak teritorial yang dimiliki franchisee, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara franchisee dengan franchisor.

Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi *das sein* menyimpang dari *das sollen*. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan

perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian.

Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera di dalam perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemungkinan pihak dirugikan mendapatkan ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum positif di Indonesia.

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Wanprestasi dari pihak franchisee dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan franchisee, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba, dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak franchisor dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak melakukan pembinaan kepada franchisee sesuai dengan yang diperjanjikan, tidak mau membantu franchisee dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya, dan lain-lain.

Semua bentuk wanprestasi dapat terjadi pada semua usaha waralaba, termasuk pada usaha waralaba Lembaga Pendidikan Primagama di Daerah Istimewa Yogyakarta. Primagama merupakan salah satu bisnis waralaba di bidang lembaga pendidikan yang berpusat di Yogyakarta. Di bawah kepemimpinan Purdi E. Chandra, selaku pemilik dan direktur utama, lembaga pendidikan ini sekarang telah memiliki ratusan cabang di Indonesia. Di dalam Lembaga Pendidikan Primagama sering juga terjadi wanprestasi. Wanprestasi yang sering dilakukan adalah keterlambatan pembayaran fee kepada pihak franchisee (pemberi waralaba). Adanya kemungkinan dilakukannya wanprestasi oleh penerima waralaba dalam usaha waralaba di Lembaga Pendidikan Primagama tersebut, membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang **Perlindungan Hukum Bagi Franchisee Dalam Hal Keterlambatan Pembayaran Fee**

1. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat digunakan oleh:

- (1) pelaku dunia usaha memperoleh gambaran yang jelas tentang bagaimana konsep bisnis franchise ini dijalankan dalam praktek, dan perusahaan franchise yang bagaimana yang layak untuk mewaralabakan merek dagangnya/usahnya. Apakah hanya dengan memahami dan menjalankan sistem yang diberikan oleh pemberi waralaba sudah merupakan jaminan keberhasilan usaha yang dipilih oleh franchisee. Selain itu untuk mendapatkan gambaran sejauh mana peraturan perundang-undangan yang mengatur tentang bisnis franchise ini di Indonesia memberikan perlindungan hukum kepada penerima waralaba; dan
- (2) bagi Pemerintah Republik Indonesia sebagai masukan dalam penentuan kebijakan hukum di bidang ekonomi, khususnya peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan bisnis **franchise**, dalam rangka penciptaan perangkat hukum dan perlindungan para pihak yang terlibat dalam format bisnis franchise.

2. Dalam bidang akademik, hasil penelitian ini dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum dan ekonomi, khususnya dalam bidang hukum bisnis yang dapat mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam rangka pengembangan usaha dengan konsep waralaba (franchise).

Franchise atau waralaba pada hakekatnya merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya. Pengembangan usaha semakin cepat dengan dana yang relatif terbatas, karena dengan melibatkan investor lain untuk turut serta menggunakan pengalaman, hak kekayaan intelektual, sistem atau cara kerja serta ketrampilan yang dimilikinya.

Seringkali antara waralaba atau franchise disamakan dengan lisensi, padahal keduanya berbeda. Pada lisensi hanya memberikan ijin untuk menggunakan hak kekayaan intelektual tertentu saja, sedangkan pada waralaba lebih luas daripada lisensi. Hal ini disebabkan pada waralaba di dalamnya antara lain ada lisensi penggunaan hak kekayaan intelektual yang disertai dengan suatu system kerja, ketrampilan, pengalaman dan berbagai system pelayanan yang dimilikinya.

Waralaba memungkinkan perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar ke pasar baru tanpa harus keluar biaya dari kocek sendiri. Perusahaan sebagai pemberi waralaba (franchisor) dapat memegang kendali atas penerima waralaba (franchisee) dengan memberikan dukungan perihal strategi penjualan-pelayanan, reputasi, merek, dan standard kualitas serta dukungan lainnya. Dukungan ini tentunya diimbangi dengan imbalan fee yang fixed atau variabel secara periodik. Jadi intinya waralaba memungkinkan perusahaan untuk memperluas jaringan bisnis dan sekaligus memperkecil risiko karena ada proses berbagi risiko dengan franchisee.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, pengertian waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan 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.

Dengan cara waralaba atau franchise perusahaan melakukan pengembangan pasar tanpa harus mengeluarkan investasi baru, bahkan dapat memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk turut serta menjalankan usahanya. Perusahaan sebagai pemberi waralaba (franchisor) akan mengendalikan penerima waralaba dalam menjalankan usahanya, yaitu dengan memberikan dukungan sepenuhnya sesuai dengan yang diperjanjikan.

Sama-sama mencari modal dari pihak lain, perusahaan yang membuka waralaba berbeda dengan perusahaan yang menjual di bursa. Dengan go public, perusahaan hanya mendapat tambahan uang. Operasional usaha tetap mereka tangani sendiri. Waralaba tidak begitu. Modal perusahaan tidak bertambah (tetap menjadi milik terwaralaba sepenuhnya), tapi ekspansi bisnis bisa berlangsung.

Terwaralaba akan menggunakan modalnya untuk "membantu" melakukan ekspansi dengan cara membuka cabang, gerai, workshop, atau pabrik dengan menggunakan brand pewaralaba.

Dukungan yang diberikan oleh franchisor kepada franchisee tentunya ada imbalannya, baik berupa imbalan yang sifatnya tetap dan imbalan yang sifatnya periodik sesuai dengan hasil yang diperoleh dari dukungan yang diberikannya. Dengan demikian pada dasarnya waralaba memungkinkan suatu perusahaan meluaskan jaringan usahanya, dengan cara melibatkan pihak lain sebagai investor yang akan menanggung risiko sendiri, tetapi di lain pihak bagi franchisor ini merupakan pengembangan usaha dengan membagi risiko kepada pihak lain.

Pengembangan usaha melalui waralaba pada dasarnya mengembangkan usaha secara cepat memakai modal pihak lain, tentu saja risikonya juga ditanggung oleh penerima waralaba. Penerima waralaba akan mendapatkan pelatihan, sistem, hak kekayaan intelektual, bahkan peralatan maupun bahan baku, tanpa harus memiliki pengalaman usaha lebih dahulu. Adapun pemberi waralaba mempunyai hak untuk mendapatkan franchise fee atas penggunaan merek dan sistem, yang diterimakan pada awal perjanjian untuk suatu jangka waktu tertentu biasanya sekurang-kurangnya lima tahun. Selain itu juga mendapatkan royalty dari penerima waralaba, yang berupa persentase dari nilai penjualan setiap bulannya.

Adapun suatu usaha yang mempunyai potensi untuk diwaralabakan, sekurang-kurangnya ada lima syarat yang harus dimiliki apabila waralabanya ingin sukses, yaitu :

1. Unik, maksudnya bahwa adanya keunggulan yang spesifik dan jelas, serta tidak dimiliki oleh para pesaingnya ataupun tidak mudah untuk ditiru.
2. Terbukti, maksudnya bahwa usaha yang akan diwaralabakan tersebut telah terbukti nyata dalam menjalankan usahanya yang memberikan keuntungan dan mempunyai potensi pengembangan pasar yang lebih luas.
3. Memiliki standart, yang meliputi: peralatannya, sistem usahanya, proses kerjanya, dan banyak hal lagi yang pada intinya di manapun usaha waralaba akan dibuka maka konsumen akan memperoleh produk yang sama. Disertai adanya transparansi informasi kepada penerima waralaba sehingga dapat dihindarkan risiko kegagalan kepada calon penerima waralaba.
4. Dapat diterapkan, artinya bahwa segala hal yang meliputi pengalaman, sistem kerja, hak kekayaan intelektual termasuk di dalamnya rahasia dagang dapat dijaga kerahasiaannya oleh pemilik waralaba. Namun demikian terhadap segala sesuatu yang dirahasiakan tersebut tetap dapat diterapkan dan digunakan kepada penerima waralaba.

Pada dasarnya franchise terbentuk ketika franchisor menjalin hubungan hukum untuk melakukan kontrak kerjasama secara terpadu terhadap merek, desain tata letak dan lain sebagainya yang berkenaan dengan hak kekayaan intelektual serta metode bisnis secara kontinyu dalam suatu periode tertentu dengan franchisee.

Berkembang dari bentuk dasar itu, dikenal empat jenis franchise atau waralaba tambahan:

1. Master Franchise. Dalam kontrak ini, franchisee juga berhak menjual hak franchise yang dimilikinya pada peminat lain yang berada dalam wilayah tertentu.
2. Area Development Program. Di sini franchisee memiliki hak mengembangkan bisnis franchise yang bersangkutan dalam suatu wilayah tertentu, tanpa memiliki hak menjual ulang hak yang dimilikinya. Jadi bedanya dengan master franchise hanya pada ada tidaknya hak untuk menjual ulang franchise yang dibelinya.
3. Joint Venture Franchise Program. Kontrak ini terjadi jika franchisor ikut menginvestasikan dana selain memberikan dukungan manajemen dan teknis. Franchisee tetap bertugas mengembangkan dan mengoperasikan tempat usaha yang bersangkutan. Biaya-biaya yang timbul dan keuntungan yang diperoleh akan dibagi oleh franchisor dan franchisee sesuai dengan perjanjian.
4. Mixed Franchise. Tipe ini terjadi jika franchisor menawarkan paket franchise yang memungkinkan franchisee yang modalnya terbatas untuk mengelola sebagian fungsi usaha saja. Misalnya produksi dilakukan franchisor dan franchisee hanya mengelola proses penjualannya saja. Selain paket seperti itu, franchisor tersebut biasanya juga menawarkan paket utuh kepada franchisee yang memiliki modal cukup.

Bagi pemilik usaha, pengembangan melalui franchise mempunyai tujuan utama untuk memperoleh laba dalam waktu yang lebih singkat dan ekspansi lebih cepat dengan risiko modal yang kecil. Waralaba atau franchise sebagai salah satu alternatif dalam pengembangan usaha, tentu saja mempunyai keuntungan-keuntungan dan kerugian-kerugian.

#### **Keuntungan-keuntungan :**

- a. Kurangnya pengetahuan dasar dan pengetahuan khusus yang dimiliki franchisee, ditanggulangi dengan program pelatihan dari franchisor.
- b. Franchisee mendapatkan insentif dengan memiliki bisnis sendiri yang memiliki keuntungan tambahan dari bantuan terus-menerus franchisor, karena franchisee adalah pengusaha independen yang beroperasi di dalam kerangka perjanjian franchise.
- c. Di dalam banyak kasus, bisnis franchisee mendapat keuntungan dari operasi di bawah nama yang telah mapan dalam pandangan dan fikiran masyarakat. Tentunya akan ada skema franchise baru yang masih dalam proses menjadi mapan dan yang namanya belum begitu dikenal.

- d. Franchisee biasanya akan membutuhkan modal yang lebih kecil dibandingkan bila ia mendirikan bisnis secara mandiri, karena franchisor melalui operasi percobaannya telah menghapuskan biaya-biaya yang tidak perlu.
- e. Franchisee akan menerima bantuan berikut ini: seleksi tempat, mempersiapkan perbaikan gedung atau ruangan, mendapatkan dana untuk sebagian biaya akuisisi dari bisnis yang difranchisekan, pelatihan staff dan pegawai, pembelian peralatan, seleksi dan pembelian suku cadang serta membantu membuka bisnis dan menjalankannya dengan lancar.
- f. Franchisee mendapat keuntungan dari aktifitas iklan dan promosi franchisor pada tingkat nasional.
- g. Franchisee mendapatkan keuntungan dari daya beli yang besar dan kemampuan negosiasi yang dilakukan franchisor atas nama seluruh franchisee di jejaringnya.
- h. Franchisee mendapatkan pengetahuan yang khusus dan berskill tinggi serta pengalaman dari organisasi dan manajemen kantor pusat franchisor, walaupun dia tetap mandiri dalam bisnisnya sendiri.
- i. Risiko bisnis franchisee berkurang sangat besar.
- j. Franchisee mendapatkan jasa-jasa dari para staf lapangan franchisor yang berada di sana untuk membantunya mengatasi masalah-masalah yang mungkin timbul dari waktu ke waktu dalam pengelolaan bisnis.
- k. Franchisee mendapat keuntungan dari penggunaan paten, merek dagang, hak cipta, rahasia dagang serta proses, formula, dan resep rahasia milik franchisor.
- l. Franchisor mengumpulkan banyak informasi dan pengalaman yang tersedia sebanyak-banyaknya untuk dibagi kepada seluruh franchisee dalam sistemnya.
- m. Kadang-kadang terdapat jaminan territorial untuk memastikan bahwa tidak ada franchisee lain di dalam wilayah bisnis franchise.
- n. Dengan dukungan yang diberikan bank-bank kepada franchising, franchisee akan sangat mungkin mendapatkan akses ke sumber-sumber pinjaman dan syarat-syarat pinjaman yang tersedia baginya.

**Kerugian-kerugian :**

- a. Tidak dapat dihindari bahwa hubungan antara franchisor dengan franchisee pasti melibatkan penekanan kontrol, karena kontrol tersebut akan mengatur kualitas jasa dan produk yang akan diberikan kepada masyarakat melalui franchisee.
- b. Franchisee harus membayar kepada franchisor untuk jasa-jasa yang diduplikasinya dan untuk penggunaan system, yaitu dengan uang franchise (franchise fee) pendahuluan dan uang franchise terus menerus.
- c. Kesukaran dalam menilai kualitas franchisor.
- d. Kontrak franchise akan berisi beberapa pembatasan terhadap bisnis yang difranchisekan.
- e. Franchisee mungkin akan menemukan dirinya menjadi terlalu tergantung terhadap franchisor.
- f. Kebijakan-kebijakan franchisor mungkin mempengaruhi keberuntungan franchisee.

Dengan segala keuntungan dan kerugian dari franchise tersebut di atas, ternyata tidak semua jenis usaha dapat dilakukan pengembangan usaha melalui franchise. Suatu jenis usaha perdagangan barang dan jasa yang mempunyai keistimewaan tertentu sajalah yang dapat dilakukan waralaba. Mengenai jenis perdagangan barang dan jasa tersebut harus memenuhi suatu kriteria, yaitu :

- a. Memiliki produk atau jasa yang unik dan sulit ditiru, apabila tidak ada keunikan maka harus didukung standart pelayanan yang kuat serta merek dagang yang kuat pula.
- b. Relatif menguntungkan dan telah memiliki bukti keberhasilan yang teruji.
- c. Memiliki potensi pasar yang besar di berbagai wilayah geografis.
- d. Memiliki system operasi yang bisa distandartkan dan bisa diajarkan kepada franchisee.

## Perjanjian Waralaba

Setelah membahas berbagai uraian mengenai jenis, keuntungan dan kerugian, kemudian kriteria jenis perdagangan barang dan jasa yang dapat diwaralabakan, berikut ini kami bahas bagaimanakah hubungan hukumnya. Hubungan hukum antara franchisor dengan franchisee berdasarkan pada suatu kontrak hukum untuk menjalankan kegiatan waralaba.

Pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk menggunakan system, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi. Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif. Seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berada dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari pemberi waralaba.

Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh Gunawan Widjaya tersebut di atas, maka dalam pembuatan perjanjian atau kontrak harus dibuat secara terang dan sejelas-jelasnya, hal ini disebabkan saling memberi kepercayaan dan mempunyai harapan keuntungan bagi kedua pihak akan diperoleh secara cepat. Karena itu kontrak waralaba merupakan suatu dokumen yang di dalamnya berisi suatu transaksi yang dijabarkan secara terperinci.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan kontrak dibuat secara terperinci, yang terdiri dari:

Perencanaan dan identifikasi kepentingan franchisor sebagai pemilik, hal ini tentunya akan menyangkut hal-hal seperti merek dagang, hak cipta dan system bisnis franchisor beserta Know how

1. Sifat serta luasnya hak-hak yang diberikan kepada franchisee, hal ini menyangkut wilayah operasi dan pemberian hak-hak secara formal untuk menggunakan merek dagang, nama dan seterusnya.
2. Jangka waktu perjanjian. Prinsip dasar dalam mengatur hal ini bahwa hubungan franchisee harus dapat bertahan jangka waktu yang lama, atau setidaknya-tidaknya selama waktu lima taun dengan klausula kontrak franchisee dapat diperpanjang.
3. Sifat dan luasnya jasa-jasa yang diberikan, baik pada masa-masa awal maupun selanjutnya. Ini akan menyangkut jasa-jasa pendahuluan yang memungkinkan franchisee untuk memulai, ditraining, dan dilengkapi dengan peralatan untuk melakukan bisnis. Pada masa selanjutnya, franchisor akan memberikan jasa-jasa secara terperinci hendaknya diatur dalam kontrak dan ia juga diperkenankan untuk memperkenalkan dan mengembangkan ide-ide baru.
4. Kewajiban-kewajiban awal dan selanjutnya dari franchisee. Ini akan mengatur kewajiban untuk menerima beban keuangan dalam mendirikan bisnis sesuai dengan persyaratan franchisor serta melaksanakan sesuai dengan system operasi, akunting dan administrasi lainnya untuk memastikan bahwa informasi yang penting tersedia untuk kedua belah pihak. Sistem-sistem ini akan dikemukakan dalam petunjuk operasional yang akan disampaikan kepada franchisee selama pelatihan dan akan terus tersedia sebagai pedoman/referensi setelah ia membuka bisnisnya.
5. Kontrol operasional terhadap franchisee. Kontrol-kontrol tersebut untuk memastikan bahwa standar operasional dikontrol secara layak, karena kegagalan untuk mempertahankan standar pada satu unit franchisee akan mengganggu keseluruhan jaringan franchise.
6. Penjualan bisnis. Salah satu kunci sukses dari franchising adalah motivasi yang ditanamkannya kepada franchisee, disertai sifat kewirausahaan franchisee, serta insentif yang dihasilkan dari capital gain. Untuk alasan ini, bisnis difranchisekan harus dapat dijual. Seorang franchisor hendaknya sangat selektif ketika mempertimbangkan lamaran dari franchisee, terutama terhadap orang-orang yang akan bergabung dengan jejaring dengan membeli bisnis dari franchise yang mapan.

7. Kematian franchisee. Untuk memberikan ketenangan bagi franchisee, harus dibuat ketentuan bahwa franchisor akan memberikan bantuan untuk memungkinkan bisnis dipertahankan sebagai suatu asset yang perlu direalisasikan, atau jika tidak bisa diambil alih oleh ahli warisnya apabila ahli waris tersebut memenuhi syarat sebagai franchisee.
8. Arbitrase. Dalam kontrak sebaiknya ditentukan mengenai penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dengan melalui arbitrase, dengan harapan penyelesaiannya akan lebih cepat, murah dan tidak terbuka sengketanya kepada umum.
9. Berakhirnya kontrak dan akibat-akibatnya. Dalam kontrak harus selalu ada ketentuan yang mengatur mengenai berakhirnya perjanjian. Perlu ditambahkan dalam kontrak, franchisee mempunyai kewajiban selama jangka waktu tertentu untuk tidak bersaing dengan franchisor atau franchisee lainnya, juga tidak diperkenankan menggunakan sistem atau metode franchisor.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, sebagaimana juga diatur dalam Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, ditentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Identitas Pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir;
- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba;
- f. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan, dan perpanjangan perjanjian waralaba;
- g. Hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Jika membuat kontrak pemberian waralaba dengan memperhatikan hal-hal yang dikemukakan oleh Martin Mendelsohn dan Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan di atas, maka sudah ada kejelasan dan ketegasan bagi penerima waralaba sehingga antara franchisor dan franchisee tidak ada kesalahpahaman dalam pelaksanaannya.

Investasi mempunyai tujuan untuk mendapatkan keuntungan, namun demikian harus diingat bahwa risiko sepenuhnya ada pada penerima waralaba, oleh karena itu sebelum memilih dan memutuskan untuk mengambil kesempatan menjadi penerima waralaba harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut :

1. Jangan minder saat berhadapan dengan franchisor. Walaupun mereka berhak menyeleksi anda, sesungguhnya mereka juga membutuhkan anda. Karena itu manfaatkan sesi-sesi wawancara dengan mereka untuk menggali habis kondisi pewaralaba. Mereka boleh menggali informasi seputar kepribadian dan kondisi keuangan investor. Anda pun seharusnya bisa menggali berbagai informasi mendalam tentang perusahaan penyelenggara waralaba.
2. Coba kenali latar belakang perusahaan atau sang pengusaha, bonafiditas, pengalaman, potensi, pasar, peta persaingan, serta keunggulan dan keunikan produk atau sistem mereka. Dari serangan balik wawancara itu anda bisa meraba sikap mereka. Cara dan sikap ketika menjawab pertanyaan bisa anda jadikan tolok ukur kultur usaha mereka. Semakin mereka terbuka, semakin baik. Semakin mereka misterius dan tertutup, ya semakin buruk. Ingat, kelak anda mesti saling bertukar informasi dengan mereka. Bayangkan dan perkirakan apakah anda bisa berkomunikasi secara nyaman dengan mereka kelak.

3. Jangan segan menyelidiki kondisi keuangan pewaralaba. Kinerja mereka di masa lalu bisa menjadi pantulan prospek usaha anda di masa depan. Pewaralaba yang baik tidak akan segan membagi informasi penting ini. Waralaba yang layak pilih adalah perusahaan yang telah menghasilkan untung selama bertahun-tahun, setidaknya lebih dari tiga tahun. Tanyakan pula kinerja cabang atau gerai milik terwaralaba lama. Apakah mereka untung atau malah gulung tikar. Kalau tutup sebabnya apa, begitu pula kalau sukses resepnya apa. Tak ada salahnya kalau anda mencoba menggali informasi langsung dari terwaralaba lama yang lebih dulu beroperasi.
4. Pilihlah brand waralaba yang telah dikenal masyarakat. Sebagian brand waralaba luar negeri tak dikenal di sini. Tapi kalau nama mereka cukup moncer secara internasional, ya layak dipertimbangkan. Jadi jangan segan menyelidiki reputasi mereka lewat internet atau kenalan di luar negeri.
5. Bisnis waralaba bukanlah deposito atau obligasi pemerintah yang berbunga tetap. Karena itu, jangan pertaruhkan seluruh kekayaan anda pada bisnis yang ingin anda masuki. Sehebat apapun waralaba yang hendak anda ikuti, risiko bisnis tetap ada. Soalnya, ada banyak faktor ekonomi yang tidak berada dalam kendali perusahaan atau pelaku ekonomi mana pun, sehebat apa pun sistem dan keunggulan mereka.
6. Pelajari dan cermati draf kontrak sebaik-baiknya. Jangan terburu-buru mengganggu kepala dan berjabat tangan tanda sepakat. Ingat, semua kewajiban dan hak anda tercatat dalam dokumen kontrak. Jadi, jangan sampai kontrak itu hanya merugikan anda.

Bahkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan tersebut diatur mengenai kewajiban pendaftaran terhadap perjanjian waralaba dalam waktu selambat-lambatnya 30 hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya perjanjian waralaba, hal ini dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada Penerima Waralaba, ataupun Penerima Waralaba Lanjutan dari Penerima Waralaba Utama. Adapun pihak yang mempunyai kewajiban untuk mendaftarkannya adalah Penerima Waralaba / Penerima Waralaba Utama. Pendaftaran dimaksud untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ( STPUW ). Mengenai tujuan adanya kewajiban pendaftaran kegiatan usaha waralaba, dimaksudkan untuk memudahkan pengawasan kegiatan usahanya.

### **Pengawasan**

Pelaksanaan kegiatan usaha waralaba selalu dilakukan pengawasan oleh pemerintah, hal ini dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada masyarakat sebagai konsumen dari perdagangan dan jasa waralaba. Selain itu juga dimaksudkan untuk memberikan perlindungan kepada pihak penerima waralaba. Terhadap pelaksanaan pengawasan waralaba tersebut, Direktorat Bina Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa cq. Dirjen Perdagangan Dalam Negeri cq. Departemen Perindustrian Dan Perdagangan telah menerbitkan Pedoman Pengawasan Jasa Di Bidang Waralaba (Franchise). Adapun jenis pengawasan yang dilakukan oleh Departemen Perdagangan Dan Perindustrian adalah :

- a. Pengawasan atas dokumen terbuka (disclosure document) yang dilengkapi dengan data mulai berdirinya usaha, produk/jasa/system/konsep/cara yang diciptakan oleh pencipta atau penemunya dan pada tanggal mulai diwaralabakan. Jumlah outlet cabang sendiri dan terwaralaba, daftar alamat, telepon, fax, e-mail para franchisee.
- b. Pengawasan atas pemberian produk bisnis, bantuan terus menerus (on going support) pelatihan, dan pedoman pelaksanaan lainnya.
- c. Pengawasan terhadap pemakaian merek dagang, penggunaan pedoman pelaksanaan tertulis, penyusunan business plan, penerimaan bimbingan/panduan dalam menjalankan usaha.

Adapun parameter yang diterapkan dalam pelaksanaan pengawasan jasa oleh pemerintah, masyarakat dan Lembaga Perlindungan Konsumen Swadaya Masyarakat (LPKSM) kepada pelaku usaha waralaba terhadap layanan konsumen, sesuai dengan ketentuan yang berlaku umum, yaitu :

- a. Standar Mutu Produksi, bahwa dalam melakukan perikatan pelaku usaha dapat memberikan standar mutu pada dokumen terbuka.
- b. Pelayanan purna jual, pelaku usaha yang memberikan produk jasa yang berupa program pelatihan, bahwa pemanfaatannya berkelanjutan dalam batas waktu sekurang-kurangnya satu tahun wajib menyediakan suku cadang, misalnya pada produk-produk elektronik.
- c. Moral Hazard; pelaku usaha tidak dibenarkan memberikan informasi yang menyesatkan dan melanggar etik/kesusilaan sesuai dengan perundang undangan yang berlaku.
- d. Ketentuan peraturan perundangan, berkaitan dengan kegiatan usaha jasa distribusi di bidang waralaba yang berlaku.

Pengawasan jasa yang menjadi wewenang Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan Dan Perindustrian c.q. Direktorat Bina Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa terhadap usaha waralaba dilaksanakan dengan metode :

- a. Survey, yaitu suatu kegiatann pengumpulan data dan informasi yang dilakukan secara sistematis, obyektif dan tidak memihak mengenai permasalahan yang relevan dengan kegiatan usaha jasa distribusi di bidang waralaba. Servey dilakukan oleh petugas pengawas dengan meninjau secara langsung, antara lain dengan melakukan wawancara secara lisan atau tertulis yang disusun dalam bentuk daftar pertanyaan.
- b. Penelitian, yaitu kajian dan pengolahan data informasi secara sistematis, obyektif dan tidak memihak dari hasil servey lapangan mengenai permasalahan yang berkaitan dengan kegiatan jasa distribusi di bidang waralaba yang dilakukan secara ilmiah dengan pengujian akademis.

Berdasarkan pada besarnya potensi pasar Indonesia, telah memberikan harapan besar pertumbuhan industri waralaba di pasar dalam negeri, untuk itulah program pengawasan jasa waralaba mempunyai prioritas yang tinggi. Pengawasan jasa distribusi dibidang waralaba oleh pemerintah dilakukan oleh Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri c.q. Direktorat Bina Pengawasan Barang Beredar Dan Jasa; serta oleh Pemerintah Daerah setempat sesuai dengan tugas pokok dan fungsi serta tanggungjawab kewenangannya. Pengawasan dilakukan terutama terhadap jasa distribusi di bidang waralaba dalam memenuhi Klausula Baku, Pelayanan Purna Jual, Pengiklanan, Cara Menjual, dan Moral Hazard dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Mengenai teknis tata cara pelaksanaan pengawasan ada dua, yaitu tatacara Pengawasan Berkala dan Pengawasan Khusus.

#### **Tata Cara Pengawasan Berkala :**

- a. Direktorat Bina Pengawasan Barang Beredar dan Jasa menugaskan pengawas barang beredar dan jasa untuk melakukan survey terhadap pelaksanaan jenis dan aspek pelayanan yang diberikan jasa waralaba sesuai dengan peraturan perundangan yang berlaku;
- b. Pengawas Barang Beredar dan Jasa bersama dengan instansi yang kompeten melakukan pengolahan data dan informasi dari hasil survey melalui penelitian terhadap kesesuaian pemberian layanan dengan ketentuan peraturan perundang undangan yang berlaku;
- c. Bilamana terjadi dugaan atas penyelenggaraan pemberian layanan di lapangan, Direktorat akan menyampaikannya kepada instansi pembina terkait; dan bila berindikasi tindak pidana akan disampaikan ke pihak Penyidik Pegawai Negeri Sipil – Perlindungan Konsumen (PNS-PK) untuk dapat ditindak lanjuti melalui penyidikan;

- d. Dalam rangka proses penanganan dan penyelesaian terhadap hasil pengawasan yang memerlukan tindak lebih lanjut sesuai dengan tugas pokok dan fungsi masing-masing unit kerja, maka Direktorat melakukan koordinasi pengawasan dengan Ditjen Teknis terkait;
- e. Direktorat melakukan publikasi terhadap hasil evaluasi pengawasan baik yang menyimpang maupun tidak.

**Tata Cara Pengawasan Khusus :**

- a. Direktorat Jendral Perdagangan Dalam Negeri c.q. Bina Pengawasan Barang beredar Dan Jasa menugaskan PPNS-PK untuk melakukan penyidikan berdasarkan hasil pengawasan berkala yang berindikasi tindak pidana, hasil evaluasi terhadap pengaduan masyarakat dan/atau LPKSM yang berindikasi tindak pidana, kasus terhadap penyelenggaraan layanan jasa waralaba yang memerlukan penanganan secara cepat, dan atas permintaan BPSK yang mana terjadi sengketa para pihak yang tidak dapat ditangani.
- b. PPNS-PK melakukan persiapan dan proses penyidikan antara lain dengan mengumpulkan data dan informasi yang berhubungan di tempat kejadian melalui survey dan/atau penelitian dan dalam hal ini PPNS-PK bekerjasama dengan masyarakat untuk dapat memberikan sanksi.
- c. PPNS-PK memberikan laporan atas hasil Penyidikan yang berindikasi tindak pidana kepada Ditjen Perdagangan Dalam Negeri melalui Direktorat Bina Pengawasan Barang Beredar dan Jasa dan Direktorat meneruskan hasil penyidikan kepada Polisi. Pada akhirnya Polisi akan meneruskan proses hasil penyidikan ini ke pengadilan untuk proses persidangan.
- d. Publikasi hasil persidangan dilakukan dimaksudkan baik ditujukan kepada pelaku usaha yang terbukti melakukan pelanggaran dan selanjutnya beserta pemberian sanksi maupun yang tidak terbukti dengan disertai pemulihan nama baik kepada pelaku usaha.

**SIMPULAN**

Dari uraian-uraian dan hasil penelitian serta analisis data sebagaimana dikemukakan maka dapat diambil suatu kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Jika ada outlet penerima waralaba yang melakukan wanprestasi dan jika terjadi sengketa maka diselesaikan melalui jalur alternatif penyelesaian sengketa dengan cara negosiasi sesuai dengan Undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa. Selain itu perlindungan hukum juga diberikan dengan adanya hak pemberi waralaba untuk menuntut ganti rugi kepada penerima waralaba yang melakukan wanprestasi terlambat membayar fee atas kerugian yang nyata-nyata diderita dan keuntungan yang seharusnya diperoleh tanpa perlu dibuktikannya sesuatu kerugian oleh pemberi waralaba.
- 2. Ada usaha waralaba yang mendorong semangat para pemegang hak waralaba untuk menjalankan usaha bisnis kecil dan memperoleh pemasukan yang baik. Namun, tidak semua usaha waralaba berhasil dengan baik dan belum tentu mereka merupakan cara yang tepat bagi semua orang yang ingin memiliki usaha bisnis sendiri. Ada beberapa usaha bisnis tertentu yang dapat dijadikan usaha waralaba tetapi ada juga banyak yang tidak. Usaha bisnis yang bergantung kepada karisma si pemilik tidaklah mudah untuk dijadikan usaha waralaba. Salah satu dasar dari usaha waralaba adalah keseragaman, kegigihan dalam bertindak serta ketaatan terhadap sebuah resep atau formula. Usaha bisnis yang lebih banyak bergantung kepada ilmu pengetahuan daripada seni biasanya merupakan usaha yang baik untuk dijadikan usaha waralaba Para calon franchisee harus memastikan bahwa bila mereka sedang mempertimbangkan sebuah konsep usaha waralaba yang baru, ia memiliki potensi untuk berhasil. Sebuah usaha waralaba harus memiliki strategi dan rencana pemasaran yang baik, pelatihan, pengawasan kualitas dan dukungan serta perkembangan yang berlanjut. Pihak franchisor harus memiliki pengalaman dalam membangun usaha bisnis yang

berhasil berdasarkan model yang diajukan. Para calon franchisee yang akan memasuki perjanjian usaha waralaba dengan pihak franchisor yang telah berjalan harus memastikan bahwa ada produk atau pelayanan yang telah terbukti laku dengan potensi untuk berkembangnya pasaran. Perjanjian usaha waralaba serta dokumen pengungkapan merupakan dokumen-dokumen penting yang harus dipelajari dengan teliti dan hati-hati. Sebelum mempertimbangkan untuk mengambil sebuah usaha waralaba, semua segi harus dipelajari secara seksama dan sebaiknya Anda mencari nasehat dari para ahli yang telah berpengalaman seperti penasihat hukum, akuntan dan konsultan usaha waralaba

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Ali, Abu Bakar, *Usaha Waralaba*, Erlangga, Jakarta, 1999.
- Barmawi, *Sistem Waralaba di Indonesia*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003.
- Budi Suseno, *Darmawan, Waralaba Syariah*, Cakrawala, Jakarta 2008
- Harahap, Ali, *Kebijaksanaan Pengembangan Franchise di Indonesia*, disampaikan pada Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise Dalam Menunjang Pembangunan Nasional, BPHN, Jakarta, 1993.
- Karamoy, Amir, *Sukses Usaha Lewat Waralaba I*, Jakarta, Jurnalindo Aksara Grafika 1996
- Kurtubi, Muhammad, *Perjanjian-perjanjian yang Berkaitan dengan Hak Intelektual*, Alumni, Bandung, 2003.
- Mahfiroh, Siti, *Bentuk-bentuk Perjanjian Bisnis*, Liberty, Yogyakarta, 1998.
- Mendelson, Martin, *Franchising Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, PT Pustaka Binamar, Jakarta, 2003.
- Muhammad, Abdul Kadir, *Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1991.
- Muharam, S., *Sukses Memilih Franchisor –Panduan Bagi Calon Investor*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2001.
- Muharam, S., *Referensi Teknis Waralaba-Panduan Bagi Usahawan Untuk Merintis Jaringan Waralaba*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003.
- Muntoha, Abdul, *Panduan Bisnis Waralaba*, Pradnya Paramita, Jakarta, 2003.
- Mustjari, Dewi Nurul, *Waralaba*, Liberty, Yogyakarta, 2003.
- Prayitno, Wulan, *Tinjauan Yuridis Pelaksanaan Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Tesis (Tidak Diterbitkan), Fakultas Hukum Universitas Airlangga, Surabaya, 2002.
- Queen, Douglas J, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchisee*, I, Jakarta, PT Elek Media Komputindo, 1993.
- Saleh, B., *Perusahaan Bisnis di Indonesia*, Armico, Bandung, 2001.
- Sumardi, Jaujir, *Aspek-aspek Hukum Franchisee dan perusahaan Transnasional*, I, Bandung, PT Citra Afitya Bakti, 1995
- Soebagio, Felix O., *Perlindungan Bisnis Franchise*, Seminar Sehari Tentang Peluang Bisnis Franchise dan Pengembangannya di Indonesia, LPPM, Jakarta 2003.
- <http://www.smfranchise.com/kiat/selfevaluation.html>
- <http://www.smfranchise.com-/franchise/istilahwaralaba.html>
- <http://www.smfranchise.-com/franchise/ceritasukseswaralaba.html>
- <http://www.smfranchise.com/franchise/alasanwaralaba.hv tml>
- R.I., UU Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.
- R.I., PP Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
- R.I., Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.