



Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/gakkum>

Analisis Yuridis Perjanjian Usaha Waralaba Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Juridical Analysis Of Franchise Business Agreements Based On The Book Of Law Civil Law

Rina Suryana Nasution

Universitas Al-Azhar, Indonesia

Diterima: Oktober 2018; Disetujui: Januari 2019; Diterbitkan: Februari 2019

*Corresponding Email: rinasuryana29@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana perkembangan usaha waralaba dan karakteristik bisnis waralaba, sehubungan dengan menjamurnya bisnis waralaba di Indonesia. Dari hasil penelitian diketahui bahwa bisnis waralaba masih belum banyak dikenal oleh masyarakat Indonesia sebagai suatu usaha yang lebih menguntungkan dan relatif membutuhkan lebih sedikit modal dibandingkan jika harus memulai bisnis baru. Bisnis waralaba ini dapat segera dijalankan setelah disepakatinya perjanjian antara pihak pemilik hak waralaba dengan pemegang hak waralaba, dengan hak dan kewajiban tertentu yang diemban oleh masing-masing pihak, dengan berpedoman pada syarat-syarat perjanjian yang ditetapkan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia. Namun selain peraturan dasar perjanjian tersebut, peraturan perundang-undangan spesifik yang disediakan oleh Pemerintah sebagai payung hukum bagi berkembangnya bisnis waralaba ini masih relatif kurang memadai, sehingga banyak pengusaha yang masih merasa "takut" untuk memulai bisnis semacam ini, dan lebih memilih mengembangkan bisnisnya sendiri.

Kata Kunci: Waralaba, Perjanjian, Pemilik Hak Waralaba, Pemegang Hak Waralaba

Abstract

The research is conducted to identify the characteristics and the development of the franchise business in Indonesia, using a legal-normative method, by library research backed up by field study. The result of the research shows that this profitable and relatively cheaper business is still unpopular with the Indonesian people, who still considered that making a new business on their own will be more profitable and need less capital. A franchise business will begin once an agreement is signed between the franchisor (the owner of the franchise right) and a franchisee (the applicant/holder of the franchise right), which resulted in rights and obligations bestowed upon each party (franchisor and franchisee), in accordance to the requirements stated in the Civil Law Book of Indonesia. The Indonesian government also provided more specific regulations other than the ones in the Civil Code Book of Indonesia, but they are still considered inadequate to cope with the rapid development of the franchise business. Thus, many entrepreneurs are still hesitant to open this profitable business.

Keywords: Franchise, Agreement, Franchisor, Franchisee.

How to Cite: Nasution, R.S. (2018). Analisis Yuridis Perjanjian Usaha Waralaba Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, 5 (2) 2018: 94-100.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi sekarang ini, kecepatan pertumbuhan ekonomi terasa semakin meningkat dan kompleks. Bentuk kerjasama bisnis yang beragam pun turut berkembang dan melengkapi berbagai transaksi yang telah ada di Indonesia selama ini. Perkembangan bentuk kerjasama bisnis ini membuka jalan bagi terciptanya fasilitas-fasilitas dan bentuk-bentuk bisnis baru, diantaranya bisnis waralaba, atau dalam bahasa asing disebut juga dengan *franchise*.

Sebagai suatu cara pemasaran dan distribusi, waralaba merupakan suatu alternatif di samping saluran konvensional yang dimiliki perusahaan. Cara ini banyak dipakai oleh perusahaan untuk mengembangkan saluran eceran (*retail*) tanpa harus menyediakan investasi besar-besaran dari perusahaan induk.

Kehadiran waralaba sebagai salah satu pranata sosial dalam kehidupan ekonomi turut pula menimbulkan permasalahan di bidang hukum. Hal ini sebagai akibat dari adanya hubungan-hubungan dalam sistem waralaba yang dibangun atas dasar hubungan perjanjian, yang dikenal dengan perjanjian waralaba.

Sebagaimana halnya perjanjian pada umumnya yang melibatkan dua pihak atau lebih, perjanjian waralaba ini juga merupakan suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik hak waralaba (*franchisor*) dengan pemegang hak waralaba (*franchisee*), dimana pihak pemilik hak waralaba memberikan hak tersebut kepada pemegang hak waralaba untuk memproduksi dan/atau memasarkan barang dan/atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan pemilik hak waralaba, sementara pemegang hak waralaba membayar sejumlah uang tertentu atas hak waralaba yang diperolehnya (Sumardi, 1995).

Walaupun bisnis waralaba sudah dikenal sejak lama, namun Pemerintah Indonesia baru mengeluarkan batasan dan

dasar hukum yang khusus pada tahun 1997, melalui Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 ini dalam perkembangannya kemudian disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

Penelitian ini akan membahas mengenai perjanjian dalam bisnis waralaba, yang menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang mengadakannya, ditinjau dari kacamata hukum perdata Indonesia.

Perumusan masalah adalah pengidentifikasian tentang apa yang dijadikan sebagai pegangan dalam melakukan pembahasan, agar suatu penelitian memiliki arah dan sasaran yang sesuai dengan objek penelitian, karena dengan adanya perumusan masalah maka kesimpangsiuran dan kerancuan mengenai objek yang dibahas dalam penelitian akan dapat teratasi.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji Aspek hukum dan bentuk usaha dari waralaba yang dikenal dalam dunia bisnis. Mengkaji tanggung jawab hukum para pihak terhadap pihak ketiga dalam perjanjian waralaba.

Perjanjian secara umum dapat diartikan sebagai setiap persetujuan tertulis maupun lisan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak berjanji untuk menaati apa yang tersebut di dalam perjanjian yang telah disepakati.

Waralaba adalah 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 yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia tidak menempatkan perjanjian waralaba sebagai suatu perjanjian secara langsung seperti jual-beli, namun demikian ketentuan umum dari perjanjian, yaitu yang terdapat dalam pasal-pasal 1233 sampai dengan 1456 tetap berlaku untuk perjanjian waralaba.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian normatif dengan pendekatan yuridis, melalui penelaahan peraturan perundang-undangan yang berlaku (*statute approach*) dan meneliti konsep-konsep hukum dari bahan-bahan kepustakaan yang ada (*conceptual approach*) (Soekanto & Mamudji, 2009) didukung dengan penelitian lapangan (*field study*) pada *Kentucky Fried Chicken* Cabang Kota Medan (PT. Fastfood Indonesia, Tbk.) di Jalan Gajah Mada Medan.

Peraturan perundang-undangan yang diteliti selai dari Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Indonesia adalah Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba jo. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bentuk-bentuk Bisnis Waralaba

Dalam bentuk Waralaba Format Bisnis, seorang pemegang hak waralaba memperoleh hak untuk memasarkan dan

menjual barang dan/atau jasa dalam suatu wilayah atau lokasi yang spesifik, dengan standar operasional dan pemasaran.

Dalam bentuk ini terdapat tiga jenis format waralaba: 1) Waralaba Pekerjaan, yaitu pemegang hak waralaba yang menjalankan usaha pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya, ia menjual jasa penyetelan mesin mobil dengan merek waralaba tertentu. Bentuk ini cenderung paling murah, dan umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan; 2) Waralaba Usaha, pada saat ini waralaba usaha adalah bidang waralaba yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran (*retail*) yang menyediakan barang atau jasa, atau restoran cepat saji atau toko cetak langsung jadi. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari waralaba pekerjaan, karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus. 3) Waralaba Investasi, yaitu Ciri utama yang membedakan jenis waralaba ini dari waralaba pekerjaan dan waralaba usaha adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. Waralaba investasi berasal dari sebuah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan bisa mencapai milyaran rupiah. Perusahaan yang mengambil hak waralaba investasi biasanya ingin melakukan diversifikasi, tetapi karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru itu, maka pemegang hak waralaba memilih sistem waralaba jenis ini.

Bentuk Waralaba Distribusi Produk, yaitu pemegang hak waralaba memperoleh lisensi eksklusif untuk memasarkan barang/jasa dari suatu perusahaan tunggal dalam lokasi yang spesifik. Pemilik hak waralaba dapat memberikan waralaba wilayah, dimana pemegang hak waralaba wilayah atau turunannya dapat membeli hak untuk mengoperasikan atau menjual usaha waralaba di wilayah geografis

tertentu. Waralaba wilayah memberi kesempatan kepada pemegang hak waralaba induk untuk mengembangkan rantai usaha secara lebih cepat. Keahlian manajemen dan resiko finansialnya dibagi bersama oleh pemegang hak waralaba induk dengan turunan-turunannya, dan menarik manfaat dalam pembayaran royalti dan penjualan barang/jasa yang dilakukan oleh turunannya.

Bentuk *Manufacturing Plant Franchising*, yaitu dalam waralaba semacam ini, pemilik hak waralaba memberikan *know how* atau rahasia formula dari suatu proses produksi barang/jasa. Pemegang hak waralaba kemudian memproduksi barang/jasa yang bersangkutan dan mendistribusikannya menurut standar produksi dan merek yang sama dengan yang dimiliki oleh pemilik hak waralaba.

Lahirnya Perjanjian Waralaba

Hukum perjanjian Indonesia menganut asas konsensualitas, yang berarti bahwa suatu perjanjian lahir sejak tercapainya kata sepakat diantara calon pemilik hak waralaba dengan calon pemegang hak waralaba. Dengan kata lain, perjanjian waralaba sudah sah dan berlaku apabila sudah ada kesepakatan antara pemilik hak waralaba dengan pemegang hak waralaba mengenai hal-hal pokok, walaupun belum atau tidak diikuti dengan suatu perbuatan formal (Sumardi, 1995).

Namun demikian, biasanya sebelum diadakan kesepakatan dalam perjanjian waralaba, dilakukan tindakan pendahuluan berupa perundingan diantara para pihak. Dalam hal ini, calon pemegang hak waralaba lazimnya terlebih dahulu menghubungi pihak pemilik hak waralaba untuk mengutarakan maksud dan keinginannya untuk membuka perusahaan waralaba di bawah merek dari pemilik hak waralaba pada suatu daerah tertentu. Pihak pemegang hak waralaba kemudian biasanya langsung mengadakan peninjauan ke tempat atau lokasi di mana

perusahaan waralaba tersebut akan didirikan dan beroperasi. Peninjauan lokasi ini dilakukan sebagai bahan pertimbangan bagi calon pemilik hak waralaba dalam menyusun syarat-syarat baku yang nantinya akan dibebankan pada pihak calon pemegang hak waralaba. Peninjauan lokasi juga dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kondisi daerah yang bersangkutan, apakah layak dan memenuhi syarat untuk dibukanya suatu perusahaan cabang waralaba, baik dari segi pemasaran maupun standar bangunannya.

Selanjutnya, setelah calon pemegang hak waralaba mempelajari dan mengerti isi format perjanjian waralaba dan tidak keberatan atas semua hak dan kewajiban yang akan timbul dari perjanjian tersebut, barulah kesepakatan kemudian tercapai, yang diikuti dengan ditandatanganinya perjanjian waralaba tersebut. Pemegang hak waralaba kemudian berhak menggunakan nama, merek dagang dan logo dari pemilik hak waralaba pada tempat dan dalam waktu tertentu, dengan melakukan beberapa pembayaran seperti pembayaran awal untuk biaya pemilihan lokasi dan biaya-biaya lainnya sampai dengan beroperasinya usaha waralaba tersebut; pembayaran royalti, pembayaran atas pengoperan pemegang hak waralaba kepada pihak ketiga, pembayaran atas penyediaan bahan baku, dan lain-lain.

Kedudukan dan Tanggung Jawab Para Pihak Terhadap Pihak Ketiga dalam Perjanjian Waralaba

Di antara pihak pemilik hak waralaba dengan pihak pemegang hak waralaba dijabatani oleh suatu kontrak yang disebut *Franchise Agreement* (Perjanjian Usaha Waralaba). Tidak ada hubungan selain dari itu. Oleh karena itu, setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggungjawabkan sendiri oleh masing-masing pihak. Biasanya prinsip tanggung jawab masing-masing ini

ditentukan dengan tegas dalam isi perjanjian waralaba yang telah disepakati.

Namun dalam perkembangannya, muncul teori-teori hukum di Indonesia yang membebaskan juga pertanggungjawaban kepada pihak pemilik hak waralaba atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak pemegang hak waralaba terhadap pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pihak pemegang hak waralaba beralih kedudukannya dari yang semula seperti pengembalian tanggung jawab distributor, menjadi pengembalian tanggung jawab yang berlaku bagi seorang agen.

Justifikasi yuridis terhadap ditariknya tanggung jawab seorang pemegang hak waralaba menjadi tanggung jawab pemilik hak waralaba atas tindakan yang dilakukan oleh pemegang hak waralaba terjadi bila terdapat pengaruh atau campur tangan yang cukup besar dari pemilik hak waralaba terhadap berjalannya bisnis waralaba yang sebenarnya dikelola oleh pihak pemegang hak waralaba (Fuady, 1997).

Hal ini juga dilakukan apabila terdapat kesan bagi masyarakat sedemikian rupa sehingga seolah-olah tindakan tersebut dilakukan oleh atau atas nama pihak pemilik hak waralaba.

Masa Berlaku Suatu Perjanjian Waralaba

Masa berlakunya perjanjian waralaba adalah lamanya waktu yang diizinkan bagi pemegang hak waralaba untuk menggunakan lisensi yang diwaralabakan. Pembelian suatu hak waralaba tidak memberi hak kepada pemegang hak waralaba untuk menggunakan sistem waralaba dan merek dagang secara terus menerus. Oleh karena itu, lebih tepat bila pembelian sistem waralaba ini disebut sebagai "sewa" yang dilakukan oleh pemegang hak waralaba terhadap sistem dan merek dagang milik pemilik hak waralaba.

Jangka waktu perjanjian waralaba yang selama ini diperjanjikan dan dipraktekkan di Indonesia adalah antara lima sampai sepuluh tahun, dengan kemungkinan perpanjangan.¹ Namun demikian, dalam prakteknya, pihak pemilik hak waralaba dapat membatalkan perjanjian lebih awal apabila pemegang hak waralaba tidak dapat memenuhi kewajibannya.

Dengan adanya ketentuan yang mengatur tentang masa berlakunya perjanjian dengan kesempatan untuk memperpanjang atau memperbaharui perjanjian, maka pemilik maupun pemegang hak waralaba lebih merasa aman. Hal ini menyangkut aspek keamanan modal yang telah diinvestasikan oleh pihak pemegang hak waralaba serta kemungkinan keuntungan yang lebih besar bagi pemilik hak waralaba dari hubungan bisnis waralaba tersebut. Dengan adanya kemungkinan memperpanjang dan/atau memperbaharui perjanjian waralaba, maka terbuka pula kemungkinan bagi kedua belah pihak untuk dapat menikmati keuntungan yang lebih besar lagi di masa-masa yang akan datang.

Wanprestasi dan Resiko dalam Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba dianggap telah terjadi apabila dalam keadaan mana terbukti bahwa baik pemilik maupun pemegang hak waralaba sama-sama telah menyepakati persyaratan yang ditentukan dalam perjanjian waralaba tersebut, atau setidaknya menyetujui persyaratan terpentingnya, dan kemudian salah satu pihak telah mengeluarkan biaya dan melakukan tindakan-tindakan yang berkenaan dengan perjanjian tersebut. Oleh karena itu, salah satu pihak dapat dinyatakan bertanggung jawab terhadap kerugian yang timbul apabila ia tidak

¹ Juajir Sumardi, *op. cit.*, hal. 56.

memenuhi kewajiban-kewajiban untuk melaksanakan isi perjanjian waralaba.

Pengadilan sudah pernah memutuskan bahwa seorang pemilik hak waralaba bertanggung jawab atas kerugian ketika ia tidak melanjutkan persyaratan perjanjian waralaba, walaupun sebenarnya belum pernah ada satu perjanjian pun yang ditandatangani antara pihak pemilik dan pemegang hak waralaba. Dalam hal ini, Pengadilan beranggapan bahwa suatu perjanjian waralaba secara lisan telah dibuat dan tuntutan ganti kerugian dari calon pemegang hak waralaba patut untuk dikabulkan.

Sedangkan apabila pemegang hak waralaba yang melakukan wanprestasi (cidera janji), maka pihak pemilik hak waralaba dapat memutuskan hubungan waralabanya dengan pemegang hak waralaba yang bersangkutan.

Demikian pula yang dilakukan oleh PT. Fastfood Indonesia, Tbk. (Kentucky Fried Chicken Indonesia) yang merupakan pemegang hak waralaba dari Tricon Restaurant International. Apabila terbukti bahwa PT. Fastfood Indonesia, Tbk. menyalahi perjanjian waralaba, baik itu mengenai pembayaran royalti maupun mengenai standar mutu dan pelayanan, maka Tricon Restaurant International dapat memutuskan hubungan waralabanya dengan PT. Fastfood Indonesia, Tbk. dengan memberikan ganti rugi atas biaya dan keuntungan yang disumbangkan oleh PT. Fastfood Indonesia, Tbk.

Dalam hal terjadinya resiko *force majeure*, yaitu terjadinya peristiwa di luar kesalahan pihak pemilik maupun pemegang hak waralaba, maka kedua belah pihak menanggung resiko tersebut bersama-sama, dengan porsi yang telah disepakati dalam perjanjian waralaba.

Berdasarkan penelitian lapangan pada Kentucky Fried Chicken Indonesia, pernah terjadi keadaan *force majeure* pada tahun 1998, dimana pihak pemegang hak waralaba tidak dapat memenuhi target

pembuatan outlet yang telah ditentukan oleh pemilik hak waralaba, disebabkan terjadinya kekacauan politik Indonesia pada masa itu. Walaupun pihak pemilik hak waralaba bersedia memberikan kelonggaran waktu, akan tetapi pemegang hak waralaba di Indonesia tidak dilepaskan dari kewajiban membayar denda atas kerugian yang disebabkan oleh keadaan *force majeure* tersebut.

SIMPULAN

Syarat-syarat untuk mengikat perjanjian waralaba sebenarnya tidak jauh berbeda dengan syarat-syarat perjanjian pada umumnya yang disebutkan dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam perjanjian waralaba, timbul hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak. Bagi pemilik hak waralaba, ia wajib menyediakan fasilitas usaha dan pelatihan-pelatihan yang dibutuhkan oleh pemegang hak waralaba, namun pemilik hak waralaba juga berhak atas pembayaran royalti yang merupakan kewajiban dari pemegang hak waralaba.

Perjanjian waralaba biasayna berlaku antara lima sampai sepuluh tahun, dengan kemungkinan perpanjangan. Dalam prakteknya, pihak pemilik hak waralaba dapat mengakhiri perjanjian waralaba tersebut bila pemegang hak waralaba tidak memenuhi kewajiban yang ditentukan oleh pemilik hak waralaba. Setiap tindakan yang dilakukan oleh salah satu pihak (pemilik ataupun pemegang hak waralaba) terhadap pihak ketiga di luar perjanjian waralaba, menjadi tanggung jawab masing-masing pihak.

Bila terjadi resiko *force majeure* dalam penyelesaian kewajiban oleh pemegang hak waralaba, maka resiko biasanya ditanggung bersama antara pemilik hak waralaba dengan pemegang hak waralaba dengan pertimbangan tertentu berdasarkan perjanjian waralaba.

DAFTAR PUSTAKA

- Fuady, M. (1997). *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Muhammad, A. (1997). *Hukum Perikatan*. Bandung: Alumni.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
- Poerwadarminta, W.J.S. (1991). *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Soekanto, S. & Mamudji, S. (2009). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Cetakan ke-11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Subekti, R. & Tjitrosudibio, R. (1991). *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Sumardi, J. (1995). *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.