

Implikasi Hukum pada Perjanjian Kerjasama Bisnis Waralaba dalam Hukum Perdata

Noviriska^{1*}, Dwi Atmoko²

^{1,2}Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

*Corresponding Author e-mail: noviriska@dsn.ubharajaya.ac.id

Email: dwi.atmoko@dsn.ubharajaya.ac.id

Abstract: *In general, a franchise is known as a franchise, which means an agreement or contract (contract) between a supplier and a retailer or wholesaler, stating that the former grants the latter the right to trade its products, with conditions agreed upon by both parties. In relation to granting permits and fulfilling obligations, the franchisee or franchise business system is the use of a well-known brand. This system is considered profitable because it is a trading system that is immune to economic recession. Management and the level of profitability of the company can be stable, so that it can provide mutual benefits between the parent company and the company that cooperates with the franchising system. In addition, the more companies that carry out franchises by opening new branches in the area, the faster the business being run will be known because the public will easily obtain the desired product. The franchise system is basically a method of market expansion carried out by companies that are already established or well-known and have a name. This system is highly suitable for business development strategies because companies are not only able to develop their businesses in their home country but also expand their reach worldwide. The implications of a franchise agreement are extensive, encompassing legal, financial, and operational implications for both parties: the franchisor and the franchisee. Legally, this agreement is binding and regulates rights and obligations in detail, while financially, there are obligations to pay royalties and other fees. Operationally, the franchisee receives system support and training, while the franchisor is responsible for providing such support.*

Keywords: *Implications of the Agreement, Franchising, Civil Law*

Abstrak: Secara umum waralaba dikenal dengan istilah franchise yang berarti persetujuan atau perjanjian (kontrak) antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar, yang menyatakan bahwa yang tersebut pertama itu memberikan kepada yang tersebut terakhir itu suatu hak untuk memperdagangkan produknya, dengan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak". Dalam kaitannya dengan pemberian izin dan kewajiban pemenuh Sistem usaha franchisee atau waralaba yaitu penggunaan merek terkenal. Sistem ini dianggap menguntungkan karena merupakan sistem perdagangan yang kebal resesi ekonomi. Manajemen dan tingkat profitabilitas perusahaan dapat stabil, sehingga bisa memberikan keuntungan timbal balik antara perusahaan induk dan perusahaan yang melakukan kerja sama dengan sistem franchising. Selain itu, semakin banyak perusahaan yang melakukan franchise dengan membuka cabang-cabang baru didaerah, maka usaha yang dijalankan akan semakin cepat dikenal karena masyarakat akan dengan mudah memperoleh produk yang diinginkan. Sistem franchise pada dasarnya adalah salah satu metode perluasan pasar yang dilakukan oleh perusahaan yang telah mantap ataupun mapan dan punya nama. Sistem ini sangat cocok untuk strategi pengembangan usaha karena perusahaan tidak saja mampu mengembangkan usaha di negara asalnya, tetapi juga dapat mengembangkan sayapnya sampai keseluruh penjuru dunia. Implikasi perjanjian waralaba sangat luas, meliputi implikasi hukum, finansial, dan operasional bagi kedua belah pihak, yaitu pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchise). Secara hukum, perjanjian ini mengikat dan mengatur hak serta kewajiban secara detail, sementara secara finansial, ada kewajiban pembayaran royalti dan biaya-biaya lain. Secara operasional, penerima waralaba mendapatkan dukungan sistem dan pelatihan, sementara pemberi waralaba bertanggung jawab atas dukungan tersebut.

Kata Kunci : Implikasi Perjanjian, Waralaba (*Franchise*), Hukum Perdata

Pendahuluan

Bila dilihat saat ini negara Indonesia adalah negara yang menganut sistem hukum positif. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba ditetapkan pada tanggal 23 Juli 2007. Pengaturan waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, selanjutnya diganti dan diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba, sedangkan pengertian waralaba sudah diuraikan pada bab sebelumnya.



Adapun Aturan-aturan baru yang ada dalam Peraturan Pemerintah baru ini adalah, antara lain: pemberi waralabadiwajibkan memperlihatkan prospektus kepada calon penerima waralaba. Isi prospektus memuat data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha pemberi waralaba, sejarah kegiatan usahanya, struktur organisasi pemberi waralaba, laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, serta hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba. Waralaba di Indonesia secara terbaru diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba. Penyelenggaraan waralaba didasarkan pada perjanjian waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara.

Franchise merupakan salah satu cara efektif untuk menjawab tantangan di jaman modern, dikarenakan tidak membutuhkan investasi secara langsung tetapi melibatkan pihak lain untuk bekerjasama. Dalam sistem waralaba, penerima waralaba diberikan hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pemberi waralaba, baik penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten mau pun rahasia dagang. Pemberi waralaba memperoleh royalti atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual dan sistem kegiatan operasional oleh penerima waralaba. Hal ini berarti, bahwa penerima waralaba menjalankan sendiri usahanya dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba, yang membawa akibat lebih lanjut bahwa usaha dengan sistem waralaba adalah usaha mandiri yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya, sehingga pemberian waralaba harus bersifat eksklusif, bahkan mewajibkan terjadinya non-competition clause bagi penerima waralaba sampai berakhirnya pemberian waralaba..

Bisnis waralaba (*Franchise*) adalah satu dari beberapa bisnis yang sangat diminati pada era saat ini hingga era mendatang karena waralaba sendiri adalah suatu cara untuk menghadapi berbagai rintangan bisnis di era modern dengan melibatkan kerjasama dengan pihak lain yang menerapkan hubungan saling menguntungkan satu sama lain (simbiosis mutualisme) diantara *franchisor* dan juga *franchisee*. Waralaba menggunakan sistem dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual serta sistem operasi milik pemberi waralaba, termasuk penggunaan merek (baik dagang maupun layanan), logo, desain, paten, dan rahasia dagang. Dengan hal tersebut, Pemberi waralaba (*franchisor*) akan menerima royalti atau bagi hasil atas penggunaan Hak Kekayaan Intelektual dan sistem aktivitas operasionalnya oleh penerima waralaba (*franchisee*).

Padahal waralaba adalah termasuk sistem bisnis yang selama ini menjalankan usahanya dengan melakukan perjanjian tertutup. Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata menegaskan mengenai berlakunya asas kebebasan berkontrak yaitu bahwa para pihak bebas melakukan kontrak apapun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum positif, kepatutan dan ketertiban umum. Lebih lanjut, semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sekalipun perjanjian waralaba tidak termasuk sebagai perjanjian bernama, namun ketentuan-ketentuan umum mengenai suatu perjanjian yang diatur dalam Pasal 1233 sampai dengan Pasal 1456 KUH Perdata tetap berlaku terhadap perjanjian waralaba.

Dalam bidang perekonomian, sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Dasar 1945 menghendaki kemakmuran masyarakat secara merata, bukan kemakmuran secara individu. Secara yuridis melalui norma hukum dasar (*State Gerund Gezet*) sistem perekonomian yang diinginkan adalah sistem yang menggunakan prinsip keseimbangan, keselarasan, serta memberi kesempatan usaha bersama bagi setiap warga negara yang secara tegas, Pasal 33 UUD 1945 merupakan konsep dasar perekonomian nasional yang menurut Mohammad Hatta berdasarkan sosialis-kooperatif.

Selain itu, sebenarnya aturan-aturan yang terkait dengan persaingan usaha juga telah ada dalam berbagai peraturan-peraturan perundang-undangan, namun tentu belum terintegrasi

dan komprehensif. Seperti terdapat pada KUHP; KUHPerdata; Ketetapan-Ketetapan MPR; UU No. 5 Tahun 1960 tentang Pokok-Pokok Agraria; UU No. 5 Tahun 1984; tentang Perindustrian; UU No. 19 Tahun 1992 tentang Merek; PP No. 70 Tahun 1992 tentang Bank Umum; UU No. 1 Tahun 1995 tentang Perseroan Terbatas; UU No. 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil; UU No. 8 Tahun 1995 tentang Pasar Modal; dan PP No. 27 Tahun 1998 tentang Penggabungan, Peleburan, dan Pengambilalihan Akhirnya, jaminan terhadap terjadinya persaingan usaha yang sehat dan jauh dari tindak monopoli berhasil diwujudkan melalui Dewan Perwakilan Rakyat (DPR) dengan hak inisiatifnya dengan membuat Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli Dan Persaingan Usaha Tidak Sehat. Lahirnya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 diharapkan dapat merekayasa (*engineering*) kondisi persaingan dalam bisnis secara jujur, dan transparan, sehingga mewujudkan keadilan dan kesejahteraan merata bagi masyarakat.

Secara sosio-ekonomi, lahirnya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha tidak Sehat adalah dalam rangka untuk menciptakan landasan ekonomi yang kuat untuk menciptakan perekonomian yang efisien dan “bebas” dari distorsi pasar. Ekonomi yang kuat dan efisien adalah kata yang sangat mahal pada masa orde baru. Sebab, pada masa orde baru, pembangunan yang dilakukan tidak berdasarkan pada teori hukum pembangunan. Prestasi pembangunan ekonomi pada saat itu disebut *success story* tidak disokong pondasi yang kuat dan akhirnya sangat rapuh pada saat ditimpa krisis. Dalam kajian ekonomi dipahami bahwa strategi ekonomi pembangunan pada saat itu lebih berorientasi pada pertumbuhan (*growth*) yang antara lain menggunakan strategi substitusi impor. Adapun dalam hal pendistribusian barang hanya dikuasi oleh orang-orang tertentu. Selain itu, krisis ekonomi yang terjadi disebabkan manajemen ekonomi pemerintahan orde baru yang telah merusak pilar-pilar ekonomi dalam dunia perbankan, kebijakan moneter, dan pinjaman utang luar negeri yang sangat tinggi.

Akhirnya pada tahun 1998 terjadi krisis moneter di Asia, mulai dari Thailand dan merambat ke Indonesia. Krisis tersebut terus berlanjut pada krisis yang bersifat multidimensi terutama kondisi politik yang berakibat jatuhnya kekuasaan rezim orde baru. Akibatnya para pelaku ekonomi dan konglomerat yang tidak mempunyai pijakan ekonomi yang kuat yang berdasarkan inovasi, kreasi dan produktifitas serta pertumbuhan yang berbasis sektor riil menjadi ambruk.

Para pengusaha yang bermain di pasar uang mengalami guncangan yang maha dahsyat. Bagi pelaku usahaperbankan yang dengan menggunakan utang dalam bentuk dolar dan biasanya dalam jangka pendek telah jatuh tempo, sehingga menjadikan dolar melambung. Pemberian dana talangan oleh IMF bukanlah tanpa syarat, secara regulatif utang dapat dikucurkan dengan persyaratan Indonesia harus melakukan reformasi sistem ekonomi dan hukum ekonomi tertentu, diantaranya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999.

Kehadiran Undang-Undang persaingan usaha di Indonesia merupakan prasyarat prinsip ekonomi modern. Yakin prinsip yang dapat memberikan kesempatan yang sama bagi setiap orang untuk bersaing secara jujur dan terbuka dalam berusaha. Dengan Undang-Undang ini, pelaku usahadiharapkan menyadari kepentingan untuk mencari keuntungan yang sebesar-besarnya tetapi harus dilakukan dengan cara persaingan yang jujur. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian atas kesepakatan antara kedua belah pihak dalam menentukan isi dan bentuk dari perjanjian tersebut. Oleh karena itu, pentingnya para pihak untuk teliti dan berhati-hati dalam menentukan isi dari perjanjian tersebut agar tidak terjadi hal-hal yang tidak diinginkan seperti wanprestasi. Selain itu, kedua belah pihak juga harus lebih selektif dalam memilih bisnis waralaba dalam membuat ketentuan dan sanksi yang jelas supaya perjanjian tersebut dapat dilaksanakan secara adil dan dengan itikad baik.

Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah yuridis normatif ditunjang dengan buku- buku perbandingan hukum, serta penelitian terhadap sejarah hukum dalam waralaba. Penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat yuridis normatif dengan mengutamakan norma atau peraturan perundangan dengan ditunjang dengan melihat fenomena yang ada yang mempengaruhi perjanjian bisnis tersebut. Peneliti melakukan penafsiran terhadap perjanjian hukum yang terdapat dalam perjanjian bisnis waralaba dengan merujuk pada ketentuan yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebagai pedoman utama ditunjang dengan peraturan-peraturan lainnya.

Hasil Dan Pembahasan

a. Perjanjian Bisnis Waralaba

Pada masa lalu dimana sebagai sebuah wacana, sejak tahun 1970-an sikap anti monopolidan persaingan usaha secara sehat telah dibicarakan di Indonesia. Sebab, struktur ekonomi pada masa orde baru memerlukan seperangkat Undang- Undang yang dapat mengoreksi struktur ekonomi yang bersifat dominasi dan monopolistik oleh orang-orang tertentu, terutama orang atau golongan yang termasuk dalam pusing kekuasaan (*linkage power*). Dalam perjalanannya, keinginan dan wacana ini belum dapat direalisasikan. Hal ini disebabkan *political will* pemerintah dalam bidang ekonomi yang belum berpihak. Kemudian, keinginan untuk membentuk sebuah Undang-Undang yang secara khusus mengatur tentang persaingan usaha dan anti monopoli telah dipikirkan oleh para pakar, partai politik, lembaga swadaya masyarakat (LSM) serta instansi pemerintah.

Bahkan pasca lahirnya Undang-Undang ini juga menimbulkan pro dan kontra. Secara politis maupun ekonomis, terdapat pihak-pihak yang kurang bisa menerima Undang-Undang ini lebih pada posisi yang lemah dan euphoria politik yang kecil. Secara hubungan internasional, lahir dan berlakunya Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 juga merupakan konsekuensi atas diratifikasinya perjanjian Arrakesh oleh DPR dengan Undang-Undang No. 7 Tahun 1974 yang mengharuskan Indonesia membuka diri dan tidak boleh memberikan perlakuan diskriminatif, seperti pemberian proteksi terhadap *entry barrier* suatu perusahaan dan adanya tekanan IMF yang telah menjadi kreditor bagi Indonesia dalam rangka membatasi krisis moneter yang telah dahsyat melanda dan menjadikan terpuruknya ekonomi Indonesia secara luas.

Pada hakikatnya keberadaan hukum persaingan usaha adalah mengupayakan secara optimal terciptanya persaingan usaha yang sehat (*fair competition*) dan efektif pada suatu pasar tertentu, yang mendorong agar pelaku usaha melakukan efisiensi agar mampu bersaing dengan para pesaingnya. Berkaitan dengan hal itu, maka keberadaan Undang-Undang No. 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat atau Undang-Undang Antimonopoli yang berasaskan demokrasi ekonomi dengan memerhatikan keseimbangan antara kepentingan pelaku usaha dan kepentingan umum tersebut mempunyai peranan yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan iklim persaingan usaha yang sehat di Indonesia.

Secara umum, hukum persaingan usaha bertujuan untuk menjaga “iklim persaingan” antar pelaku usaha serta menjadikan persaingan antarpelaku usaha menjadi sehat. Selain itu, hukum persaingan usaha bertujuan menghindari terjadinya eksploitasi terhadap konsumen oleh pelaku usaha tertentu serta mendukung sistem ekonomi pasar yang dianut oleh suatu negara. Selain tujuan umum, masing-masing negara mempunyai tujuan khusus menghadirkan hukum persaingan usaha. Di Amerika Serikat, hukum persaingan usaha bertujuan melindungi sistem kompetisi (*preserve competitive system*); di Jerman, bertujuan memajukan kesejahteraan dan kebebasan warga negara; dan di Swedia, bertujuan mencapai pemanfaatan optimal dari sumber-sumber yang ada di masyarakat. Waralaba (*Franchise*) dalam hukum yang berlaku

di Indonesia

Untuk mulai melaksanakan bisnis waralaba tentunya diperlukan adanya suatu kontrak perjanjian yang dilaksanakan oleh *franchisor* dan juga *franchisee* agar kedua belah pihak dapat melaksanakan hak dan tanggung jawabnya dalam memenuhi prestasi. Selain itu, adanya suatu kontrak dalam sebuah perikatan yang ada dalam waralaba dan kedua belah pihak akan mendapatkan kepastian secara hukum agar tidak terjadi wanprestasi. Kontrak perjanjian yang dibuat para pihak tentunya harus sesuai kesepakatan tanpa adanya paksaan dari pihak manapun. Dari penjabaran diatas maka dapat diartikan bahwa suatu kontrak/perjanjian merupakan suatu tindakan dari kedua belah pihak yang menimbulkan hubungan hukum sehingga terjadi sebuah kesepakatan, kesepakatan ini tidak hanya terjadi dalam hal waralaba namun juga dapat terjadi dalam hal piutang, penyewaan, pembelian, dan sebagainya. Dalam Pasal 1233 menerangkan bahwasannya suatu perikatan dapat lahir karena persetujuan antara para pihak dan hubungan hukum karena undang-undang dapat timbul karena atas dasar kehendak para pihak yang terikat dalam suatu perjanjian yang dibuat oleh para pihak. Oleh sebab itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa para pihak membuat perjanjian atau perikatan atas kehendaknya sendiri.

Saat ini segala sesuatunya telah berkembang dengan pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari berbagai bidang, seperti yang terlihat pada bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang pembangunan serta kemajuan di bidang ekonomi. Kemajuan di dalam bidang ekonomi, dapat dilihat dari mulaibanyaknya masyarakat yang mencoba-coba suatu bisnis baik yang telah ada, sedang berkembang, maupun menciptakan suatu bisnis yang baru. Hal tersebut disebabkan pada zaman globalisasi ini, mendorong masyarakat untuk terus berpikir keras agar terus menciptakan sesuatu hal yang baru, sehingga secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk berlomba-lomba pula menciptakan suatu kreatifitas baru yang tentunya tujuannya adalah untuk mendapatkan suatu pemasukan baru guna memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Proyeksi trend bisnis waralaba di Indonesia akan tetap menjanjikan, selama baik *franchisor* maupun *franchisee* memegang teguh komitmen untuk terus menerus meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka jual. Hal yang menarik dari isu waralaba nasional ialah pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih rendah jika dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Oleh karena itu karena besarnya peluang bagi waralaba lokal untuk meningkatkan peranannya dalam bisnis waralaba di negara sendiri, pemerintah perlu mengambil langkah-langkah kebijakan bagi tumbuh kembangnya bisnis waralaba lokal.

Sejalan dengan perkembangan waktu dan perubahan gaya hidup masyarakat juga berpengaruh pada pola gaya hidup masyarakat di Indonesia. Hal ini diikuti dengan perkembangan pendidikan atau bimbingan belajar kepada anak-anak juga semakin tinggi. Bimbingan belajar yang dijadikan sebuah peluang bisnis, oleh karena itu masyarakat juga menciptakan peluang bisnis pada anak-anak yaitu bimbingan belajar baik itu Bahasa Inggris, Matematika dan lainnya. Banyaknya orang tua di Indonesia menginginkan anak-anaknya cerdas dan pintar, mendorong para orang tua memberikan anak-anak mereka les tambahan atau bimbingan diluar jam sekolah. Hal ini menjadi peluang usaha bagi para pelaku bisnis maupun para pendidik. Apabila kita mempunyai kemampuan di bidang ilmu pengetahuan yang bagus serta bisa sabar dalam menghadapi anak-anak tidak menutup kemungkinan bagi kita untuk menangkap peluang usaha tersebut.

Seiring dengan semakin padatnya populasi penduduk yang tidak diikuti peningkatan penghasilan perkapita menjadikan masyarakat memiliki beban berat dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam hal ini kebutuhan hidup manusia yaitu, meliputi pangan, sandang, dan papan serta kebutuhan akan pendidikan semakin meningkat pula terutama salah satunya di Indonesia, pemenuhan kebutuhan pendidikan baik formal maupun non- formal sangat

dibutuhkan karena hal ini dapat memberikan dampak yang besar terhadap penduduk dalam rangka peningkatan kualitas SDM (Sumber Daya Manusia). Ada dua jenis pendidikan yang kita kenal di masyarakat kita, yaitu pendidikan formal dan pendidikan nonformal (seperti kursus atau bimbingan belajar). Pendidikan formal jelas tujuannya untuk memperoleh jenjang keberhasilan yaitu kelulusan. Disini kita akan mendapat gelar seperti Ahli Madya, sarjana, magister dan sebagainya. Dalam hal ini pendidikan luar sekolah memiliki peranan yang tidak kalah penting.

Pendidikan ini berfungsi untuk membantu anak didik untuk memaksimalkan potensinya yang mungkin belum seluruhnya bisa diperoleh melalui jenjang pendidikan formal. Baik tidaknya mutu dan kualitas jasa sebetulnya sangat dipengaruhi oleh fasilitas yang diberikan kepada customer. Apabila fasilitas yang diberikan itu memadai maka bukan tidak mungkin jika usaha yang kita jalankan akan memenuhi baik mutu maupun kualitasnya. Adapun jenis fasilitas pokok yang seharusnya diberikan pada siswa didik antara lain, yaitu pemberian materi dan teknik pengajaran dalam memenuhi kepuasan siswa didik adalah para staff pengajarnya. Sistem pengajaran yang memuaskan akan menjadi senjata ampuh dalam mengembangkan usaha tersebut. Untuk itu lembaga kursus menjadi salah satu alternatif yang dipilih masyarakat untuk lebih menggali potensi yang dimiliki siswa didik, memperkaya ilmu dan memberikan pelajaran yang tidak sepenuhnya didapat anak didik dari sekolah.

Dengan adanya lembaga ini yang memberikan pelayanan terbaik untuk anak didik dengan biaya yang terjangkau untuk semua kalangan. Dengan kata lain lembaga ini dapat memenuhi kebutuhan pendidikan setiap peserta didik tanpa menitik beratkan biaya yang menjadi beban para orangtua peserta didik melalui sistem *franchise*. Meskipun konsep *franchise* terbukti sangat banyak diminati oleh para pebisnis asing maupun lokal, namun hingga saat ini perkembangan *franchise* lokal masih jauh tertinggal dibandingkan *franchise* asing. Perkembangan *franchise* selalu mengutamakan bagaimana mereka membangun bisnisnya sehingga dalam mencari calon mitranya atau *franchise* mereka sangat selektif tidak sembarang karena mereka tahu betul bahwa mitra atau *franchise* mereka merupakan ujung tombak perbisnisannya. Untuk setiap calon mitra atau *franchise* mereka memang sudah memahami betul karakter maupun kemampuan mitranya.

Hal ini berbeda jauh dengan pelaku bisnis *franchise* lokal yang masih saja lebih mengutamakan mencari duit daripada membangun bisnisnya sehingga dalam mencari mitra atau calon *franchise* kurang selektif dan tidak memahami karakter dan latar belakang calon *franchisenya*. Jika hal ini dibiarkan maka sudah tentu bisnis *franchise* di tanah air kita akan kalah bersaing dengan bisnis *franchise* asing yang kian berkembang. Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum sehingga diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis tersebut.

b. Implikasi Perjanjian Bisnis Waralaba Dalam Hukum Perdata

Perjanjian *franchise* merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggungjawab dari pemberi waralaba dan penerima waralaba. Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan 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 memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat oleh para pihak *franchisor* maupun *franchisenya*. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor* misalnya hak teritorial yang dimiliki *franchise*, persyaratan lokasi, biaya-biaya yang harus dibayar oleh *franchise* kepada *franchisor* ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara

franchise 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 para pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian. Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi didalam pelaksanaan perjanjian waralaba. wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera didalam perjanjian waralaba. Perjanjian Waralaba berkaitan dengan aspek perikatan dalam Hukum Perdata yang peraturannya terdapat dalam Buku Ketiga KUHPerdata mengenai perikatan. Perjanjian adalah suatu hubungan hukum yang terjadi antara para pihak yang melakukan perjanjian untuk memenuhi hak dan kewajiban para pihak yang ada di dalam perjanjian tersebut. Pasal 1338 KUHPerdata dapat disebutkan bahwa perikatan atau perjanjian berlaku sah dan mengikat sesuai dengan undang-undang bagi pihak yang telah membuatnya.

Makna tersirat dari pasal ini adalah pentingnya para pihak untuk mencermati isi dari perjanjian tersebut yang nantinya akan berlaku secara sah dan mengikat untuk para pihak begitu pula untuk memenuhi prestasi mengenai kewajiban para pihak dalam perjanjian agar tidak melakukan wanprestasi baik atas keterlambatan atau memenuhi prestasi namun tidak sesuai dengan apa yang sudah diperjanjikan. Apabila perjanjian waralaba sesuai dengan ketentuan perjanjian yang memenuhi syarat-syarat perjanjian baik secara subjektif maupun objektif maka perjanjian waralaba dapat dikatakan sah dan tunduk pada Hukum Indonesia. Pemerintah memberikan kebebasan berkontrak melalui Pasal 1338 KUHPerdata dengan kata lain para pihak yang membuat perjanjian diberikan kebebasan terhadap kesepakatan bisnis yang akan dijalankan oleh pihak waralaba selama tunduk pada undang-undang yang berlaku serta patuh terhadap asusila dan ketertiban umum.

Selain itu, sesuai dengan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdata juga dinyatakan “semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya” menegaskan bahwa perjanjian menimbulkan akibat hukum bagi pihak-pihak yang telah terikat perjanjian tersebut. Dalam pasal tersebut, menyiratkan bahwa suatu perjanjian memenuhi asas kebebasan berkontrak dimana subjek hukum mendapatkan peluang dalam membuat perjanjian baru sesuai dengan kebutuhan masyarakat yang bersifat relatif sehingga tidak mengakibatkan kerugian pada salah satu pihak. Pada dasarnya, perjanjian yang telah dibuat hanya berlaku mengikat pada setiap orang yang membuatnya. Pasal 1315 KUHPerdata menegaskan “pada umumnya seseorang tidak dapat mengadakan perikatan atau perjanjian selain untuk dirinya sendiri”. Kepastian hukum dapat timbul karena adanya suatu kesepakatan yang dibuat oleh pihak yang terikat dengan substansi yang sesuai dengan kebutuhan sehingga kesepakatan tersebut sah dimata hukum selama memenuhi syarat dalam mematuhi peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Pada dasarnya penyelenggaraan waralaba tidak jauh berbeda dengan pembukaan kantor cabang. Hanya saja dalam pembukaan kantor cabang segala sesuatu didanai dan dikerjakan sendiri, sedangkan pada waralaba penyelenggaraan perluasan bisnis tersebut didanai dan dikerjakan oleh pihak lain yang dinamakan penerima waralaba atas risiko dan tanggung jawabnya sendiri, dalam bentuk bisnis sendiri, namun sesuai dengan arahan dan instruksi serta petunjuk pemberi waralaba.

Pada sisi lain waralaba juga tidak berbeda jauh dari bentuk pendistribusian dalam kegiatan perdagangan barang dan atau jasa. Keduanya mempergunakan Hak Kekayaan Intelektual yang sama, milik pemberi waralaba atau prinsipal (dalam bentuk kegiatan

distribusi). Hanya saja distributor menyelenggarakan sendiri kegiatan penjualannya, sedangkan dalam pemberian waralaba, penerima waralaba melaksanakan segala sesuatunya berdasarkan pada “arahan” atau “petunjuk” atau “instruksi” yang telah ditetapkan atau digariskan oleh pemberi waralaba. Suatu perusahaan kemungkinan besar merupakan waralaba jika Anda sering menjumpai tempat makan, kafe, dan kios makanan dengan nama yang sama di beberapa kota atau kota. Banyak orang enggan meluncurkan bisnis baru karena mereka memiliki masalah kepercayaan diri. Pengusaha ini dapat dengan tenang mengelola bisnis mereka meskipun mereka memiliki sedikit keahlian atau pengalaman manajemen bisnis berkat struktur waralaba. Fakta bahwa mengoperasikan perusahaan waralaba memerlukan keuntungan lebih besar menempatkan banyak orang pada posisi yang kurang menguntungkan.

Ketentuan mengenai kebebasan berkontrak tertuang dalam Pasal 1320 KUHPerdara yang mengatur tentang perikatan mengenai kesepakatan kedua belah pihak yang mengikatkan dirinya dan memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif untuk memenuhi perikatan. Syarat subjektif meliputi kedua belah pihak yang melakukan perjanjian yang memenuhi syarat dalam hukum yang berlaku seperti cakap dalam membuat perjanjian harus cakap untuk melakukan perbuatan hukum sedangkan syarat objektif merupakan barang/benda yang ada didalam perjanjian yang memenuhi syarat sebagai objek yang digunakan dalam perjanjian seperti objek yang halal. Dalam pasal ini mengatur mengenai persyaratan dalam melakukan sebuah perjanjian agar perjanjian dapat dikatakan sah apabila syarat subjektif dan syarat objektif ini tidak dipenuhi maka perjanjian dapat dibatalkan/batal demi hukum. Akibat hukum yang timbul dari syarat subjektif harus dipenuhi dengan kesepakatan kedua belah pihak dan tanpa adanya intervensi sebagaimana hal ini ditegaskan dalam Pasal 1329 KUHPerdara.

Tanpa adanya intervensi atau paksaan maka dapat dikatakan bahwa pihak-pihak saling setuju akan perjanjian tersebut atau bisa disebut juga sebagai *overeenstemende wilsverklaring*. Pihak penawaran yang membuat pernyataan dapat disebut *offerte*, dan pihak yang menerima penawaran dapat disebut sebagai *acceptatie*. Selain itu, sebagaimana yang telah ditentukan dalam undang-undang kedua belah pihak harus memenuhi syarat kecakapan dalam melakukan perjanjian yang merupakan suatu perbuatan hukum. Syarat kecakapan diantaranya memenuhi usia dalam melakukan perjanjian sebagaimana yang telah diatur dalam undang-undang apabila pihak yang melakukan perjanjian masih dibawah umur, dibawah pengampuan, maka hal tersebut diasumsikan tidak cakap melakukan perbuatan hukum, namun ada banyak biaya operasional yang akan mengurangi pendapatan pemilik waralaba dan membuat hal ini tidak mungkin terjadi. Dengan kehati-hatian dan pemikiran ke depan dari manajemen. Sinergi bisnis semacam itu memang dinilai menggiurkan. Tanpa harus menggunakan uang sendiri, jaringan pemasaran dan omzet dapat berkembang lebih pesat untuk merebut kepercayaan masyarakat terhadap reputasi bisnis waralaba. Selain itu, pewartalaba akan mendapat untung dari biaya manajemen dan royalti.

Akibat hukum yang timbul dari syarat objektif harus dipenuhi yang merupakan objek dari perjanjian tersebut/suatu hal yang menyebabkan adanya suatu perjanjian tersebut. Objek yang ada didalam perjanjian harus memenuhi syarat sebagai objek yang halal, jelas, dan tidak bertentangan dengan hukum. Objek yang jelas berupa objek yang telah ada atau yang akan ada sesuai yang ditegaskan dalam Pasal 1333 dan Pasal 1334 KUHPerdara berupa objek yang dapat ditentukan jenisnya. Apabila syarat objektif tersebut tidak dipenuhi maka perjanjian batal demi hukum dan perjanjian dianggap tidak pernah ada

Kesimpulan

Waralaba merupakan suatu perikatan / perjanjian antara dua pihak dimana semua ketentuannya mengacu pada Kitab Undang – Undang Hukum Perdata yaitu Pasal 1313 KUHPerdara tentang perjanjian, Pasal 1320 KUH Perdata tentang sahnya perjanjian dan ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara tentang asas kebebasan berkontrak. Perjanjian

waralaba adalah perjanjian yang tidak bertentangan dengan undang – undang, agama, ketertiban umum, dan kesusilaan. Artinya perjanjian itu menjadi undang – undang bagi mereka yang membuatnya, dan mengikat kedua belah pihak. Aspek hukum dalam perjanjian waralaba menganut aspek Hukum Perdata harus memenuhi syarat subjektif dan syarat objektif dengan kesepakatan antara para pihak untuk bebas dalam menentukan bentuk dan isi kontrak selama tunduk pada peraturan perundang-undangan yang berlaku dan tidak melanggar kesusilaan dan ketertiban umum. Hal ini juga tertuang dalam Pasal 1338 Buku Ketiga KUHPerdata tentang perikatan yang menjelaskan asas kebebasan berkontrak tertentu serta persentase tertentu sesuai yang ada dalam perjanjian.

Daftar Pustaka

- Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor
Ahmad Wardi Muslich, 2017, *Fiqh Muamalat*, Amzah, Jakarta
- Bambang N Rahmadi, 2007, *Aspek Hukum dan Bisnis*, PT. Nusantara Sakti, Bandung
- Departemen Agama Republik Indonesia, 2005, *Al-Qur'an dan Terjemahnya*, Syamil Cipta Media, Jakarta
- Departemen Pendidikan Nasional, 2005, *Kamus Besar Ikhtisar Indonesi Edisi Ketiga*, Balai Pustaka, Jakarta
- Gemala Dewi, 2004, *Aspek-aspek Hukum dalam Perbankan dan Asuransi Syariah di Indonesia*, Prenada Media, Jakarta
- Gemala Dewi, 2005, *Hukum Perikatan Islam di Indonesia*, Badan Penerbit Fakultas Hukum UI, Jakarta
- Purwahid Patrik, 1993, *Masalah Standard Kontrak Dalam Perjanjian Kredit*, *Makalah Seminar yang diselenggarakan oleh Ikatan Advokat Indonesia*, Surabaya
- Rooseno Hardjowidigdo, 1993, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, *Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi*, Jakarta
- Salim H.S, 2002, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis BW*, Sinar Grafika, Jakarta
- Soedharyo Soimin, 2014, *Kitab Undang-Undang Hukum Perdata*, Sinar Grafika, Jakarta
- Suharnoko, 2008, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisa Kasus*, Prenadamedia Group, Jakarta
- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba
- Sjahdeini, Sutan Remy. “Asas Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan yang Seimbang bagi Para Pihak dalam Perjanjian.” *Jurnal Hukum Bisnis*, Vol. 20 No. 2, 2001.
- Nugroho, Bambang. “Perjanjian Waralaba dalam Perspektif Hukum Perdata.” *Jurnal Ilmu Hukum*, Vol. 5 No. 1, 2013.
- Rahardjo, Satjipto. “Hukum Progresif dalam Kontrak Bisnis.” *Jurnal Hukum Pro Justitia*, Vol. 24 No. 1, 2006.
- Prasetyo, Teguh. “Perlindungan Hukum dalam Perjanjian Waralaba.” *Jurnal Rechtsvinding*, Vol. 4 No. 2, 2015.