



Analisis Aspek Hukum Perjanjian Waralaba (Franchise) Dalam Perspektif Hukum Perdata

Moh. Adam sugiono

Mahasiswa S1 Fakultas Hukum, Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: sugionoadam3@gmail.com

Sayyidah Dewi Hasanah

Mahasiswa S1 Fakultas Hukum, Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: sayyidah.anna123@gmail.com

Sumriyah

Dosen Fakultas Hukum, Universitas Trunojoyo Madura

e-mail: sumriyah@trunojoyo.ac.id

Korespondensi penulis: sugionoadam3@gmail.com

Abstract. *Currently, franchise business schemes are being widely used in society. Franchising, as a form of business investment, requires clear regulations to protect the rights and obligations of the parties involved. The main aim of this research is to provide a more comprehensive view of the legal implications in the franchise business model. The method used is normative juridical. The results of this research found that the importance of understanding Article 1320 of the Civil Code is fundamental in upholding the validity of franchise agreements, where conformity with the law is the main basis. Regulations such as PP Number 42 of 2007 and Minister of Trade Regulation Number 12/M-Dag/Per/3/2006 provide more detailed guidance regarding procedures, rights, obligations and procedures for registering franchise businesses.*

Keywords: *Franchise, Contract Law, Franchise Agreement*

Abstrak. Saat ini, skema bisnis waralaba sedang marak digunakan di masyarakat. Waralaba, sebagai suatu bentuk investasi bisnis, memerlukan regulasi yang jelas untuk melindungi hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap implikasi hukum dalam model bisnis waralaba. Metode yang digunakan adalah yuridis normatif. Hasil penelitian ini mendapati bahwa pentingnya memahami Pasal 1320 KUHPerdata menjadi pokok dalam menegakkan sahnya perjanjian waralaba, di mana kesesuaian dengan undang-undang menjadi landasan utama. Regulasi seperti PP Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 memberikan panduan lebih rinci terkait prosedur, hak, kewajiban, dan tata cara pendaftaran usaha waralaba.

Kata kunci: Waralaba, Hukum Perjanjian, Perjanjian Waralaba

LATAR BELAKANG

Era globalisasi saat ini menjadikan seluruh aspek kehidupan di dunia semakin berkembang dengan pesat. Salah satunya adalah aspek ekonomi dan bisnis. Perkembangan bentuk kerjasama dalam dunia bisnis telah membuka jalan bagi terciptanya fasilitas-fasilitas dan bentuk-bentuk bisnis baru, diantaranya bisnis waralaba, atau dalam bahasa asing disebut juga dengan *franchise*.¹ Waralaba merupakan suatu bentuk kerjasama bisnis di mana pihak yang memiliki hak waralaba memberikan izin kepada pihak lain untuk menggunakan merek dagang, sistem operasional, dan dukungan bisnisnya. Saat ini, skema bisnis waralaba sedang marak digunakan di masyarakat. Buktinya saja di Indonesia skema ini sudah banyak dilakukan oleh beberapa perusahaan makanan seperti Teh Poci, Es Teller 77, McD, KFC, dan lain-lain.²

Waralaba, sebagai suatu bentuk investasi bisnis, memerlukan regulasi yang jelas untuk melindungi hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat. Oleh karena itu, penelitian ini memfokuskan pada peraturan yang mengatur perjanjian waralaba dalam perspektif hukum perdata. Secara yuridis, perjanjian waralaba ini sudah diatur pada PP Nomor 16 tahun 1997 mengenai waralaba yang sudah digantikan oleh PP Nomor 42 tahun 2007, Kepmenperind RI Nomor 256/MPP//KEP/7/1997 mengenai “Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006.”³ Penelitian ini penting dilakukan karena perlunya pemahaman yang lebih mendalam terhadap aspek hukum perjanjian waralaba guna mencegah potensi konflik dan ketidakjelasan hukum di masa depan. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap implikasi hukum dalam model bisnis waralaba, dengan harapan dapat memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan dan peningkatan regulasi yang relevan.

KAJIAN TEORITIS

¹ Nasution, R. S, "Analisis Yuridis Perjanjian Usaha Waralaba Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata", Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum, 5(2), hal. 95, 2018

² Benia, E, "Analisis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang pada Perjanjian Waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang", Padjadjaran Law Review, 10(2), hal 2, 2022.

³ Rahmad, A., dan Zubaedah, "Tinjauan Perspektif Hukum Perdata Terhadap Perjanjian Waralaba di Indonesia", Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora, 9(1), 20, hal. 512, 2022

Dari sudut pandang etimologis, kata “franchise” berasal dari bahasa Inggris-Prancis, di mana akar kata “franc” berarti “bebas”. Di bawah interpretasi lain, akar kata "waralaba" berarti "hak istimewa" atau "hibah", dan itu berasal dari Abad Pertengahan. Pada dasarnya, Waralaba dapat dianggap sebagai sistem pemasaran untuk produk atau layanan. Waralaba adalah perjanjian antara dua pihak, pemberi waralaba dan penerima waralaba, di mana pemberi waralaba mengizinkan penerima waralaba untuk memperdagangkan produk atau layanan tertentu di bawah merek, merek dagang, atau simbolnya dengan imbalan biaya awal atau biaya perwalian, atau keduanya biaya.⁴

Perjanjian Waralaba, merupakan sebuah perjanjian yang mencakup sejumlah kewajiban tetap, di mana perusahaan-perusahaan independen bertanggung jawab satu sama lain untuk bersama-sama mendorong dan mengembangkan perdagangan dan melakukan layanan sesuai dengan kewajiban tertentu. Jadi, ketentuan ini hanya menyoroti bahwa dalam Waralaba terdapat sejumlah kewajiban tetap antara para pihak yang bertujuan untuk mendorong dan mengembangkan pasokan perdagangan dan jasa. Definisi tersebut terdiri dari daftar hak dan kewajiban yang mengikat para pihak di bawah waralaba, tetapi gagal memberikan definisi khusus dari perjanjian waralaba, dengan berfokus pada isinya. Mengacu pada ketentuan di atas, tujuan dari perjanjian waralaba adalah untuk menyediakan bagi penerima waralaba seperangkat standar hak non-materi, model, desain, keuntungan, perdagangan, gagasan organisasi dan pengetahuan lain yang sesuai bagi pemilik waralaba untuk mengembangkan perdagangan.⁵ Terdapat tiga jenis perjanjian Waralaba, yaitu:⁶

1. Waralaba Distribusi, di mana penerima waralaba hanya menjual produk tertentu di pasar, yang memiliki nama merek atau simbol pemilik waralaba;
2. Waralaba Produk, di mana penerima waralaba memproduksi barang di bawah instruksi pemberi waralaba dan menjualnya di bawah nama merek pemberi waralaba;

⁴ Widodo, S, "Karakteristik Yuridis Perjanjian Waralaba", Kosmik Hukum, 2016

⁵ Priyono, E, "Aspek Keadilan dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba)", Law Reform, 2018

⁶ Felicia, S, "Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Analisis kontrak bisnis Waralaba Lokal “Apotek K-24” Di Semarang)", (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO), 2010

3. Waralaba Layanan, di mana penerima waralaba menyediakan layanan di bawah merek, simbol, dan terkadang merek dagang dari pemberi waralaba seperti yang diperintahkan oleh pemberi waralaba.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan pendekatan yuridis normatif merupakan suatu pendekatan penelitian yang fokus pada analisis dan interpretasi hukum melalui studi terhadap bahan hukum tertulis. Metode ini menitikberatkan pada aspek normatif atau norma-norma hukum yang tertuang dalam peraturan perundang-undangan, putusan pengadilan, dan dokumen hukum lainnya.⁷ Metode penelitian yuridis normatif sangat berguna dalam menggali dan mendalami aspek-aspek normatif dalam bidang hukum. Pendekatan ini memberikan kontribusi penting terutama dalam pengembangan teori hukum, analisis hukum positif, dan memberikan pandangan hukum terhadap permasalahan-permasalahan tertentu.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perjanjian waralaba berkaitan dengan Pasal 1320 KUHPerdata, yang menyebutkan bahwa suatu perjanjian sah jika dibuat oleh pihak yang berhak dan tidak bertentangan dengan undang-undang. Pasal tersebut menegaskan prinsip sahnya perjanjian waralaba apabila memenuhi persyaratan legalitas, yaitu dibuat oleh pihak yang memiliki kapasitas hukum dan tidak melanggar ketentuan undang-undang yang berlaku. Artinya, perjanjian waralaba harus dibuat oleh pihak-pihak yang memiliki hak dan kapasitas hukum untuk mengikatkan diri dalam suatu perjanjian. Selain itu, perjanjian waralaba juga tidak boleh melanggar ketentuan hukum yang berlaku, baik itu terkait dengan hak kekayaan intelektual, persaingan usaha, atau ketentuan lainnya.

Selanjutnya, Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 16 Tahun 1997 dan PP Nomor 42 Tahun 2007 merupakan regulasi Indonesia yang mengatur tentang perjanjian waralaba. PP Nomor

⁷ Soerjono Soekanto dan Sri Mahmudji, *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2003, hlm.13

16 Tahun 1997 awalnya memberikan landasan hukum untuk waralaba di Indonesia. Namun, kemudian PP Nomor 42 Tahun 2007 dikeluarkan untuk menggantikan dan memperbarui ketentuan yang terdapat dalam PP Nomor 16 Tahun 1997. PP Nomor 42 Tahun 2007 memberikan perubahan dan penyempurnaan terhadap regulasi waralaba, termasuk ketentuan-ketentuan yang lebih terperinci terkait hak dan kewajiban pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba. Beberapa poin penting yang diatur dalam PP Nomor 42 Tahun 2007 terkait perjanjian waralaba antara lain:

1. Menetapkan hak dan kewajiban secara jelas antara pihak pemilik waralaba (franchisor) dan pihak penerima waralaba (franchisee).
2. Menyusun ketentuan terkait dengan penggunaan merek dagang yang menjadi objek waralaba, termasuk batasan dan hak-hak terkait.
3. Mengatur besaran royalti yang harus dibayarkan oleh pihak franchisee kepada franchisor, serta jadwal dan mekanisme pembayaran.
4. Menetapkan kewajiban pihak franchisor untuk memberikan dukungan dan bimbingan kepada pihak franchisee dalam menjalankan usaha.
5. Memberikan ketentuan terkait pemilihan dan persetujuan lokasi usaha waralaba.
6. Menetapkan durasi perjanjian waralaba, serta ketentuan terkait pemutusan perjanjian, baik oleh franchisor maupun franchisee.
7. Menyusun ketentuan terkait pendaftaran perjanjian waralaba dan kewajiban pelaporan dari pihak franchisor.

Selain itu, Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Kepmenperindag) Republik Indonesia Nomor 256/MPP//KEP/7/1997 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 telah menciptakan kerangka kerja hukum yang komprehensif untuk mengatur usaha waralaba di Indonesia. Sehingga, dengan mengikuti pedoman dan ketentuan yang ditetapkan, pihak-pihak yang terlibat diharapkan dapat menjalankan usaha waralaba dengan adil, transparan, dan sesuai dengan standar hukum yang berlaku.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa perjanjian waralaba merupakan kontrak yang melibatkan pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Pentingnya

memahami Pasal 1320 KUHPerdata menjadi pokok dalam menegakkan sahnya perjanjian waralaba, di mana kesesuaian dengan undang-undang menjadi landasan utama. Regulasi seperti PP Nomor 42 Tahun 2007 dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006 memberikan panduan lebih rinci terkait prosedur, hak, kewajiban, dan tata cara pendaftaran usaha waralaba. Pemahaman mendalam terhadap aspek hukum perjanjian waralaba dalam konteks hukum perdata sangat penting untuk menciptakan kerangka kerja yang adil, saling menguntungkan, dan sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku dalam industri waralaba.

Penulis menyadari terkait keterbatasan penelitian ini, yaitu berupa sumber literatur yang terbatas dan belum bisa mencakup berbagai aspek. Sehingga, peneliti merekomendasikan untuk penelitian yang akan datang dapat mengkaji lebih lanjut terkait hal-hal yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis mengucapkan terima kasih, kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung dalam penelitian ini, baik secara moral maupun materiil. Artikel ini merupakan bagian dari hasil penelitian yang dilakukan dengan studi literatur. Penulis menyadari keterbatasan dalam penelitian ini, sehingga sangat diharapkan saran dan masukan untuk tujuan pengembangan penelitian terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- Benia, E. (2022). Analisis Perlindungan Hukum Rahasia Dagang pada Perjanjian Waralaba berdasarkan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. *Padjadjaran Law Review*, 10(2).
- Felicia, S. (2010). Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (Analisis kontrak bisnis Waralaba Lokal “Apotek K-24” Di Semarang) (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS DIPONEGORO)
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan (Kepmenperindag) Republik Indonesia Nomor 256/MPP/KEP/7/1997
- Kitab Undang-undang Hukum Perdata.
- Nasution, R. S. (2018). Analisis Yuridis Perjanjian Usaha Waralaba Berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum*, 5(2), 94-100.
- Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007
- Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-Dag/Per/3/2006
- Priyono, E. (2018). Aspek Keadilan dalam Kontrak Bisnis di Indonesia (Kajian pada Perjanjian Waralaba). *Law Reform*
- Rahmad, A., & Zubaedah, R. (2022). Tinjauan Perspektif Hukum Perdata Terhadap Perjanjian Waralaba di Indonesia. *Jurnal Ilmu Hukum dan Humaniora*, 9(1), 20.
- Soerjono S, dan Sri M. (2003). *Penelitian Hukum Normatif Suatu Tinjauan Singkat*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Widodo, S. (2016). *Karakteristik Yuridis Perjanjian Waralaba*. Kosmik Hukum