

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PENERIMA WARALABA YANG DIRUGIKAN OLEH PEMBERI WARALABA

TUTIK ASMOROWATI

Universitas Sunan Bonang
Wahidin Sudiro Husodo 798, Tuban
Email: tutikasmoro@gmail.com

Abstract

Increasingly widespread development of franchising has given a new phenomena both from the economic as well as law, specifically calls for more comprehensive regulation for the creation of legal certainty, legal protection and cooperation for mutual benefit. The research raises the issue of how the topic of legal protection for franchisees in the standard contract of the franchise agreement. The purpose of research is for about legal protection for franchisees in the standard contract franchise agreement, with descriptive qualitative research method through empirical juridical approach on the implementation of the franchise agreement. The results of this study are in the franchise agreement, in the event of damage to any of the parties, the applicable legal protection for the injured party, the injured party the right to choose a forum to identify the agency the authority to hear, can by way of consultation or kinship, arbitration, and finally then to the State court, as already stated and regulated in the Indonesian Government Regulation No. 42 Year 2007 on Franchise and Indonesian Trade Minister Regulation No. 31 / M-Dag / Per / 8/2008 on the Implementation of Franchises.

Keywords: *franchise, standard contracts, legal protection*

Abstrak

Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan kompleks dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan. Penelitian ini mengangkat topik permasalahan tentang bagaimanakah perlindungan hukum bagi penerima waralaba dalam kontrak standar perjanjian waralaba. Tujuan penelitian yaitu untuk tentang perlindungan hukum bagi penerima waralaba dalam kontrak standar perjanjian waralaba, dengan metode penelitian kualitatif deskriptif melalui pendekatan yuridis empiris tentang pelaksanaan perjanjian waralaba. Hasil dari penelitian ini adalah dalam perjanjian waralaba, apabila terjadi kerugian bagi salah satu pihak, maka berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak memilih forum untuk menentukan badan mana yang berwenang mengadili, bisa melalui jalan musyawarah atau kekeluargaan, arbitrase, dan akhirnya ke pengadilan Negeri seperti yang sudah tertera dan diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Kata Kunci: waralaba, kontrak standar, perlindungan hukum

Pendahuluan

Waralaba merupakan salah satu bentuk sistem bisnis dimana pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada 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*). Sistem ini bagi sebagian usahawan yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu perusahaan karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak lain. Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini.

Untuk itu maka mulai dikembangkanlah *franchise* (Waralaba) sebagai alternatif pengembangan usaha. Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba ini pun sesungguhnya mengandalkan para kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba. Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan, sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha pemberi waralaba proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba. *Franchise* atau waralaba dalam praktek dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dan Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba dikatakan bahwa :

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 dan atau penjualan barang dan atau jasa (Pasal 1 angka 1).

Sejak satu dekade terakhir, bisnis waralaba sangat marak di Indonesia. Banyak perusahaan dan industri, seperti makanan, salon, bengkel, apotik, pendidikan dan sebagainya dikembangkan melalui sistem yang disebut dengan istilah waralaba ini. Peluang bisnis ini sendiri sangat terbuka lebar mengingat kalangan pemilik waralaba selalu membantu pengembangan pemegang hak waralabanya dengan berbagai cara. Pewaralaba lokal pun bermunculan ikut serta meramaikan persaingan bisnis waralaba. Hal ini menunjukkan waralaba diminati oleh para pelaku bisnis dalam pengembangan usahanya. Waralaba dalam dunia perdagangan merupakan salah satu sistem yang dianggap sangat menguntungkan ini telah dibuktikan oleh berbagai perusahaan nasional maupun perusahaan berkaliber internasional.

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.

259/MPP/KEP/1997 Pasal 8 yang mengatur waralaba disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba ditentukan berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Perkembangan bisnis waralaba yang semakin marak dan kompleks dalam prakteknya telah memunculkan fenomena-fenomena baru baik dari aspek ekonomi maupun hukum khususnya yang menghendaki adanya pengaturan yang lebih komprehensif untuk terciptanya kepastian hukum, perlindungan hukum dan kerja sama yang saling menguntungkan. Hal-hal yang ditetapkan dalam suatu perjanjian merupakan hal yang diharapkan dapat ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi praktek menyimpang dari aturan yang sudah dibuat. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi.

Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada penelitian adalah Bagaimanakah perlindungan hukum bagi penerima waralaba dalam kontrak standar perjanjian waralaba dan bagaimana upaya hukum yang dilakukan oleh penerima waralaba dalam perjanjian kontrak jika penerima waralaba dirugikan.

Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami tentang perlindungan hukum bagi penerima waralaba dalam kontrak standar perjanjian waralaba, dan untuk mengetahui upaya hukum yang dilakukan oleh penerima waralaba dalam perjanjian kontrak jika penerima waralaba dirugikan. Sedangkan manfaat penelitian ini adalah memberikan tinjauan hukum dan dapat memberikan dasar dalam penentuan kebijakan perumusan peraturan waralaba di Indonesia dan bagi pelaku usaha waralaba.

Metode Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan yuridis empiris. Pendekatan yuridis empiris digunakan untuk memberikan gambaran secara kualitatif tentang pelaksanaan perjanjian waralaba.

Kajian Teori

Pengertian Waralaba

Waralaba atau dalam istilah Bahasa Inggris disebut dengan *Franchise* merupakan suatu sistem yang berkembang dari lisensi di bidang hak milik intelektual di bidang penjualan barang-barang dan jasa. Apa yang terdapat dalam kontrak lisensi biasanya juga terdapat dalam suatu kontrak *franchise*, hanya suatu kontrak *franchise* biasanya lebih luas (*comprehensif*). Hal ini karena selain *franchise* harus memproduksi barang dan jasa yang sama dengan yang dibuat oleh *franchisor* atau perusahaan induknya, juga sering sekali pula harus disajikan dan harus dipasarkan sesuai dengan cara yang dilakukan dan diminta oleh *franchisor*. *Franchise* sebagai suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara dua atau lebih perusahaan, satu pihak bertindak sebagai *franchisor* dan pihak lain sebagai *franchisee*, dimana di dalamnya diatur, bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek dan teknologi, memberikan haknya kepada *franchise* untuk melakukan kegiatan bisnis berdasarkan merek dan teknologi tersebut. Ada beberapa pendapat lain yang dikemukakan oleh para ahli mengenai pengertian atau definisi dari *franchise*. Dalam hal ini akan dikemukakan beberapa pengertian mengenai *franchise* sebagai gambaran untuk mengetahui apa itu *franchise*. Rooseno Harjowidigno mengemukakan definisi *franchise* sebagai berikut :¹⁴

¹. Rooseno Harjowidigno, *Aspek-aspek Hukum tentang Franchising*, Seminar Ikadin, Surabaya, oktober, 1993, hal 17-18

Franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis dibidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional”. Sedangkan V. Winarto menyarankan suatu pengertian waralaba atau *franchise* adalah :²“Waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relatif baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan khususnya dalam bidang usaha menyediakan produk dan jasa langsung kepada konsumen”. Sebagaimana telah disebutkan di atas *franchise* sebenarnya telah mendapat padanan kata dalam bahasa Indonesia, namun bagi yang telah terbiasa menggunakan kata *franchise* akan terasa kurang mantap bila diganti dengan kata-kata lokal yang belum sering dipakai. Pilihan kata untuk padanan *franchise* ini adalah “Waralaba” yang berarti keuntungan istimewa. Upaya menterjemahkan istilah *franchise* ke dalam bahasa Indonesia oleh V. Winarto ini patut kita hargai, karena akan memudahkan untuk lebih mengenal *franchise* Di dalam kamus ekonomi bisnis perbankan mengartikan bahwa *franchise* adalah “suatu hak tunggal yang diberikan kepada perorangan atau suatu organisasi, oleh suatu pihak lain, baik perorangan atau organisasi (perusahaan, pemerintah dan sebagainya) untuk menjalankan suatu wewenang khususnya menyangkut perbuatan dan atau penjualan di wilayah tertentu.”³

Menurut Martin Mendelsohn format bisnis *franchise* ini adalah :⁴ Pemberian sebuah lisensi (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*), lisensi tersebut memberikan hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang *franchisor*, dan untuk menggunakan keseluruhan paket yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam menjalankan bisnis dan untuk menjalankan dengan bantuan terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya”. Dari sudut pandang ekonomi *franchise* adalah hak yang diberikan secara khusus kepada seseorang atau kelompok, untuk memproduksi atau merakit, menjual, memasarkan suatu produk atau jasa. Sedangkan dari sudut pandang hukum *franchise* adalah perjanjian legal antara dua pihak dalam bekerjasama memproduksi, merakit, menjual, memasarkan suatu produk jasa. Gambaran umum sistem usaha terkait antara *franchisor* dan *franchisee*: hubungan franchise adalah hubungan terkait yang erat yang mempunyai sifat antara lain : 1) ada kepentingan bersama, 2) bersifat hubungan jangka panjang, 3) meliputi hubungan yang cukup banyak segi. 4) mempunyai interaksi hubungan yang tinggi, 5) ada sistem yang mengatur kerjasama, 6) ada keuntungan timbal balik, 7) menuju hubungan saling tergantung atau kemitraan.

Hubungan keterkaitan *franchise* ini sangat berbeda dengan bentuk hubungan yang didasarkan hanya pada tanggung jawab sosial. Dalam hubungan keterkaitan berdasarkan tanggung jawab sosial akan muncul hubungan ketergantungan. Si lemah menunggu uluran tangan dari si kuat. Tingkat kepentingan si kuat atas keberhasilan usaha si lemah sangat tipis karena lemahnya keterkaitan usaha. Hal ini tidak terjadi pada sistem *franchise* yang sehat, karena hasil dari bisnis *franchisor* sangat dipengaruhi oleh keberhasilan dari *franchisee*.⁵ Dari segi hukum *franchising* melibatkan bidang-bidang hukum perjanjian, khususnya perjanjian tentang pemberian lisensi, hukum tentang nama perniagaan, merek, paten, model dan desain. Bidang bidang hukum tersebut dapat dikelompokkan dalam bidang hukum perjanjian dan bidang hukum tentang hak milik

². *Ibid*, hal. 19.

³. T. Guritno, *Kamus Ekonomi Bisnis Perbankan*, Gajah Mada University Press, 2005.

⁴. Martin Mendelsohn, *Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*, Jakarta : IPPM, 2003

⁵. *Ibid*

intelektual (*intellectual property right*).⁶ Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259 tahun 1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba merupakan pelaksanaan dari Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 Tentang Waralaba. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini yang diberikan pengertian secara umum dari berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan usaha waralaba. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini diberikan pengertian sebagai berikut : 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. Pemberi waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba. Penerima Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba. Berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, pengertian waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Perjanjian Waralaba

Sehubungan dengan perjanjian Pasal 1313 KUH Perdata memberikan definisi sebagai berikut : “Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih” Menurut R. Setiawan, definisi tersebut kurang lengkap, karena hanya menyebutkan persetujuan sepihak saja dan juga sangat luas karena dengan dipergunakannya perkataan “perbuatan” tercakup juga perwakilan sukarela dan perbuatan melawan hukum. Beliau memberikan definisi tersebut: 1) perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum; 2) menambahkan perkataan “atau saling mengikatkan dirinya” dalam Pasal 1313 KUH Perdata.⁷ Sehingga menurut beliau perumusannya menjadi perjanjian adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Menurut RUTTEN, rumusan perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata tersebut terlalu luas dan mengandung beberapa kelemahan.⁸ R.Subekti yang menyatakan bahwa suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seseorang berjanji kepada orang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal, dari peristiwa ini timbul suatu hubungan perikatan.⁹ Dari beberapa rumusan pengertian perjanjian seperti tersebut di atas, jika disimpulkan maka untuk perjanjian terdiri dari :

a. Ada pihak-pihak

Sedikitnya dua orang pihak ini disebut subyek perjanjian dapat manusia maupun badan hukum dan mempunyai wewenang melakukan perbuatan hukum seperti yang ditetapkan undang-undang.

b. Ada persetujuan antara pihak-pihak

⁶ Juarjir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans Nasional*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2005

⁷ R. Setiawan, *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1994, hal. 49.

⁸ Purwahid Patrik, *Dasar-dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994, hal. 46

⁹ R. Subekti, *Pokok- Pokok Hukum Perdata*. Jakarta : Intermasa, 2001

Persetujuan antara pihak-pihak tersebut sifatnya tetap bukan merupakan suatu perundingan. Dalam perundingan umumnya dibicarakan mengenai syarat-syarat dan obyek perjanjian maka timbullah persetujuan.

c. Ada tujuan yang akan dicapai Mengenai tujuan para pihak hendaknya tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan tidak dilarang oleh undang-undang.

d. Ada prestasi yang dilaksanakan.

Prestasi merupakan kewajiban yang harus dipenuhi oleh pihak sesuai dengan syarat-syarat perjanjian, misalnya pembelian berkewajiban untuk membeli harga barang dan penjual berkewajiban menyerahkan barang.

e. Ada bentuk tertentu lisan atau tulisan.

Perlunya bentuk tertentu karena ada ketentuan undang-undang yang menyebutkan bahwa dengan bentuk tertentu suatu perjanjian mempunyai kekuatan mengikat dan bukti yang kuat.

f. Ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian.

Dari syarat-syarat tertentu dapat diketahui hak dan kewajiban para pihak. Syarat syarat ini terdiri syarat pokok yang menimbulkan hak dan kewajiban pokok.¹⁰

Kontrak standar adalah perjanjian yang isinya telah ditetapkan terlebih dahulu secara tertulis berupa formulir-formulir yang digandakan dalam jumlah tidak terbatas, untuk ditawarkan kepada para konsumen tanpa memperhatikan perbedaan kondisi para konsumen (Johannes Gunawan) perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir (Mariam Badruzaman). Perjanjian baku adalah perjanjian yang dipakai sebagai patokan atau pedoman bagi siapapun yang menutup perjanjian dengannya tanpa kecuali, dan disusun terlebih dahulu secara sepihak serta dibangun oleh syarat-syarat standar, ditawarkan pada pihak lain untuk disetujui dengan hampir tidak ada kebebasan bagi pihak yang diberi penawaran untuk melakukan negosiasi atas apa yang ditawarkan, sedangkan hal yang dibakukan, biasanya meliputi model, rumusan, dan ukuran.¹¹ Di Indonesia aturan hukum mengenai Waralaba (*Franchise*) belum lengkap. Indikator hal ini dapat kita cermati dari ketentuan hukum yang mengatur bisnis waralaba, yang sampai saat ini baru diatur dalam satu (1) Peraturan Pemerintah dan satu (1) Peraturan Menteri, sebagaimana disebut di atas. Pengaturan melalui undang-undang belum tersentuh oleh pemerintah. Memang ada peraturan dari Departemen teknis yang bersangkutan, namun pengaturan ini sama sekali belum memadai mengingat bisnis melalui sistem waralaba ini selalu berkembang secara dinamis sesuai perkembangan dunia usaha, dan membentuk model-model baru dalam prakteknya. Padahal kalau terjadi sesuatu yang menyangkut perjanjian mereka, maka para pihak memerlukan pranata hukum yang komperhensif sebagai panduan atau *guide lines* baik pra pembuatan perjanjian maupun pasca perjanjian. Hal ini diperlukan untuk menghindari pemegang dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak diinginkan karena belum lengkapnya perangkat hukum yang melindungi mereka. Oleh karena itu pengaturan tentang waralaba bagi para pihak yang akan menjalankan usahanya sangat ditentukan oleh perjanjian waralaba itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak. Pembuatan suatu kontrak bisnis merupakan momentum terpenting dalam suatu proses kerja sama bisnis mengingat dalam kontrak tersebut akan

¹⁰ R. Setiawan, *Op. Cit.* hal. 53

¹¹ . Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2007

dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Analisa dan Pembahasan

Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba Dalam Kontrak Standar Perjanjian Waralaba

Waralaba bukanlah suatu industri baru bagi Indonesia. Legalitas yuridisnya sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No.16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba (PP Waralaba), yang disusun dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba (KepMen Waralaba). Kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Agak berbeda dengan ketentuan mengenai *franchise* yang diatur di Amerika Serikat, mulai dari ketentuan Federal yang diatur dalam Titel 16, Chapter 1 *Federal Trade Commission (FTC), Sub Chapter D Part 436* tentang *Disclosure Requirements And Prohibitions Concerning Franchising And Business Opportunity Ventures*, maupun dalam aturan negara bagian (*State*) berdasarkan pada *Uniform Franchise and Business Opportunities Act (UFBO)*; pengaturan mengenai waralaba di Indonesia tidaklah seketat pengaturan di Amerika Serikat. Belum lama ini telah dikeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Konsep waralaba dalam hukum Indonesia menurut ketentuan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan pengertian waralaba sebagai berikut: Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Rumusan tersebut di atas tidak jauh berbeda dari rumusan yang diberikan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Rumusan mengenai waralaba tersebut dengan tegas menyatakan bahwa pemberian waralaba adalah suatu bentuk pemberian hak dan atau kewenangan dari satu pihak tertentu (Pemberi Waralaba) kepada pihak lainnya (Penerima Waralaba) untuk suatu jangka waktu tertentu, menjalankan usaha, termasuk menjual atau memperdagangkan produk-produk dalam bentuk barang dan jasa, dengan memanfaatkan atau mempergunakan Hak Kekayaan Intelektual, dengan imbalan dalam bentuk pembayaran *royalty*, sebagaimana diatur dalam perjanjian waralaba tersebut. Dengan demikian maka pada prinsipnya, 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 usaha tersebut didanai dan dikerjakan oleh pihak lain yang dinamakan Penerima Waralaba atas risiko dan tanggung jawabnya sendiri, dalam bentuk usaha sendiri, namun sesuai dengan arahan dan instruksi serta petunjuk Pemberi Waralaba.

Apabila kita cermati Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, terdapat beberapa konsep perlindungan hukum terhadap usaha waralaba, yaitu: 1) pasal 3 huruf f yang menyebutkan bahwa waralaba harus merupakan suatu hak kekayaan intelektual yang sudah terdaftar. Sehingga terdapat kepastian hukum dalam bisnis waralaba, menghilangkan keragu-raguan akan waralaba yang ditawarkan; 2) terdapatnya ketentuan yang mengharuskan dibuatnya perjanjian waralaba dalam Bahasa Indonesia; 3) keharusan pemberi waralaba untuk memberikan prospektus sebelum membuat perjanjian waralaba, sehingga sangat melindungi kepentingan calon penerima

waralaba. Adanya aturan ini memberikan ruang bagi calon penerima waralaba untuk terlebih dahulu mempelajari waralaba yang bersangkutan; 4) ada keharusan untuk mencantumkan klausula minimal dalam perjanjian waralaba, hal ini akan menciptakan keseimbangan posisi para pihak dalam perjanjian sekaligus memberikan perlindungan hukum.

Upaya Hukum yang Dilakukan oleh Penerima Waralaba dalam Perjanjian Kontrak jika Penerima Waralaba dirugikan

Perjanjian Waralaba mengatur hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba 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 sistem, 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. Kontrak waralaba merupakan suatu dokumen yang di dalamnya berisi suatu transaksi yang dijabarkan secara terperinci. Berdasarkan Pasal 4 ayat (1) dan (2) Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyebutkan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sebelum pembuatan perjanjian waralaba pemberi waralaba atau kuasanya wajib mendaftarkan prospectus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba. Pemberi waralaba juga harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba tersebut baik yang dibuat dalam bentuk otentik maupun di bawah tangan, menurut peneliti dari segi substansi perjanjian adalah merupakan perjanjian standar atau baku, hal ini salah satunya tercermin dari klausula perjanjian waralaba yang mencantumkan syarat baku yang merupakan eksklusif pemberi waralaba. Dari aspek yuridis menurut peneliti perjanjian standar atau baku dalam perjanjian waralaba tersebut, tidak bertentangan dengan asas kebebasan berkontrak, mengingat masih terdapat negosiasi antara para pihak dalam merumuskan perjanjian.

Simpulan

Perlindungan Hukum bagi penerima waralaba dalam kontrak standar waralaba sudah tertera dan diatur dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Dalam perjanjian waralaba, apabila terjadi kerugian bagi salah satu pihak, maka berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak memilih forum untuk menentukan badan mana yang berwenang mengadili, bisa melalui jalan musyawarah atau kekeluargaan, arbitrase, dan akhirnya baru pengadilan Negeri.

Daftar Pustaka

- Juarjir Sumardi, 2005. *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan TransNasional*, Bandung : PT. Citra Aditya Bhakti
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba

- Martin Mendelsohn.2003.*Franchising : Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee*. Jakarta : IPPM
- Purwahid Patrik. 1994. *Dasar-dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-Dag/Per/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba
- R. Setiawan.1987. *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung.
- Rooseno Harjowidigno.1993. *Aspek-aspek Hukum tentang Franchising*. Seminar Ikadin, Surabaya
- T. Guritno. 2005.*Kamus Ekonomi Bisnis Perbankan*. Yogya : Indo Press
- R. Subekti. 2001. *Pokok-Pokok Hukum Perdata*. Jakarta : Intermedia
- Munir Fuady. 2007. *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*. Bandung :Citra Aditya Bakti