

**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENERIMA WARALABA  
DALAM PEMBUATAN STANDAR KONTRAK**

***LEGAL PROTECTION FOR RECIPIENTS FRANCHISE  
IN MAKING THE STANDARD CONTRACT***

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister Kenotariatan (M.Kn)**

Oleh :

**LIA SALSIAH  
2013010461076**



**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS JAYABAYA  
JAKARTA  
2015**



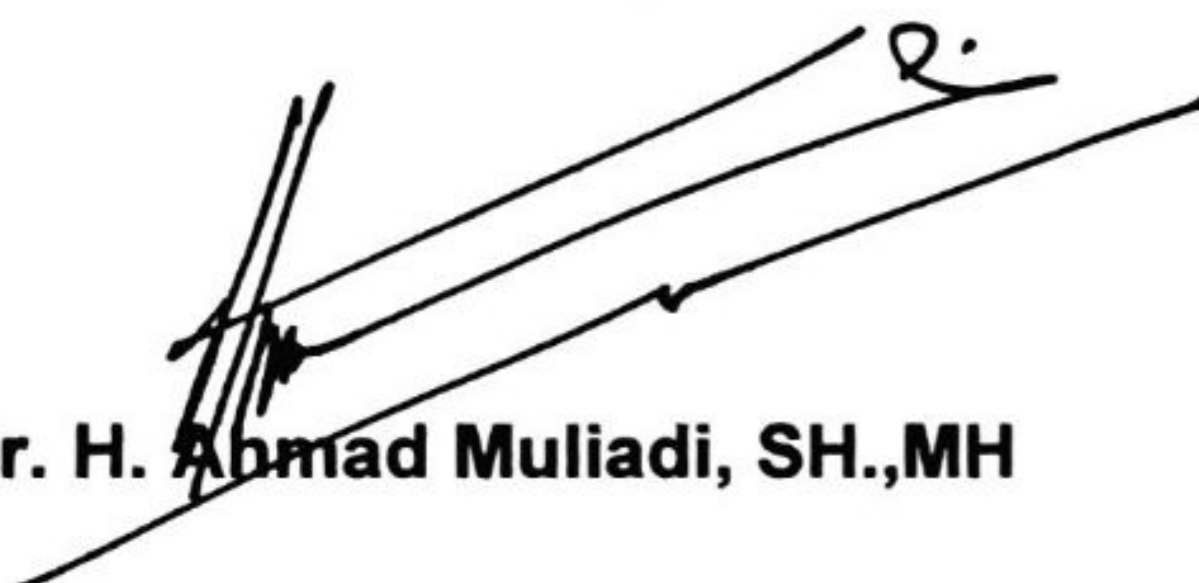
**PERLINDUNGAN HUKUM ATAS PENERIMA WARALABA  
DALAM PEMBUATAN STANDAR KONTRAK**

**TESIS**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal seperti tertera dibawah ini  
telah dipertahankan dihadapan Tim Penilai Program Studi Magister  
Kenotariatan Pascasarjana Universitas Jayabaya


Jakarta, Oktober 2015

Pembimbing I



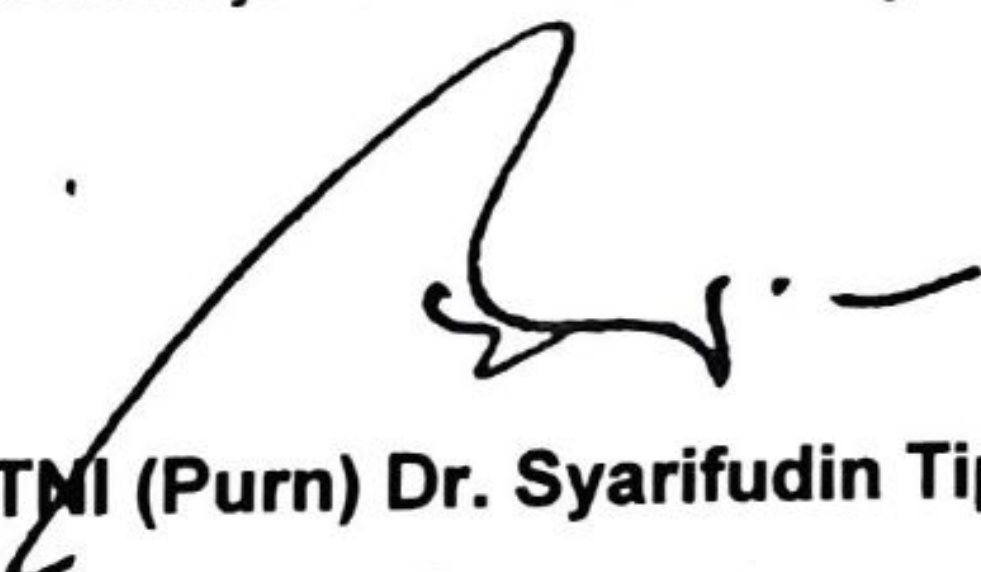
**Dr. H. Ahmad Muliadi, SH.,MH**

Pembimbing II



**Dr. Asril Sitompul, SH., LL.M**

Direktur Program  
Pascasarjana Universitas Jayabaya



**Letjen. TNI (Purn) Dr. Syarifudin Tippe, M.Si**

Ketua Program Studi  
Magister Kenotariatan



**Dr. H. Fauzie Yusuf Hasibuan, S.H., M.H.**



**PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN**  
**PROGRAM MAGISTER KENOTARIATAN**

Dengan ini, saya menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya, tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Magister, baik di Universitas Jayabaya maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi ini.

Jakarta, Oktober 2015  
Yang membuat pernyataan,



**LIA SALSIAH**







## ABSTRAK

- A. Nama : LIA SALSIAH  
B. NPM : 2013010461076  
C. Judul : Perlindungan Hukum atas Penerima Waralaba Dalam Pembuatan Standar kontrak  
D. Jumlah halaman : x + 120 halaman  
E. Kata Kunci : Perlindungan, waralaba  
F. Isi Abstrak :

Perkembangan bisnis waralaba semakin marak dan kompleks. Semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan usaha waralaba ini membawa pengaruh terhadap perkembangan pembuatan perjanjian waralaba. Oleh karena perkembangan tersebut, maka perjanjian waralaba yang dibuat sudah dalam bentuk yang dibakukan. Dengan demikian, kecil kemungkinan untuk diadakan negosiasi atas perjanjian oleh para pihak. Maka, rancangan perjanjian tersebut tentu saja tidak mencerminkan keseimbangan kedudukan hukum para pihak yang mengakibatkan kewajiban yang dipikul oleh penerima waralaba lebih besar daripada hak yang diterimanya serta terhadap kewajiban yang dipikul pemberi waralaba. Permasalahan yang hendak dikaji di dalam tesis ini adalah tanggung jawab dari pihak penerima waralaba manakala timbul kerugian pada *end user* serta perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba dalam kedudukannya sebagai pihak dalam perjanjian waralaba yang sudah dibakukan.

Metode pendekatan yang digunakan adalah yuridis normatif, yang menitikberatkan pada studi dokumen terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder, dengan spesifikasi penelitian yang deskriptif analitis, yang memberikan paparan mengenai fakta serta analisis berdasarkan teori-teori yang ada.

Hasil penelitian tesis ini adalah tanggung jawab dari pihak penerima waralaba manakala timbul kerugian pada *end user* perlu dilihat dan dikaji terlebih dahulu sehingga diketahui secara pasti mengenai penyebab kerugian tersebut. Jika kerugian ditimbulkan oleh kelalaian penerima waralaba, maka ia mempunyai tanggung jawab penuh untuk mengganti kerugian tersebut. Selain itu, perlindungan hukum yang diterima oleh pihak penerima waralaba hanya didapat melalui ketentuan kaidah memaksa yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku karena kedudukan tidak seimbang dalam pembuatan perjanjian waralaba tersebut sehingga perjanjian tersebut cenderung lebih melindungi kepentingan pemberi waralaba.

- G. Daftar Acuan : 50 Buku / 5 Peraturan Perundang-Undangan / 7 Kamus, Majalah, Tesis, Disertasi, Internet, dan lain-lain  
H. Pembimbing/Promotor : 1. Dr. H. Ahmad Muliadi, SH.,MH  
2. Dr. Asril Sitompul, SH., LL.M



## ABSTRACT

- A. Name : **LIA SALSIAH**  
B. NPM : 2013010461076  
C. Thesis Title : Legal Protection For Recipients Franchise In Making The Standard Contract  
D. Number of pages : x + 120 pages  
E. Keywords : Enforcement, Annulment Awards  
F. Summary :

*The development of franchise business increasingly widespread and complex . The rapid growth and development of the franchise have had an impact on the development of the manufacture of the franchise agreement . Because of these developments , the franchise agreement was made already in a standardized form . Thus , less likely to be held negotiations on an agreement by the parties. Thus , the draft agreement certainly does not reflect the balance of the legal position of the parties resulting obligations borne by the franchisee is greater than the rights it receives and the obligations borne by the franchisor . The problems to be studied in this thesis is the responsibility of the franchisee when incurred losses at the end user as well as the legal protection of the franchisees in his capacity as a party to the franchise agreement that has been standardized.*

*The research method used is normative, which focuses on the study documents the primary legal materials, and the specifications are descriptive analytical study, which provides exposure to the facts and analysis based on existing theories.*

*The research result of this thesis is the responsibility of the recipient *wraalaba* when incurred losses on end user needs to be seen and assessed in advance so known for certain about the cause of the loss . If the losses caused by the negligence of the franchisee , then he has the full responsibility to compensate the stretcher. In addition , legal protection received by the receiving party only obtained through a provision franchise force rules contained in the legislation in force because the position is not balanced in making the franchise agreement so *peerjanjian* is likely to further protect the interests of the franchiso*

- G. List of References : 50 Book / 5 Law / 7 Dictionaries, magazines, thesis, dissertation, Internet, etc.

- H. Supervisor / Promoter: 1. Dr. H. Ahmad Muliadi, SH.,MH  
2. Dr. Asril Sitompul, SH., LL.M







## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah S.W.T, atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Seminar Hasil Penelitian ini dengan judul **“Perlindungan Hukum atas Penerima Waralaba dalam Pembuatan Standar Kontrak”**. Penulisan Tesis ini merupakan salah satu syarat yang harus dipenuhi guna memperoleh Gelar Magister Kenotariatan (MKn) pada program Pascasarjana Universitas Jayabaya, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tesis ini masih sangat sederhana dan jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan keterbatasan kemampuan, pengetahuan, pengalaman, wawasan, dan semangat berpikir dari penulis, oleh karenanya penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, dari semua pihak untuk menghasilkan karya ilmiah yang lebih baik dimasa yang akan datang. Pada kesempatan ini Penulis ingin menghaturkan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril dan materiil kepada Penulis selama menyusun seminar Hasil Penelitian ini, pertama-tama penulis menghaturkan ucapan terimakasih yang tulus dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada Yang Terhormat Dr. H. Ahmad Muliadi, SH.,MH. selaku pembimbing I dan Dr. Asril Sitompul, SH., LL.M, selaku pembimbing II yang telah sabar dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga, perhatiannya untuk memberikan bimbingan dan telah menyumbangkan pikiran, petunjuk, dan saran-saran yang sangat berarti bagi Penulis dalam menyelesaikan penulisan Seminar Hasil Penelitian ini.

Kemudian tak lupa dengan ketulusan Penulis menghaturkan ucapan terimakasih yang tak terhingga kepada yang terhormat :

Rektor Universitas Jayabaya Prof. H Amir Santoso, M.Soc., Ph.D., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menjadi Keluarga Besar Civitas Akademika Universitas Jayabaya.



1. Direktur Program Pascasarjana Universitas Jayabaya Letjen. TNI (Purn) Dr. Syarifudin Tippe, M.Si yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengikuti pendidikan pada program Pascasarjana Kenotariatan Universitas Jayabaya.
2. Ketua Program Studi Pascasarjana Magister Kenotariatan Dr. H. Fauzie Yusuf Hasibuan, SH., MH.
3. Seluruh Dosen dan Staf program Pascasarjana Magister Kenotariatan Universitas Jayabaya, yang telah bersedia meluangkan waktu dan pemikirannya serta pelayanan yang baik bagi penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan ini dengan tepat waktu.
4. Sahabat-sahabat terkasih yang telah banyak memberikan dukungan moril dan materiil kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan ini : Hearnny, Gugum, Diah, Kiky.
5. Rekan-rekan mahasiswa/i kelas J program Pascasarjana Magister Kenotariatan Universitas Jayabaya, yang telah memberikan motivasi dan masukan baik secara langsung maupun tidak langsung sehingga penulisan ini dapat terselesaikan.
6. Kepada semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penulisan ini.

Secara khusus penulis juga menghaturkan terimakasih yang tak terhingga dan mempersembahkan Tesis ini sebagai tanda cinta dan kasih untuk seluruh keluarga, Boyke Panduwinata suami tercinta yang telah memberikan Doa, dukungan serta cinta kasih, dan anak-anak tersayang, Sangki, Bungki, Natascha, Thalia, Shanda, Darell, Qalischa, menantu, Ria Marettty, dan cucu tersayang Sabyan, dan Ibunda Tercinta Halimah serta Ibunda Mertua Albertine Supit Panduwinata, yang telah mendidik dan membesarkan penulis dan telah memberikan Doa dan dukungan tulus serta kasih sayang kepada Penulis sehingga terselesaikannya penulisan ini.



Akhir kata semoga Allah SWT selalu melimpahkan Rahmat dan karunia-Nya untuk membalas kebaikan semua pihak, Penulis sangat menyadari bahwa penyelesaian Penelitian Tesis ini jauh dari kesempurnaan meskipun demikian penulis mengharapkan kiranya penulisan tesis ini dapat memberikan manfaat bagi lingkungan Program Magister Kenotariatan pada Pascasarjana Universitas Jayabaya pada khususnya, dan masyarakat pada umumnya

Jakarta, Oktober 2015

Penulis  


**LIA SALSIAH**







## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	i
<b>PERNYATAAN</b> .....	iii
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>ABSTRACT</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Kegunaan Penelitian .....	8
E. Kerangka Pemikiran .....	9
F. Metode Penelitian .....	13
<b>BAB II HUKUM PERJANJIAN DI INDONESIA</b>	
A. Perjanjian Umum .....	17
B. Azas Hukum Perjanjian .....	27
C. Syarat-Syarat Perjanjian .....	32
<b>BAB III PERJANJIAN WARALABA DI INDONESIA</b>	
A. Perjanjian Baku .....	37
B. Perjanjian Waralaba .....	40
1. Kesepakatan Kerjasama dalam Waralaba .....	48



2.	Perjanjian Waralaba dari Sudut Pemberi Waralaba ( <i>Franchisor</i> ) .....	49
3.	Kesepakatan Kerja Sama .....	50
C.	Perjanjian Waralaba Di Indonesia .....	70
D.	Kasus Posisi .....	83
<b>BAB IV</b>	<b>ANALISIS PRAKTIK PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA DENGAN MENGGUNAKAN KONTRAK BAKU</b>	
A.	Tanggung Jawab Dari Pihak Penerima Waralaba Manakala Timbul Kerugian Pada <i>End User</i> .....	91
B.	Perlindungan Hukum Bagi Pihak Penerima Waralaba Dalam Kedudukannya Sebagai Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Yang Sudah Dibakukan .....	101
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP</b>	
A.	Kesimpulan .....	118
B.	Saran .....	119

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**







## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Salah satu visi yang diharapkan oleh banyak perusahaan adalah produk barang dan/atau jasa yang dipasarkannya dapat memasuki cakupan pasar yang lebih luas dibandingkan dengan wilayah usahanya sekarang ini. Apabila hal tersebut terjadi, maka hal ini berarti bahwa perusahaan tersebut mengalami pertumbuhan dan perkembangan. Pertumbuhan ini merupakan suatu kondisi yang menjadi tujuan bagi banyak perusahaan, bahkan seluruh perusahaan yang ada. Dengan demikian, perkembangan usaha melalui meluasnya cakupan wilayah pemasaran merupakan salah satu tolok ukur bahwa usaha tersebut sedang bertumbuh dan berkembang.

Salah satu kegiatan yang dilakukan dalam pembangunan nasional dengan tujuan kesejahteraan rakyat adalah disektor ekonomi. Berbagai terobosan dan bentuk kerjasama banyak dilakukan oleh pelaku usaha baik pemerintah maupun swasta demi meningkatkan sektor perekonomian. Salah satu bentuk terobosan yang saat ini banyak menjadi bahan perbincangan adalah kerjasama dagang dalam bentuk waralaba.

Di Indonesia telah dikenal usaha waralaba di berbagai bidang baik makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Hal ini



tergantung dari jumlah besarnya modal yang dimiliki dan sebagai negara yang berkembang. Waralaba yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh waralaba lokal walaupun tidak menutup kemungkinan waralaba asing juga dapat ditemui. Suatu bentuk kegiatan ekonomi yang baru bagi masyarakat Indonesia yang menjanjikan bentuk usaha mandiri dengan sistem pembelian merek dagang yang sudah dikenal untuk dijalankan sendiri.

Pada masyarakat itu sendiri sebenarnya telah memiliki suatu komunitas usaha yang dikembangkan oleh Pengusaha secara berkesinambungan yang telah terseleksi dan terpilih oleh masyarakat. Bagi masyarakat yang memiliki modal kecil, usaha mandiri adalah merupakan salah satu alternatif jalan untuk belajar menjalankan usaha mandiri. Jenis usaha yang menjadi pilihan bagi pengembang usaha modal kecil adalah makanan walaupun tidak menutup kemungkinan jenis usaha waralaba yang lain. Kesempatan memiliki usaha dengan modal kecil masih tetap terbuka bagi pelaku bisnis baru untuk mencoba mengembangkan usahanya di persaingan yang sudah kompleks dalam pengertian yang terlepas dari latar belakang pendidikan dan kemampuan dalam menjalankan usaha. Keinginan tersebut telah ditangkap oleh pelaku bisnis yang telah berkecimpung dalam usaha ini dengan menawarkan produk usaha dengan modal kecil tetapi dapat memperoleh untung besar. Dengan bentuk penawaran yang begitu menarik banyak para pelaku



bisnis yang baru untuk mencoba menjalankan usaha tersebut ditambah dengan modal yang terjangkau justru lebih memberikan peluang usaha yang seakan menjanjikan.

Pada dasarnya, waralaba merupakan suatu perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Pemberi waralaba dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada penerima waralaba untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan/atau jasa di bawah nama identitas pemberi waralaba dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan terlebih dahulu oleh pihak pemberi waralaba. Dengan demikian, pihak pemberi waralaba akan memberikan bantuan dalam melakukan usaha waralaba tersebut, sebagai imbalannya pihak penerima waralaba memberikan sejumlah uang yang wajib dibayarkan oleh pihak penerima waralaba.

Usaha waralaba ini sangat diminati karena banyak memberikan keuntungan dimana penerima waralaba (*franchisee*) tidak perlu lagi bersusah payah mengembangkan usahanya dengan membangun citra yang baik dan ternama. Ia cukup menumpang pada pamor yang sudah terkenal dari pemilik waralaba (*franchisor*), sehingga dengan demikian penerima waralaba (*franchisee*) yang pada umumnya adalah pengusaha kecil akan dapat menikmati kesuksesan dan keberuntungan dari pengusaha yang berskala besar tanpa harus melaksanakan sendiri suatu



riset dan pengembangan, pemasaran dan promosi yang biasanya memerlukan biaya-biaya yang sangat besar yang tidak mungkin dipikul oleh pengusaha kecil tersebut selain itu usaha waralaba ini juga mampu menyediakan lapangan pekerjaan bagi cukup banyak tenaga kerja.

Waralaba dapat ditinjau dari berbagai sudut. Dari sudut pemberi waralaba (*Franchisor*), waralaba dapat dianggap sebagai sekelompok hak milik intelektual. Dari sudut penerima waralaba (*Franchisee*), waralaba dapat dianggap sebagai paket bisnis, sedang dari sudut hukum waralaba adalah suatu kontrak atau perjanjian standard. Di mata pemerintah dan masyarakat umum waralaba dapat dipandang sebagai suatu hubungan kemitraan usaha. Selanjutnya pengertian waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relative baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan, khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.

Di Indonesia, pengembangan usaha melalui sistem waralaba telah memberikan dampak kemajuan yang pesat. Oleh karena banyaknya dampak positif yang dirasakan, banyak orang yang mulai memilih untuk mengembangkan bisnisnya melalui cara ini. Dengan demikian, banyak kita temui dalam kehidupan sehari-hari bisnis-bisnis yang dikembangkan melalui sistem waralaba.



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. Pengembangan bisnis waralaba ini tentunya membutuhkan perjanjian sebagai dasar bagi setiap hubungan hukum yang dilakukan oleh tiap orang. Perjanjian seharusnya merupakan isi kehendak yang seimbang di antara para pihak di dalam perjanjian. Akan tetapi, semakin pesatnya pertumbuhan dan perkembangan usaha waralaba ini membawa pengaruh pula terhadap perkembangan pembuatan perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak ini dikarenakan semakin berkembang pesat, maka pihak pemberi waralaba akan lebih banyak membuat perjanjian waralaba dengan calon penerima waralaba. Dengan demikian, hal ini tentunya akan merepotkan bagi pihak pemberi waralaba mengingat jumlah waktu yang dihabiskan dari mulai tahap negosiasi hingga pelaksanaan perjanjian waralaba. Oleh karena itu, untuk menghemat waktu yang dibutuhkan untuk pembuatan perjanjian, maka pihak pemberi waralaba telah mempersiapkan terlebih dahulu rancangan perjanjian waralaba. Dengan dibuatnya terlebih dahulu rancangan perjanjian tersebut, kecil kemungkinan bagi pihak penerima waralaba untuk melakukan negosiasi atas perjanjian tersebut. Oleh karena itu,



sistem yang dianut dalam perjanjian tersebut sering dikenal dengan *take it or leave it*.

Perjanjian waralaba ini tergolong perjanjian standar atau perjanjian baku dimana bentuk dan isi perjanjiannya telah ditentukan terlebih dahulu oleh pihak pemberi waralaba. Tentunya, rancangan perjanjian waralaba yang telah dipersiapkan tersebut tidak akan mencerminkan keseimbangan kedudukan hukum dari pihak pemberi dan penerima waralaba. Rancangan perjanjian tersebut tentu akan memberikan keuntungan bagi pihak pemberi waralaba dan antara perjanjian waralaba dengan penerima waralaba yang satu dengan penerima waralaba lainnya tentunya akan sama karena disusun dalam bentuk yang dibakukan. Hal ini menimbulkan suatu kesan bahwa penerima waralaba (*franchisee*) tidak dapat menentukan pilihan hukum berdasarkan kesepakatan para pihak. Dengan demikian, perjanjian waralaba yang sudah dibakukan tersebut menimbulkan permasalahan tersendiri bagi pihak penerima waralaba manakala terjadi suatu permasalahan hukum dengan *end user* atas barang/jasa objek waralaba yang dinikmatinya itu.

Dalam salah satu contoh kasus perjanjian waralaba yang digunakan sebagai penelitian telah ditentukan bahwa penerima waralaba dibebaskan dari segala tuntutan hukum yang akan timbul dikemudian hari terhadap penerima waralaba. Dalam suatu perjanjian waralaba asas kebebasan berkontrak tidak diterapkan secara sempurna bahkan



kehendak bebas tidak dapat terwujud secara mutlak namun semata-mata hanya untuk mewujudkan kepentingan umum. Hal ini berarti, terlepas dari penyebab kesalahan atau kelalaian itu terjadi, maka pihak penerima waralaba diwajibkan untuk menanggung semua ganti kerugian yang diderita oleh *end user*. Permasalahan yang timbul, manakala terjadi kesalahan yang membawa dampak sehingga *end user* meminta pertanggung jawaban dari penerima waralaba, yang mana ia hanya menerima semua yang diberikan oleh pemberi waralaba sebagaimana tertera di dalam perjanjian mereka. Hal ini tentunya menimbulkan permasalahan lain bahwa sejauh mana perlindungan hukum yang diterima oleh pihak penerima waralaba berdasarkan perjanjian waralaba tersebut.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam dengan judul **“PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP PENERIMA WARALABA DALAM PEMBUATAN STANDAR KONTRAK”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, permasalahan hukum yang akan dikaji adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggung jawab dari pihak penerima waralaba manakala timbul kerugian pada *end user*?



2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba dalam kedudukannya sebagai pihak dalam perjanjian waralaba yang sudah dibakukan?

### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menemukan dan mengkaji tanggung jawab dari pihak penerima waralaba manakala timbul kerugian pada *end user*.
2. Untuk menemukan dan mengkaji perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba dalam kedudukannya sebagai pihak dalam perjanjian waralaba yang sudah dibakukan.

### **D. Kegunaan Penelitian**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai berikut :

#### **1. Kegunaan Teoritis**

Diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran bagi pengembangan ilmu hukum dan terutama bagi pengembangan hukum bisnis, khususnya mengenai waralaba.

#### **2. Kegunaan Praktis**

Diharapkan dapat memberikan kontribusi baik kepada lembaga eksekutif maupun legislatif dalam rangka pembaharuan peraturan



perundang-undangan dalam menyelesaikan pelaksanaan praktis dan secara khusus dapat menjadi acuan konseptual bagi pemerintah dan instansi swasta untuk menyempurnakan peraturan yang berkaitan dengan waralaba. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku bisnis usaha dalam menjalankan usahanya agar memiliki pertimbangan usaha, pemikiran dalam pengembangan usaha dan bertanggung jawab atas persoalan yang timbul dengan menyelesaikan secara bijaksana menurut hukum yang telah mengaturnya serta untuk lebih memahami tahapan dan proses penyeimbangan usaha selama menjalankan usaha waralaba ini. Di samping itu, juga diharapkan dapat menjadi inspirasi bagi penelitian berikutnya untuk menemukan gagasan lebih lanjut sebagai bentuk penyempurnaan ketentuan dalam hukum bisnis di Indonesia.

#### **E. Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 (selanjutnya disebut UUD 1945) Pasal 1 ayat 3, maka Indonesia merupakan negara hukum. Dengan demikian, mengacu pada ketentuan bahwa Indonesia merupakan negara hukum, segala hal termasuk hubungan hukum yang terjadi di antara para subjek hukum, mempunyai aturan sendiri yang berlaku dan mengikat di seluruh wilayah negara Indonesia.



Hal ini sejalan dengan pendapat Hans Kelsen bahwa keabsahan suatu norma hukum bergantung pada keabsahan norma hukum yang ada di atasnya dan menjadi dasar bagi norma hukum yang dibawahnya. Lebih lanjut ia berpendapat bahwa norma hukum hanya akan sah jika dibuat berdasarkan tata cara tertentu, yaitu tata cara yang ditentukan oleh norma yang lain, dan norma tersebut menjadi dasar keabsahan norma yang dibuat kemudian, ini membuat adanya norma yang tinggi dan norma yang lebih rendah. Norma yang menentukan tata cara penyusunan suatu norma lain disebut norma yang lebih tinggi sedangkan norma yang disusun berdasarkan norma tersebut dinamakan norma yang lebih rendah.<sup>1</sup>

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang timbul seiring dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu, perjanjian waralaba ini dapat digolongkan pada perjanjian tidak bernama. Meskipun demikian, perjanjian waralaba tetap tunduk pada norma-norma dasar pembuatan suatu perjanjian sebagaimana yang telah diatur di dalam Buku III KUHPerdara.

Pembuatan perjanjian waralaba tidak terlepas pada sifat dasarnya, yaitu perjanjian. Oleh karena itu, ketentuan dasar di dalam KUHPerdara, seperti syarat-syarat sahnya perjanjian serta ketentuan mengikat dan hapusnya perjanjian tentu menjadi acuan mutlak dalam pembuatan

---

<sup>1</sup> Asril Sitompul, *Menggugat Moral Bangsa, Studi Tentang Hukum dan Moralitas*, Books Terrace & Library, Bandung, 2014, hlm. 54-55.



perjanjian waralaba. Unsur pembeda antara perjanjian waralaba ini dengan perjanjian lainnya terletak di dalam unsur essensialianya, yang mana merupakan hasil kesepakatan para pihak.

Maka, sejalan dengan teori keabsahan hukum dari Hans Kelsen sebagaimana telah dipaparkan di atas, maka pembuatan perjanjian waralaba hendaknya memperhatikan berbagai peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia sehingga mempunyai daya mengikat bagi para pihak yang membuatnya juga tetap memperhatikan hukum memaksa yang berlaku di wilayah Indonesia.

Di sisi lain, Philipus M. Hadjon mengemukakan bahwa negara Indonesia sebagai negara hukum berdasarkan Pancasila haruslah memberikan perlindungan hukum terhadap warga masyarakatnya yang sesuai dengan Pancasila. Oleh karena itu, perlindungan hukum berdasarkan Pancasila berarti pengakuan dan perlindungan hukum akan harkat dan martabat manusia atas dasar nilai Ketuhanan Yang Maha Esa, kemanusiaan, persatuan, permusyawaratan serta keadilan sosial. Nilai-nilai tersebut melahirkan pengakuan dan perlindungan hak asasi manusia dalam wadah negara kesatuan yang menjunjung tinggi semangat kekeluargaan dalam mencapai kesejahteraan bersama.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 84



Berdasarkan rumusan teori perlindungan hukum tersebut, maka sudah selayaknya pihak penerima waralaba juga memperoleh perlindungan yang sebanding dengan pemberi waralaba sehubungan dengan adanya klausula baku yang ditentukan dalam perjanjian waralaba para pihak, yang mana keberadaannya tersebut telah memberikan kedudukan hukum yang tidak seimbang bagi para pihak dalam perjanjian waralaba tersebut.

Hal ini sejalan dengan Pasal 27 ayat (2) UUD 1945, yang menyatakan bahwa tiap-tiap warga negara berhak atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan. Pasal ini berisi mengenai hak warga negara, yang meliputi hak lahir dan batin. Pasal ini menjamin agar setiap warga negara dapat hidup sebagai manusia seutuhnya, bukan hanya meliputi hak yang bersifat fisik, material, akan tetapi hak yang bersifat fisis seperti hak mendapat perasaan aman dari segala gangguan, hal mendapat penerangan agar yang bersangkutan memperoleh pengetahuan yang benar tentang segala barang dan jasa yang ditawarkan kepadanya.<sup>3</sup> Maka, pembuatan perjanjian waralaba tentunya harus memberikan pengetahuan yang terang dan benar, yang tidak hanya terhadap pemberi waralaba tetapi juga penerima waralaba sebelum para

---

<sup>3</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, Makalah disampaikan dalam Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen, Diselenggarakan oleh BPHN Departemen Kehakiman, Jakarta, pada tanggal 16-18 Oktober 1980, hlm. 62.



pihak menandatangani perjanjian tersebut sehingga memberikan perlindungan secara menyeluruh kepada penerima waralaba.

## **F. Metode Penelitian**

Metode adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati-hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian.<sup>4</sup>

### **1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode yuridis normatif, dengan menitikberatkan penelitian pada peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, khususnya peraturan yang berlaku dalam cakupan hukum bisnis, terutama waralaba.

### **2. Spesifikasi Penelitian**

Spesifikasi penelitian yang digunakan adalah deskriptif analitis yang memberikan paparan mengenai fakta, dokumen perjanjian waralaba dan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Analisis dilakukan dengan mempelajari asas-asas dan teori hukum yang relevan untuk

---

<sup>4</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007, hlm. 6



mengembangkan konsep pengembangan hukum bisnis, khususnya perjanjian waralaba.

### **3. Tahapan Penelitian**

Penelitian dilakukan melalui 2 (dua) tahap, yaitu penelitian kepustakaan (library research) dan penelitian lapangan (field research).<sup>5</sup> Penelitian kepustakaan dilakukan untuk memperoleh bahan primer seperti peraturan perundang-undangan tentang perjanjian baku, perjanjian waralaba yang berlaku di Indonesia. Sementara itu, bahan hukum sekunder berupa buku-buku teks (text book) tentang hukum perjanjian, perjanjian waralaba dan perjanjian baku serta segala hal yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Bahan hukum tersier diperoleh dari kamus hukum, bulletin, serta hasil-hasil penelitian lain yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian lapangan akan dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian wawancara dengan narasumber.

### **4. Teknik Pengumpulan Data**

Data penelitian yang dianalisis dikumpulkan melalui studi kepustakaan untuk mengumpulkan data sekunder, yaitu melakukan penelitian terhadap dokumen-dokumen yang erat kaitannya dengan perjanjian baku dan perjanjian waralaba. Selain itu, melalui wawancara dengan

---

<sup>5</sup> *ibid*, hlm. 12



mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pemberi dan penerima waralaba untuk memperoleh data primer.

#### **5. Analisis Data**

Data yang diperoleh dianalisis secara kualitatif dalam pengertian disusun secara sistematis dan lengkap untuk kemudian dianalisis dalam bentuk deskripsi dalam penggunaan rumus kualitatif, sesuai dengan permasalahan yang diteliti. Penelitian ini bersifat kualitatif, yaitu setelah data terkumpul, kemudian dikaji dan dianalisis dengan menggunakan kerangka teori yang digunakan dalam penelitian ini, selanjutnya dituangkan ke dalam konstruksi pembahasan yang logis, sistematis, filosofis dan praktis. Analisis penelitian hukum normative juga mencakup penelitian mengenai asas hukum, sistematisasi hukum, perbandingan hukum dan sejarah hukum. Penelitian ini akan menggunakan dan mengkaji data sekunder yang diperoleh melalui bahan hukum primer, bahan hukum sekunder dan bahan hukum tersier.

#### **6. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Jakarta.

#### **7. Keaslian Penelitian**

Penelitian mengenai perjanjian baku dan perjanjian waralaba ini memang telah ada dan diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Akan



tetapi, sejauh penelusuran yang telah dilakukan Penulis, penelitian yang dilakukan Penulis belum pernah dilakukan dan diteliti sebelumnya.







## BAB II

### HUKUM PERJANJIAN DI INDONESIA

#### A. Perjanjian Umum

Dalam lapangan kehidupan sehari-hari seringkali dipergunakan istilah perjanjian, meskipun hanya dibuat secara lisan saja. Tetapi di dalam dunia usaha, perjanjian adalah suatu hal yang sangat penting karena menyangkut bidang usaha yang digeluti.

Mengingat akan hal tersebut, dalam hukum perjanjian merupakan suatu bentuk manifestasi adanya kepastian hukum. Oleh karena itu hendaknya setiap perjanjian dibuat secara tertulis agar diperoleh suatu kekuatan hukum, sehingga tujuan kepastian hukum dapat terwujud. Sehubungan dengan perjanjian Pasal 1313 KUHPerdara 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.<sup>6</sup> 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.<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup>

Perjanjian adalah merupakan bagian dari perikatan, jadi perjanjian adalah merupakan sumber dari perikatan dan perikatan itu mempunyai cakupan yang lebih luas daripada perjanjian. Mengenai perikatan itu sendiri diatur dalam buku III KUH Perdata, sebagaimana diketahui bahwa suatu perikatan bersumber dari perjanjian dan undang-undang.

Oleh karena itu bahwa perjanjian itu adalah sama artinya dengan kontrak. R. Setiawan berpendapat bahwa definisi perjanjian berdasarkan Pasal 1313 KUH Perdata tersebut sebenarnya tidak lengkap, karena

---

<sup>6</sup> R. Setiawan, *Pokok-pokok Hukum Perikatan*, Bina Cipta, Bandung, 1994, hal. 49

<sup>7</sup> Purwahid Patrik, *Dasar-dasar Hukum Perikatan (Perikatan yang lahir dari perjanjian dan dari Undang-Undang)*, Mandar Maju, Bandung, 1994, hal. 46

<sup>8</sup> R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987, hal. 1.



hanya mengatur perjanjian sepihak dan juga sangat luas karena istilah perbuatan yang dipakai akan mencakup juga perbuatan melawan hukum.<sup>9</sup>

Pendapat yang senada juga diungkapkan oleh para sarjana hukum perdata, pada umumnya menganggap definisi perjanjian menurut Pasal 1313 KUH Perdata itu tidak lengkap dan terlalu luas. R. Wirjono Prodjodikoro mengartikan perjanjian sebagai suatu hubungan hukum mengenai harta benda antara kedua belah pihak, dalam mana satu pihak berhak untuk menuntut pelaksanaan janji itu.<sup>10</sup>

Sedang menurut Abdul Kadir Muhammad merumuskan kembali definisi Pasal 1313 KUH Perdata sebagai berikut, bahwa yang disebut perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan sesuatu hal dalam lapangan harta kekayaan.<sup>11</sup>

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.

---

<sup>9</sup> R. Setiawan, *Op. Cit*, hal. 49

<sup>10</sup> R. Wirjono Prodjodikoro, *Asas-asas Hukum Perjanjian*, Sumur, Bandung, 1993, hal. 9

<sup>11</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1992, hal. 78



b. Ada persetujuan antara pihak-pihak

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.



Suatu perjanjian pada umumnya telah diketahui oleh masyarakat luas karena pada dasarnya setiap perbuatan dan aktifitas yang dilakukan manusia tidak terlepas dari suatu perjanjian. Hal ini dapat terlihat dari banyaknya manusia yang membuat perjanjian setiap hari dalam kehidupannya. Contoh sederhana mengenai perjanjian dapat terlihat pada waktu kita membeli barang, atau membayar suatu jasa yang sebenarnya setiap manusia telah melakukan suatu perjanjian.

Adapun istilah lain yang sering dipersamakan dengan perjanjian adalah kontrak. Hukum kontrak merupakan terjemahan dari bahasa inggris, yaitu *contract of law*. Hukum kontrak adalah perangkat hukum yang hanya mengatur aspek tertentu dari pasar dan mengatur jenis perjanjian tertentu.<sup>12</sup> Adapun pengertian kontrak tidak disebut secara tegas dalam literatur hukum. Kontrak yang dibuat dalam hubungan bisnis memiliki sifat yang tidak berbeda dengan perjanjian, yaitu ikatan yang memiliki akibat hukum. Oleh karena kontrak merupakan kesepakatan para pihak yang mempunyai konsekuensi hukum yang mengikat, maka pengertiannya sama dengan perjanjian sekalipun istilah kontrak belum tentu sebuah perjanjian karena perjanjian tidak eksklusif sebagai istilah suatu perikatan dalam bisnis.

---

<sup>12</sup> Lawrence M Friedman, dalam Salim H.S, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik*, (Jakarta, Sinar Grafika, 2003), hlm. 3



Berdasarkan Pasal 1313 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (selanjutnya disebut KUHPerdata), suatu persetujuan adalah perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan diri terhadap satu orang lain atau lebih. Suatu perbuatan dapat berupa kesepakatan antara para pihak yang artinya semenjak adanya kesepakatan itu maka perjanjian itu berlaku sebagai hukum bagi para pihak. Dengan kata lain perjanjian pada hakekatnya merupakan hasil kesepakatan para pihak. Definisi perjanjian menurut Pasal 1313 KUHPerdata ini, hanya menyebutkan tentang pihak yang satu atau lebih mengikatkan dirinya pada pihak lainnya, dan sama sekali tidak menentukan untuk tujuan apa suatu perjanjian itu dibuat. Perumusan tersebut banyak mengundang kritik para sarjana, karena dianggap banyak mengandung kelemahan – kelemahan. Kelemahan – kelemahan yang terkandung dari pengertian perjanjian dalam Pasal 1313 KUHPerdata menurut Abdul Kadir Muhammad antara lain adalah :<sup>13</sup>

1. Hanya menyangkut pihak saja.

Hal ini dapat di lihat dari persoalan satu orang/lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang/lebih lainnya. Kata kerja mengikatkan sifatnya hanya datang dari satu pihak saja, tidak dari kedua-belah pihak sehingga tidak terdapat hak dan kewajiban dari masing-masing pihak secara timbal balik.

---

<sup>13</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Penerbit Alumni, Bandung, 1982, hlm. 78.



2. Kata perbuatan mencakup tanpa konsesus.

Dalam pengertian perbuatan termasuk juga tindakan melaksanakan tugas tanpa kuasa (*zaakwaarneming*) dan tindakan melawan hukum (*onrechtmatigedaad*) yang tidak mengandung suatu konsesus, seharusnya dipakai kata persetujuan serta kata perbuatan hukum sehingga para pihak betul-betul menghendaknya. Kata perbuatan disini dapat pula berarti suatu perbuatan materi yaitu perbuatan manusia biasa yang tidak mempunyai suatu akibat hukum.

3. Pengertian perjanjian terlalu luas.

Pengertian perjanjian di dalam pasal tersebut terlalu luas karena, mencakup janji kawin, janji yang diatur dalam lapangan hukum keluarga. Sebenarnya yang dimaksud dalam pasal ini adalah hubungan debitur dan kreditur di dalam lapangan hukum harta kekayaan saja. Perjanjian yang dikehendaki dalam Buku III KUH Perdata sebenarnya adalah perjanjian yang bersifat kebendaan bukan yang bersifat personal.

4. Tidak menyebutkan tujuan.

Di dalam perumusan masalah Pasal 1313 KUHPerdata tidak disebutkan tujuan mengadakan perjanjian sehingga pihak yang mengikatkan diri itu tidak jelas untuk apa.

Karena itu Abdul Kadir Muhammad berpendapat bahwa suatu perjanjian akan lebih luas juga tegas artinya, jika pengertian mengenai



perjanjian tersebut diartikan sebagai suatu persetujuan dengan mana 2 (dua) orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.<sup>14</sup> Sejalan dengan pendapat Abdul Kadir Muhammad, Yahya Harahap mendefinisikan perjanjian sebagai berikut :

“Perjanjian adalah suatu hubungan hukum kekayaan/ harta benda antara dua orang atau lebih, yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi.”

Lebih lanjut, menurut Yahya Harahap dari definisi perjanjian tersebut dapat diketahui bahwa suatu perjanjian menimbulkan dan berisi ketentuan-ketentuan hak dan kewajiban antara dua pihak, atau dengan perkataan lain, suatu perjanjian itu melahirkan perikatan.<sup>15</sup>

Di sisi lain, Wirjono Prodjodikoro memberikan kesimpulan mengenai perjanjian sebagai berikut :<sup>16</sup>

“Perjanjian adalah suatu perbuatan hukum mengenai harta benda kekayaan antara dua pihak, dimana suatu pihak berjanji atau dianggap berjanji untuk melakukan suatu hal, sedangkan pihak lain berhak menuntut pelaksanaan perjanjian itu.”

Sejalan dengan hal tersebut, Salim HS mengatakan bahwa perjanjian atau kontrak merupakan hubungan hukum antara subjek hukum yang satu dengan subjek hukum yang lain dalam bidang harta kekayaan, dimana subjek hukum yang satu berhak atas prestasi dan begitu juga

---

<sup>14</sup> *Ibid.*

<sup>15</sup> J. Satrio, *Hukum Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010, hlm. 5

<sup>16</sup> Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, PT. Bale, Bandung, 1981, hlm. 9



dengan subjek hukum yang lain berkewajiban untuk melaksanakan prestasinya sesuai dengan yang telah disepakati.<sup>17</sup>

Selanjutnya untuk sahnya suatu perjanjian menurut pasal 1320 Kitab Undang- Undang Hukum Perdata diperlukan empat syarat yaitu :

1. Kesepakatan (*toesteming / izin*) kedua belah pihak

Kesepakatan ini diatur dalam pasal 1320 ayat (1) Kitab Undang- Undang Hukum Perdata, yang dimaksud kesepakatan adalah persesuaian pernyataan kehendak antara satu orang atau lebih dengan pihak lainnya. Yang sesuai adalah pernyataannya, karena kehendak itu tidak dapat dilihat / diketahui orang lain.

2. Kecakapan Bertindak

Kecakapan bertindak adalah kecakapan atau kemampuan untuk melakukan perbuatan hukum. Perbuatan hukum adalah perbuatan yang akan menimbulkan akibat hukum. Orang-orang yang akan mengadakan perjanjian haruslah orang-orang yang cakap dan mempunyai wewenang untuk melakukan perbuatan hukum, sebagaimana yang ditentukan oleh undang-undang. *Bekwaam* (cakap) merupakan syarat umum untuk dapat melakukan perbuatan hukum secara sah, yaitu harus sudah dewasa, sehat akal pikiran, dan tidak dilarang oleh sesuatu peraturan perundang-undangan untuk melakukan suatu perbuatan tertentu.

---

<sup>17</sup> Salim HS, *Hukum Kontrak : Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2005, hlm. 27.



### 3. Mengenai suatu hal tertentu

Suatu hal tertentu adalah barang yang menjadi obyek dalam kontrak. Menurut Pasal 1333 KUHPerdara barang yang menjadi obyek suatu perjanjian harus tertentu, setidaknya-tidaknya harus ditentukan jenisnya. Demikian juga jumlahnya perlu ditentukan asal dapat ditentukan dan diperhitungkan.

### 4. Suatu sebab yang halal (*Geoorloofde oorzaak*)

Halal merupakan syarat keempat sebagai sahnya suatu kontrak. Pasal 1335 KUHPerdara menegaskan "jika kontrak tanpa sebab, atau kontrak karena sebab palsu atau terlarang maka tidak mempunyai kekuatan"

Secara sederhana perjanjian dapat dikelompokkan menjadi tiga unsur, yaitu :<sup>18</sup>

#### 1. Unsur esensialia

Adalah sesuatu yang harus ada, yang merupakan hal pokok sebagai syarat yang tidak boleh diabaikan dan harus dicantumkan dalam suatu perjanjian, sehingga perjanjian tanpa hal pokok tersebut tidak sah dan tidak mengikat para pihak yang membuat perjanjian tersebut. Hal-hal yang dimaksud sebagai syarat pokok atau esensialia dari suatu perjanjian adalah berbeda-beda bergantung pada jenis perjanjiannya sendiri.

---

<sup>18</sup> I.G.Rai Wijaya, *Merancang Suatu Kontrak (Contract Drafting Teori dan Pustaka)*, Kesaint Blanc, Jakarta, 2002, him. 89



## 2. Unsur naturalia

Adalah ketentuan hukum umum, suatu syarat yang biasanya dicantumkan dalam perjanjian. Tanpa pencantuman syarat yang dimaksud itu pun, suatu perjanjian tetap sah dan tidak mengakibatkan suatu perjanjian menjadi tidak mengikat. Dalam hal ini apabila syarat yang biasanya dicantumkan, kemudian ternyata tidak dimuat atau tidak diatur dalam perjanjian, maka peran undang-undang akan tampil ke depan untuk mengisi kekosongan yang terjadi.

## 3. Unsur aksidentalialia

Adalah suatu syarat yang tidak harus ada, tetapi dicantumkan juga oleh para pihak untuk keperluan tertentu dengan maksud sebagai suatu kepastian. Dan hal ini dimungkinkan oleh undang-undang atas dasar asas kebebasan berkontrak, asalkan hal tersebut tidak bertentangan dengan kepatuhan, kebiasaan dan undang-undang.

## B. Azas Hukum Perjanjian

Dalam hukum kontrak dikenal beberapa asas penting yaitu sebagai berikut :<sup>19</sup>

### 1. Asas Kebebasan Berkontrak

Asas kebebasan berkontrak dapat dianalisis dari ketentuan Pasal 1338 ayat (1) KUHPerdara, yang berbunyi : "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka

<sup>19</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 9.



yang membuatnya." Asas kebebasan berkontrak adalah suatu asas yang memberikan kebebasan kepada para pihak untuk:

- a. Membuat atau tidak membuat perjanjian
- b. Mengadakan perjanjian dengan siapapun
- c. Menentukan isi perjanjian, pelaksanaan, dan persyaratannya
- d. Menentukan bentuknya perjanjian, yaitu tertulis atau lisan.

Latar belakang lahirnya asas kebebasan berkontrak adalah adanya paham individualisme yang secara embrional lahir dalam zaman Yunani, yang diteruskan oleh kaum *Epicuristen* dan berkembang pesat dalam zaman renaissance melalui antara lain ajaran-ajaran *Hugo de Groot*, *Thomas Hobbes*. Menurut paham individualisme, setiap orang bebas untuk memperoleh apa yang dikehendakinya. Dalam hukum kontrak asas ini diwujudkan dalam "kebebasan berkontrak". Teori *laisbet fair* ini menganggap bahwa *the invisible hand* akan menjamin kelangsungan jalannya persaingan bebas. Karena pemerintah sama sekali tidak boleh mengadakan intervensi didalam kehidupan (sosial ekonomi) masyarakat. Paham individualisme memberikan peluang yang luas kepada golongan kuat (ekonomi) untuk menguasai golongan lemah. Pihak yang lemah berada dalam cengkeraman pihak yang kuat, diungkapkan dalam *exploitation de homme par l'homme*.

## 2. Asas Konsensualisme

Asas konsensualisme dapat disimpulkan dalam Pasal 1320 ayat

(1) KUHPerdara. Dalam pasal itu ditentukan bahwa salah satu syarat



sahnya perjanjian, yaitu adanya kesepakatan kedua belah pihak. Asas konsensualisme merupakan asas yang menyatakan bahwa perjanjian pada umumnya tidak diadakan secara formal, tetapi cukup dengan adanya kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan merupakan persesuaian antara kehendak dan pernyataan yang dibuat oleh kedua belah pihak.

Asas konsensualisme muncul diilhami dari hukum Romawi dan hukum Jerman. Didalam hukum Germani tidak dikenal asas konsensualisme, tetapi yang dikenal adalah perjanjian riil dan perjanjian formal. Perjanjian riil adalah suatu perjanjian yang dibuat dan dilaksanakan secara nyata (kontan dalam hukum adat). Sedangkan yang disebut perjanjian formal adalah suatu perjanjian yang telah ditentukan bentuknya, yaitu tertulis (baik berupa akta autentik maupun akta dibawah tangan). Dalam hukum Romawi dikenal istilah *contractus verbis literis* dan *contractus innominat*. Yang artinya bahwa terjadinya perjanjian apabila memenuhi bentuk yang telah ditetapkan. Asas konsensualisme yang dikenal dalam KUHPerdara adalah berkaitan dengan bentuk perjanjian.

### 3. Asas *Pacta Sunt Servanda*

Asas *pacta sunt servanda* atau disebut juga dengan asas kepastian hukum. Asas ini berhubungan dengan akibat perjanjian. Asas *pacta sunt servanda* merupakan asas bahwa hakim atau pihak ketiga harus menghormati substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak, sebagaimana layaknya sebuah undang-undang. Mereka tidak



boleh melakukan intervensi terhadap substansi kontrak yang dibuat oleh para pihak.

Asas *pacta sunt servanda* dapat disimpulkan dalam pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata, yang berbunyi : "perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang".

#### 4. Asas Iktikad Baik (*Goede Trouw*)

Asas iktikad baik dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata. Pasal 1338 ayat (3) KUHPerdata berbunyi: "perjanjian harus dilaksanakan dengan iktikad baik." Asas iktikad baik merupakan asas bahwa para pihak yaitu pihak kreditur dan debitur harus melaksanakan substansi kontrak berdasarkan kepercayaan atau keyakinan yang teguh atau kemauan baik dari pihak.

Rumusan tersebut memberikan arti bahwa sebagai sesuatu yang disepakati dan disetujui oleh para pihak, pelaksanaan prestasi dalam tiap-tiap perjanjian harus dihormati sepenuhnya, sesuai dengan kehendak para pihak pada saat perjanjian ditutup. Namun tidaklah mudah untuk menjelaskan dan menguraikan kembali kehendak para pihak, terlebih lagi jika pihak yang terkait dengan perjanjian tersebut sudah tidak ada lagi, adalah suatu badan hukum yang para pengurusnya pada saat perjanjian dibuat tidak lagi menjabat, ataupun dalam hal terjadi pengingkaran terhadap perjanjian tersebut oleh salah satu pihak dalam perjanjian. Dalam keadaan yang demikian, maka selain dapat dibuktikan dengan bukti tertulis atau adanya keberadaan saksi yang turut menyaksikan keadaan pada saat ditutupnya



perjanjian, maka pelaksanaan atau pemenuhan prestasi dalam perikatan sulit sekali dapat dipaksakan.

#### 5. Asas Personalia

Asas ini diatur dan dapat kita temukan dalam ketentuan Pasal 1315 KUHPerdara, yang berbunyi : "pada umumnya tak seorangpun dapat mengikatkan diri atas nama sendiri atau meminta ditetapkannya suatu janji selain untuk dirinya sendiri."

Dari rumusan ini dapat diketahui bahwa pada dasarnya suatu perjanjian yang dibuat oleh seseorang dalam kapasitasnya sebagai individu, subyek hukum pribadi, hanya akan berlaku dan mengikat untuk dirinya sendiri.

Pada umumnya sesuai dengan asas personalia, yang diberikan dalam Pasal 1315 KUHPerdara, masalah kewenangan bertindak seseorang sebagai individu dapat dibedakan ke dalam:<sup>20</sup>

- a. Untuk dan atas namanya serta bagi kepentingan dirinya sendiri. Dalam hal ini maka ketentuan Pasal 1131 KUHPerdara berlaku baginya secara pribadi.
- b. Sebagai wakil dari pihak tertentu. Mengenai perwakilan ini, dapat dibedakan ke dalam :
  - 1) Yang merupakan suatu badan hukum dimana orang perorangan tersebut bertindak dalam kapasitasnya selaku yang berhak dan berwenang untuk mengikat badan hukum tersebut dengan pihak ketiga. Dalam hal ini berlakulah ketentuan mengenai perwakilan

---

<sup>20</sup> Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *ibid*, hlm. 17



yang diatur dalam Anggaran Dasar dari badan hukum tersebut, yang akan menentukan sampai seberapa jauh kewenangan yang dimilikinya untuk mengikat badan hukum tersebut serta batasan-batasannya.

- 2) Yang merupakan perwakilan yang ditetapkan oleh hukum, misalnya dalam bentuk kekuasaan orangtua, kekuasaan wali dari anak dibawah umur, kewenangan kurator untuk mengurus harta pailit. Dalam hal ini berlakulah ketentuan umum yang diatur dalam buku I KUH Perdata dan Undang-Undang Kepailitan sebagaimana diumumkan dalam *staatsblad* tahun 1905 No. 217 dan tahun 1906 No. 348 yang telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang – Undang No. 1 tahun 1998 jo Undang – undang No. 4 tahun 1998 (selanjutnya disebut Undang-Undang Kepailitan).
- c. Sebagai kuasa dari orang atau pihak yang memberikan kuasa. Dalam hal ini berlakulah ketentuan yang diatur dalam Bab XIV buku III KUHPerdata, mulai dari Pasal 1792 hingga Pasal 1819 KUHPerdata.

### **C. Syarat-Syarat Perjanjian**

Dalam Pasal 1320 KUH Perdata disebutkan, untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat, yaitu:

1. **Sepakat** mereka yang mengikatkan dirinya, artinya bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian itu harus bersepakat atau setuju



mengenai perjanjian yang akan diadakan tersebut, tanpa adanya paksaan, kekhilafan dan penipuan.

2. **Kecakapan**, yaitu bahwa para pihak yang mengadakan perjanjian harus cakap menurut hukum, serta berhak dan berwenang melakukan perjanjian.

Mengenai kecakapan Pasal 1329 KUH Perdata menyatakan bahwa setiap orang cakap melakukan perbuatan hukum kecuali yang oleh undang-undang dinyatakan tidak cakap. Pasal 1330 KUH Perdata menyebutkan orang-orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian yakni:

- a. Orang yang belum dewasa.

Mengenai kedewasaan Undang-undang menentukan sebagai berikut :

1. Menurut Pasal 330 KUHPerdata: Kecakapan diukur bila para pihak yang membuat perjanjian telah berumur 21 tahun atau kurang dari 21 tahun tetapi sudah menikah dan sehat pikirannya.
2. Menurut Pasal 7 Undang-undang No.1 tahun 1974 tertanggal 2 Januari 1974 tentang Undang-Undang Perkawinan ("Undang-undang Perkawinan"): Kecakapan bagi pria adalah bila telah mencapai umur 19 tahun, sedangkan bagi wanita apabila telah mencapai umur 16 tahun.

- b. Mereka yang berada di bawah pengampunan.



- c. Orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh Undang-Undang (dengan berlakunya Undang-Undang Perkawinan, ketentuan ini sudah tidak berlaku lagi).
- d. Semua orang yang dilarang oleh Undang-Undang untuk membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Mengenai suatu **hal tertentu**, hal ini maksudnya adalah bahwa perjanjian tersebut harus mengenai suatu obyek tertentu. Suatu **sebab yang halal**, yaitu isi dan tujuan suatu perjanjian haruslah berdasarkan hal-hal yang tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban.

Syarat No.1 dan No.2 disebut dengan Syarat Subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyeknya yang mengadakan perjanjian, sedangkan syarat No.3 dan No.4 disebut Syarat Obyektif, karena mengenai obyek dari suatu perjanjian.

Apabila syarat subyektif tidak dapat terpenuhi, maka salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan. Pihak yang dapat meminta pembatalan itu, adalah pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan sepakatnya (perizinannya) secara tidak bebas.

Jadi, perjanjian yang telah dibuat itu akan terus mengikat kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian, selama tidak dibatalkan (oleh hakim) atas permintaan pihak yang berhak meminta pembatalan tersebut.



Sedangkan apabila syarat obyektif yang tidak terpenuhi, maka perjanjian itu akan batal demi hukum. Artinya sejak semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan

Ada beberapa syarat untuk perjanjian yang berlaku umum tetapi diatur di luar pasal 1320 KUHPerdara, yaitu sebagai berikut :

1. Perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik
2. Perjanjian tidak boleh bertentangan dengan kebiasaan yang berlaku
3. Perjanjian harus dilakukan berdasarkan asas kepatutan
4. Perjanjian tidak boleh melanggar kepentingan umum

Apabila kontrak dilakukan dengan melanggar salah satu dari empat prinsip tersebut, maka konsekuensi yuridisnya adalah bahwa kontrak yang demikian tidak sah dan batal demi hukum (*null and void*). Adapun Pasal 1338 ayat (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berbunyi : "semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya".

Walaupun dalam suatu perjanjian mengatur sistem terbuka / bebas (*open system*) namun tetap dibatasi oleh beberapa hal, misalnya :

1. Dibatasi undang-undang, adalah dilarang membuat perjanjian tanpa harga, perjanjian penetapan di bawah harga dan lain-lain karena menyangkut persaingan ekonomi yang tidak sehat.
2. Dibatasi untuk ketertiban umum, misalnya perjanjian pemboikotan terhadap produk, perjanjian tertutup,



3. Bertentangan dengan kesusilaan, misalnya perjanjian tentang perdagangan wanita, perjanjian tentang bentuk pertaruhan dan lain-lain.







### BAB III

## PERJANJIAN WARALABA DI INDONESIA

### A. Perjanjian Baku

Perjanjian baku disebut juga perjanjian standar, dalam bahasa Inggris disebut *standard contract*, *standard agreement*. Di Perancis digunakan *contract d'adhesion*. Perjanjian baku diartikan dari istilah yang dikenal dalam bahasa Belanda *standard contract* atau *standard voorwaarden*. Kepustakaan Jerman mempergunakan istilah *Allgemeine Geschäfts Bedingun* atau *standart vertrag*. Hukum Inggris menyebutkan *standard contract*, sedangkan Mariam Darus Badruzaman menerjemahkannya dengan istilah perjanjian baku.<sup>21</sup> Menurut Mariam Darus Badruzaman, pengertian perjanjian baku adalah sebagai berikut :<sup>22</sup>

"Perjanjian baku adalah Perjanjian yang isinya dibakukan dan dituangkan dalam bentuk formulir. Perumusan ini dilandasi dari perumusan-perumusan yang dikemukakan oleh kalangan intelektual bangsa asing, seperti Hondius dan Drooglever Fortuijn."

Perjanjian baku tersebut disebut demikian dikarenakan berisi mengenai klausul-klausul yang telah ditentukan sebelumnya oleh salah satu pihak, sehingga berisikan mengenai klausul-klausul baku.

Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen (selanjutnya disebut UU Perlindungan Konsumen), tidak memberikan rumusan pengertian dari perjanjian baku, melainkan hanya

<sup>21</sup> Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak di Luar KUH Perdata*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 145

<sup>22</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Almuni, Bandung, 1981, hlm. 49



mengatur pengertian dari klausula baku sebagaimana diatur dalam Pasal 1 angka 10, yang berbunyi sebagai berikut :

"Klausula baku adalah setiap aturan atau ketentuan dan syarat-syarat yang telah dipersiapkan dan ditetapkan terlebih dahulu secara sepihak oleh pelaku usaha dituangkan dalam dokumen dan/atau perjanjian yang mengikat dan wajib dipenuhi oleh konsumen."

Di sisi lain, Sutan Remy Syahdeni mengartikan klausula baku sebagai perjanjian yang hampir seluruh klausul-klausulnya sudah dibakukan oleh pemakainya dan pihak lain yang pada dasarnya tidak mempunyai peluang untuk merundingkan atau meminta perubahan.<sup>23</sup>

Hasanuddin Rahman mendefinisikan perjanjian baku sebagai berikut :<sup>24</sup>

"Perjanjian-perjanjian yang telah dibuat secara baku (standard form) atau dicetak dalam jumlah yang banyak dengan blanko untuk beberapa bagian yang menjadi objek transaksi, seperti besarnya nilai transaksi, jenis dan jumlah barang yang mengeluarkannya tidak membuka kesempatan kepada pihak lain untuk melakukan negosiasi mengenai apa yang telah disepakati untuk dituangkan dalam perjanjian itu."

Perjanjian baku mempunyai ciri-ciri sebagai berikut :<sup>25</sup>

1. Bentuk perjanjian tertulis
2. Perjanjian baku harus dibuat secara tertulis baik berupa akta otentik atau dibawah tangan

<sup>23</sup> Sutan Remi Syahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, 1993, hlm. 66.

<sup>24</sup> Hasanuddin Rahman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998, hlm. 159.

<sup>25</sup> Ambar Kuncoro Aji, *Makalah Perlindungan Hukum Terhadap Syarat-Syarat Dalam Perjanjian Baku Bagi Pihak Debitur*, Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2001, hlm. 4-5



3. Format perjanjian dibakukan
4. Format perjanjian yang dibakukan meliputi model, rumusan, ukuran sehingga tidak dapat diganti, diubah atau dibuat dengan cara lain karena sudah dicetak
5. Syarat-syarat perjanjian ditentukan oleh kreditur
6. Debitur hanya menerima atau menolak
7. Perjanjian baku menguntungkan kreditur.

Menurut Mariam Darus Badruzaman, perjanjian baku dengan klausula eksonerasi yang meniadakan atau membatasi kewajiban salah satu pihak (kreditur) untuk membayar ganti kerugian kepada debitur, memiliki ciri sebagai berikut :<sup>26</sup>

1. Isinya ditetapkan secara sepihak oleh kreditur yang posisinya relatif kuat daripada debitur
2. Debitur sama sekali tidak ikut menentukan isi perjanjian itu
3. Terdorong oleh kebutuhannya, debitur terpaksa menerima perjanjian tersebut
4. Bentuknya tertulis
5. Dipersiapkan terlebih dahulu secara massal atau individual.

Pada praktiknya, penggunaan perjanjian baku dapat dibedakan dalam berbagai jenis. Mariam Darus Badruzaman membedakan perjanjian baku tersebut dalam 3 (tiga) jenis, yaitu sebagai berikut :<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994, hlm. 50

<sup>27</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Pembentukan ...*, *op.cit.*, hlm. 53



1. Perjanjian baku sepihak

Adalah perjanjian yang isinya ditentukan oleh pihak yang kuat kedudukannya di dalam perjanjian itu. Pihak yang kuat di sini adalah pihak kreditur yang lazimnya mempunyai posisi (ekonomi) kuat disbanding debitur.

2. Perjanjian baku yang ditetapkan oleh pemerintah

Adalah Perjanjian baku yang isinya ditentukan oleh pemerintah terhadap perbuatan-perbuatan hukum tertentu, misalnya perjanjian-perjanjian yang mempunyai objek hak-hak atas tanah.

3. Perjanjian baku yang ditentukan di lingkungan notaris atau advokat, yang sejak semua sudah disediakan untuk permintaan dari anggota masyarakat yang minta bantuan notaris atau advokat yang bersangkutan.

## **B. Perjanjian Waralaba**

Ada beberapa cara yang dapat ditempuh dalam mengembangkan usaha secara internasional, yaitu :<sup>28</sup>

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor-impor
2. Dengan pemberian liseni
3. Melakukan *franchising* (pemberian waralaba)
4. Membentuk usaha patungan (*joint ventures*)

---

<sup>28</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, hlm. 1



5. Melakukan penanaman modal langsung (*foreign direct investment*) dengan kepemilikan yang menyeluruh atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.

Henry Campbell dalam *black's law dictionary*, mengartikan *franchise* sebagai berikut :<sup>29</sup>

*"A special privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or service. In its simple terms, a franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark.*

*More broadly stated, a franchise has evolved into an elaborate agreement under which the franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the franchisor, and the franchisor undertakes to assist the franchisee through advertising, promotion and other advisory service."*

Melalui pengertian yang diberikan Henry Campbell tersebut di atas, dapat dipahami bahwa waralaba merupakan suatu kemudahan khusus yang diberikan untuk menggunakan naman atau merek yang sudah ada untuk menjual barang atau jasa. Dengan kata lain, waralaba merupakan ijin dari pemili dari objek waralaba tersebut kepada orang lain untuk menjual barang atau jasa sehingga terlihat perkembangannya bahwa waralaba merupakan suatu kesepakatan, yang mana pihak penerima waralaba dapat menjalankan bisnis dengan cara dan prosedur yang diberikan dari pihak pemberi waralaba, serta pihak pemberi waralaba membantu penerima waralaba melalui iklan, promosi dan advis.

Istilah waralaba diperkenalkan pertama kali oleh lembaga pendidikan dan pengembangan manajemen (LPPM). Waralaba berasal

---

<sup>29</sup> *Ibid*, hlm. 7



dari kata wara artinya lebih atau istimewa dan laba artinya untung, sehingga waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa.<sup>30</sup> Waralaba atau *franchising/franchise* berasal dari bahasa Prancis yaitu *franchir* yang artinya kejujuran atau kebebasan.<sup>31</sup> Menurut ketentuan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Usaha Waralaba (selanjutnya disebut PP Waralaba), dinyatakan:

“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.”

Dari rumusan pasal tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan suatu perjanjian antara dua pihak. Oleh karena itu, sebagai perjanjian dapat dipastikan semua ketentuan dalam KUHPerdara tentang perjanjian, sahnya perjanjian dan ketentuan kebebasan berkontrak serta daya mengikatnya perjanjian. Dengan demikian, apabila pihak pemberi waralaba pihak asing, sedangkan terwaralaba adalah Indonesia, maka perjanjiannya terikat pada PP Waralaba. Dalam Pasal 1 angka 1 Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Waralaba dijelaskan pengertian waralaba, yaitu :

---

<sup>30</sup> Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008, hlm. 7

<sup>31</sup> Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009, hlm. 126.



"Waralaba (Franchise) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba."

Roosen Harjowidigdo sebagaimana disitir oleh Munir Fuady memberikan rumusan tentang waralaba sebagai berikut :<sup>32</sup>

"Franchise adalah suatu sistem usaha dalam bidang perdagangan atau jasa, mempunyai ciri khas bisnis tersendiri, baik mengenai jenis dan bentuk produk yang diusahakan, identitas perusahaan (merek dagang, logo, desain bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional."

Sementara itu, Hadi Setia Tunggal mendefinisikan waralaba adalah suatu pengaturan bisnis dimana sebuah perusahaan pemberi waralaba memberikan hak kepada pihak independen penerima waralaba untuk menjual produk atau jasa perusahaan tersebut dengan peraturan yang ditetapkan pemberi waralaba.<sup>33</sup>

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *Franchisor* bagi para *Franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *Franchisee* dan *Franchisor*, misalnya hak teritorial yang dimiliki *Franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *Franchisee* kepada *Franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama

<sup>32</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2002.

<sup>33</sup> Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Pewaralabaan*, Harvindo, Jakarta, 2006, hlm. 1



perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *Franchisee* dengan *Franchisor*.

Pada dasarnya waralaba berkenan dengan pemberian izin oleh seorang pemilik waralaba (*Franchisor*) kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi untuk menggunakan hak-hak pemilik waralaba yang berada dibidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadangkala disebut dengan pemberian izin lisensi.

Perjanjian *lisensi* biasa tidak sama dengan pemberian (perjanjian) lisensi waralaba. Kalau pada pemberian (perjanjian) lisensi biasanya hanya meliputi pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu. Sedangkan pada waralaba, pemberian izin lisensi meliputi pelbagai macam hak milik intelektual, Keseluruhan hak-hak milik intelek bahwa alai-alai dibeli atau disewakan darinya. Selain yang disebut diatas perjanjian waralaba (*Franchising*).

Pemberian *lisensi* hukum tentang perniagaan, merek, model, desain dan sebagainya. Bidang-bidang hukum itu dapat dikelompokkan dalam bidang hukum perjanjian dan dalam bidang hukum tentang hak milik intelektual. Selanjutnya bagaimana format perjanjian waralaba ? Apakah bentuknya harus otentik dalam akta notaris? PP Waralaba tidak menjelaskannya. Hanya saja dalam Peraturan Pemerintah *aquo* ditentukan, perjanjian waralaba dibuat tertulis dalam bahasa Indonesia. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan,



perjanjian waralaba tidak perlu dalam bentuk akta notaris. Para pihak dapat membuat sendiri dengan cara di bawah tangan, dengan mengikuti ketentuan KUHPerdata. Namun demikian, agar terjamin kepastian hukumnya, menurut penulis maka perjanjian waralaba tersebut dibuat dalam bentuk akta otentik yang dibuat secara notaril di hadapan Pejabat Notaris. Selanjutnya menurut PP Waralaba mewajibkan Pemberi waralaba sebelum mengadakan perjanjian dengan Penerima waralaba untuk memberikan keterangan menyangkut kegiatan usahanya, hak atas Haki-nya, hak dan kewajiban masing-masing pihak, persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba, pengakhiran perjanjian, pembatalan dan perpanjangan perjanjian. Keterangan-keterangan berikut perjanjian waralaba tersebut harus didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 hari sejak berlakunya perjanjian waralaba. Bila tidak dilakukan, maka pencabutan izin usaha perdagangan (SIUP) dapat dilakukan. Sebagai pelaksana Peraturan Pemerintah, Pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan menerbitkan keputusan No: 259/ MPeraturan Pemerintah/ Kep/7/1997 yang antara lain mengatur tentang jangka waktu perjanjian waralaba. Selain itu, disyaratkan pula untuk mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa sesuai perjanjian waralaba. Di dalam Undang-Undang Merek No 15 tahun 2001 sendiri tidak diatur secara khusus tentang waralaba, hanya dalam Pasal 43 ayat (1) dikatakan,



pemilik merek terdaftar berhak memberikan *lisensi* kepada pihak lain untuk memakai merek tersebut dengan perjanjian dan wajib didaftarkan ke Direktorat Jenderal HAKI.

Selain itu 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. Seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berada dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari pemberi waralaba. Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Dalam hal ini peraturan perundang-undangan yang memiliki hubungan dengan *franchisee* adalah:



1. Pasal 1338 dan Pasal 1320 KUHPerdara;
2. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang;
3. Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 Tentang Paten;
4. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek;
5. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Usaha Waralaba;
6. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/kep/ XI/1988 tentang Kegiatan Perdagangan;

Asas kebebasan berkontrak tidak diterapkan secara sempurna dalam perjalanan waralaba (*Franchise*) bahkan kehendak bebas tidak dapat terwujud secara mutlak namun semata-mata hanya untuk mewujudkan kepentingan umum. Dalam perjanjian waralaba (*Franchise Agreement*) yang tersisa dari penerapan asas kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan pihak *Franchisor* untuk menentukan atau memilih partner bisnis sebagai *Franchisee*, karena kebebasan menentukan isi dan bentuk perjanjian sudah tidak ada lagi dengan dituangkannya *Franchisee Agreement* dalam bentuk perjanjian baku. Bagi *Franchisor* perjanjian baku (*standart form contract*) karena keinginan penyeragaman (*uniformnity*), kedayagunaan (efisiensi) dan pengawasan (*control*) yang lebih mudah. Hal ini sebagai bentuk perlindungan pemerintah terhadap pihak yang lemah (*Franchisee*), berdasarkan Pasal 4 ayat (1) dan (2) PP Waralaba dibuat dalam bentuk tertulis antara *Franchisor* dan *Franchisee*. *Franchisee* perlu memperoleh perlindungan hukum dari pemutusan perjanjian secara sewenang-wenang *Franchisor*. Jika terjadi pemutusan



perjanjian sepihak, *Franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *Franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *Franchise agreement*

Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 259/M/PERATURAN PEMERINTAH/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 menentukan jangka waktu minimal 5 tahun bagi masa berlakunya perjanjian waralaba. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *Franchisor* sebagai pemberi waralaba, maka sebelum *Franchisor* menentukan *Franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan *Franchisee* lama, termasuk persoalan ganti rugi. Apabila permasalahan ini belum terselesaikan maka tidak akan diterbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk *Franchisee* yang berdasarkan Pasal 8 Kep Memperindag disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba berlaku paling sedikit selama 5 (lima) tahun. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *Franchisor*, maka sebelum menunjuk *Franchisee* yang baru harus diselesaikan terlebih dahulu segala permasalahan yang timbul dengan *Franchisee* yang lama termasuk persoalan ganti rugi sehingga sebelum permasalahan ini diselesaikan, maka tidak akan diterbitkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) untuk *Franchisee* yang baru.

### **1. Kesepakatan Kerjasama dalam Waralaba**

Dalam perjanjian tentang waralaba harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut:<sup>34</sup>

---

<sup>34</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis*, Cetakan Kedua, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003, hlm. 80



- a. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba yang disahkan secara hukum;
- b. Kesepakatan kerjasama ini menjelaskan secara rinci segala hak, kewajiban dan tugas dari pemberi waralaba (*Franchisor*) dan penerima waralaba (*Franchisee*);
- c. Masing-masing pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk beberapa negara diajarkan syarat, untuk mendapatkan nasihat dari ahli hukum yang kompeten, mengenai isi dari perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya;
- d. Tiga prinsip dari suatu perjanjian waralaba:
  - 1) Harus jujur dan jelas;
  - 2) Tiap Pasal dalam perjanjian harus adil;
  - 3) Isi dari perjanjian dapat dipaksakan berdasarkan hukum.

Setiap perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda. Sebab perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda.

## **2. Perjanjian Waralaba dari Sudut Pemberi Waralaba (*Franchisor*)**

Dalam kebanyakan sistem waralaba, pemwaralaba mempunyai hak atas:

- a. Logo merk dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek dan atau nama tersebut;



- b. Format/pola usaha, yaitu suatu sistim usaha yang terekam dalam bentuk "buku pegangan" (manual), yang sebagian isinya adalah rahasia usaha;
- c. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, disain, dan program khusus;
- d. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas yang dapat dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam UU Hak cipta.

Dengan hal yang dimiliki tersebut di atas pengwaralaba / *Franchisor* mencantumkanannya dalam perjanjian waralaba / *Franchise agreement* sehingga perjanjian tersebut mempunyai sifat sebagai berikut:

- a. Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (*legal agreement*);
- b. Memberi kemungkinan pemberi waralaba / *Franchisor* tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format / pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut;
- c. Memberi kemungkinan pemberi waralaba / *Franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya;
- d. Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh penerima waralaba / *Franchisee*.

### **3. Kesepakatan Kerja Sama.**

Walaupun suatu kesepakatan kerja sama adalah antara dua pihak yang bersepakat, namun dalam isi kesepakatan tersebut paling tidak ada dua pihak lain yang terkena pula dampaknya, yaitu:



- a. *Franchisee* lain dalam sistim pemberi waralaba (*Franchising system*) yang sama;
- b. Konsumen atau klien dari penerima waralaba (*Franchisee*) maupun masyarakat umumnya

Penerima waralaba lain dalam sistim pemberi waralaba (*Franchising*) yang sama berharap bahwa pemberi waralaba yang baru menjadi anggota akan menjaganya dari seluruh sistim dengan menepati standar yang telah menyebabkan seluruh sistim berhasil. Konsumen atau masyarakat pada umumnya mengharapkan adanya produk atau jasa yang konsisten/standar yang diterimanya di tempat lain. Dalam isi kerja sama dalam sistem waralaba (*Franchise*) dikembangkan suatu yang khas tentang kerja sama yang merupakan hal dan tidak terdapat dalam sistim yang lain. Ini merupakan sekaligus kekuatan dari sistim waralaba yang dikembangkan. Jadi disamping adanya kekhasan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen akhir, seorang pemberi waralaba (*Franchisor*) juga mengembangkan paket usaha yang tertuang diantaranya secara rinci dalam perjanjian waralaba (*Franchise agreement*) yang harus unik dan menarik bagi calon "pembelinya", yaitu pemberi waralaba (*Franchisee*).

Secara garis besar pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut:

1. Hak yang diberikan oleh pemwaralaba (*Franchisor*) pada pemberi waralaba (*Franchisee*). Hak yang diberikan meliputi antara lain



penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau Hak Merk Dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada;

2. Kewajiban dari pemberi waralaba (*Franchisee*) sebagai imbalan atas hak yang diterima dan kegiatan yang ditidakukan oleh pemwaralaba (*Franchisor*) pada saat pemberi waralaba (*Franchisee*) memuaii usaha maupun selama menjadi anggota dari sistim waralaba (*Franchise*);
3. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak pemberi waralaba (*Franchisee*) kepada pihak lain. Bila pemberi waralaba tidak ingin meneruskan sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain maka suatu tata cara perlu disepakati sebelumnya;
4. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak.

Menurut IFA terdapat 4 (empat) jenis *Franchise* mendasar yang biasa digunakan di Amerika Serikat:<sup>35</sup>

#### 1. *Product Franchise*

*"Manufacturers use the product franchise to govern how a retailer distributes their product. The manufacturer grants a store owner by the manufacturer and allows the owner to use the name and trademark owned by the manufacturer. The store owner must pay a*

<sup>35</sup> [http:// Nwww/betheboss.comvPF2/gstarted/f101/fourtype.htm](http://Nwww/betheboss.comvPF2/gstarted/f101/fourtype.htm), from the book titled *The Franchise 'Opportunities Handbook* by LaVer ne Ludden, Copyright 2006, JIST Works, Inc., Indianapolis, IN



*fee or purchase a minimum inventory of stock in return for these rights. Some tire stores are good examples of this type of franchise."*

(Terjemahan bebas "Produsen menggunakan' *Product Franchise* untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contoh terbaik dari jenis *franchise* ini adalah toko ban yang menjual produk dari *Franchisor*, menggunakan Nama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh *Franchisor*."<sup>36</sup>

## 2. *Manufacturing Franchises*

*"These types of franchises provide an organization with the right to manufacture a product and sell it to the public, using the Franchisor's name and trademark. This type of franchise is found most often in the food and beverage industry. Most bottlers of soft drinks receive a franchise from a company and must use its ingredients to produce, bottle, and distribute the soft drinks."* (Terjemahan bebas : "jenis *Franchise* ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek *Franchisor*. Jenis *Franchise*

<sup>36</sup> Johanes Ibrahim, *Op. Cit* Hal 125



ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman. Kebanyakan pembuat minuman botol menerima *Franchise* dari perusahaan dan harus menggunakan bahan baku (menurut penulis, bahan baku yang dimaksud adalah bahan yang sama jenisnya seperti yang digunakan oleh *Franchisor*) untuk memproduksi, mengemas dalam botol dan mendistribusikan minuman tersebut."<sup>37</sup>

### 3. *Business Opportunity Ventures*

*"These ventures typically require that a business owner purchase and distribute the products for one specific company. The company must provide customers or accounts to the business owner, and, in return, the business owner pays a fee or other consideration as compensation. Examples include vending machine routes and distributorships."*

(Terjemahan bebas - dari penulis): "Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis, dan sebagai timbal-baliknya pemilik bisnis harus membayarkan suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya. Contoh: perusahaan mesin-mesin penjualan otomatis atau distributorship."<sup>38</sup>

### 4. *Business Format Franchising*

*"This is the most popular form of franchising. In this approach, a company provides a business owner with a proven method for*

<sup>37</sup> Johannes Ibrahim, *Ibid*, Hlm. 126

<sup>38</sup> Johannes Ibrahim, *Ibid*.



*operating a business using the name and trademark of the company. The company will usually provide a significant amount of assistance to the business owner in starting and managing the company. The business owner in starting and managing the company. The business owner pays a fee or royalty in return. Typically, a company also requires the owner to purchase supplies from the company."*

(Terjemahan bebas - dari penulis): Ini merupakan bentuk *Franchising* yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan Nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis untuk memulai dan mengatur perusahaan. Sebaliknya, pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau *royalty*. Kadang-kadang, perusahaan juga mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli persediaan dari perusahaan.<sup>39</sup>

Sedangkan menurut Pedoman Pelaksanaan Keterkaitan Kemitraan di Bidang Industri Kecil, menurut Pedoman Pelaksanaan Keterkaitan Kemitraan di Bidang Industri Kecil yang diterbitkan oleh Direktorat Jenderal Pembinaan Pengusaha Kecil, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil pada tahun 1995, terdapat 3 (tiga) tipe *Franchise*:

---

<sup>39</sup> Johannes Ibrahim, *Ibid*, Hlm. 126-127



### 1. *Product Franchise*

*Franchisor* menghasilkan/ memproduksi suatu produk/ jasa yang dipasarkan oleh *franchisee*. Dalam tipe ini *franchisee* menyediakan/ membentuk "outlet" untuk memasarkan produk yang dihasilkan *Franchisor*. Contoh: keagenan sepatu, pabrik sepatu X menghasilkan/ memproduksi sepatu, lalu *franchisee* membuat "outlet" untuk memasarkan sepatu-sepatu tersebut sesuai dengan petunjuk *Franchisor*.

### 2. *Business Opportunity Ventures*

*Franchisee* mendistribusikan produk/ jasa yang dihasilkan *Franchisor*. Dalam pendistribusian produk/jasa tersebut, *franchisee* mengikuti sistem yang ditetapkan *Franchisor*, akan tetapi tidak menggunakan merek dagang *Franchisor*. Contoh: dealer kendaraan bermotor (mobil/ sepeda motor) A, dealer kendaraan bermotor serta menjual produk dari pabrik tertentu. A, di dalam memasarkan produk menggunakan nama dan merek dagang *Franchisor* serta mematuhi sistem yang ditetapkan oleh *Franchisor*.

### 3. *Business Format franchising*

*Franchisee* diberi lisensi untuk memasarkan produk/jasa milik *Franchisor* sesuai dengan produk/jasa milik *Franchisor* sesuai dengan sistem yang ditetapkan dan menggunakan merek dagang/ nama perusahaan *Franchisor*. Contoh: hotel, *real estate*, *fast food*. Jenis



penggolongan *Franchise* yang akan dipakai sebagai pedoman dalam tulisan ini, yakni penggolongan yang diberikan oleh FTC Amerika. Jenis penggolongan *Franchise* yang diberikan FTC Amerika, merupakan pembagian yang lengkap dan mewakili semua jenis *Franchise* yang dikenal serta masyarakat. Selain itu, kriteria dari jenis-jenis *Franchise* yang diberikan oleh FTC Amerika pemaparannya tergambar dengan jelas. Kerjasama bisnis *Franchise* merupakan suatu pola yang perkembangannya pesat di bidang bisnis perdagangan baik barang maupun jasa. Apabila *Franchise* dikatakan sebagai pola baru, tentu saja terdapat perbedaan dengan pola lama. Terdapat beberapa pola bisnis yang dapat dikatakan mirip dengan *Franchise*, contohnya: keagenan, *distributorship*.

Agen adalah seseorang atau suatu badan hukum yang usahanya menjadi perantara yang diberi kuasa untuk melakukan perbuatan tertentu, misalnya agen melakukan transaksi atau inembuat perjanjian dengan pihak ketiga untuk dan atas nama prinsipal, atas perbuatannya itu agen mendapatkan imbalan. Agen bukan karyawan prinsipal, ia hanya melakukan perbuatan tertentu/mengadakan perjanjian dengan pihak ketiga dan pada pokoknya agen merupakan kuasa prinsipal.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Laporan Pengkajian Tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Tahun 2002/2003.



Hubungan keagenan menurut Donnell, Barnes dan Metzger dalam buku *Law for Business* timbul dalam hal:<sup>41</sup>

"... when two people agree that one (the agent) shall act for the benefit of the other (the principal) and under the principal's direction."

Fungsi agen adalah sebagai perantara yang menjual barang/jasa untuk dan atas nama prinsipal. Agen mendapatkan komisi berdasarkan hasil penjualan barang/jasa dari prinsipal. Barang yang dipesan akan dikirim langsung oleh prinsipal kepada pembeli dan pembayaran langsung dilakukan kepada prinsipal. Tadi hubungan hukum yang terjadi dalam keagenan adalah antara prinsipal dengan pihak ketiga, jadi kriteria utama untuk dapat dikatakan adanya suatu keagenan adalah adanya wewenang yang dimiliki oleh agen untuk bertindak untuk dan atas nama prinsipal.

Prinsipal akan bertanggung jawab atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh seorang agen, asalkan agen bertindak dalam batas-batas wewenang yang diberikan kepadanya. Sebaliknya, bila agen bertindak di luar batas kewenangannya maka prinsipal tidak bertanggung jawab atau tindakan agen bersangkutan, karena itu prinsipal merupakan pihak yang bertanggung jawab atas resiko yang terjadi terhadap pihak yang dirugikan akibat hubungan keagenan ini. Sebaliknya, agen dapat dituntut pula untuk menanggung resiko yang

---

<sup>41</sup> Donnell, et al., *Law for Business*, Richard D. (Irwin Inc., USA, 1980), Hal 253.



terjadi akibat hubungan keagenan ini apabila dapat dibuktikan bahwa agen telah bertindak di luar batas kewenangannya.

Distributor adalah suatu badan hukum (distributor dapat pula tidak berbentuk badan hukum - tambahan pendapat oleh penulis) yang ditunjuk oleh prinsipal untuk membeli barang-barangnya dan memasarkan serta menjualnya dalam wilayah tertentu, tetapi ia bertindak untuk dan atas namanya sendiri dan segala akibat perbuatannya ditanggung sendiri.<sup>42</sup>

Pada dasarnya pokok-pokok aturan tentang hubungan hukum distributor dan prinsipal dapat tunduk pada Pasal 1457 KUHPerdara dan seterusnya mengenai Jual Beli. Setelah diuraikan mengenai pengertian agen dan distributor maka dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa pada dasarnya agen berbeda dengan distributor. Perbedaannya antara distributor dan agen terletak dalam hal tanggung jawab terhadap pihak ketiga.

Di satu pihak, seorang distributor bertindak untuk dan atas nama sendiri maka dalam hal melakukan suatu perbuatan ia sendiri bertanggung jawab sepenuhnya untuk tindakannya. Di lain pihak, seorang agen bertindak untuk dan atas nama prinsipal dan karena itu maka segala perbuatan agen yang masih dalam batas kewenangannya sepenuhnya menjadi tanggung jawab prinsipal.

---

<sup>42</sup> Rooseno Harjowidigdo, "Beberapa Aspek Hukum Franchising", Seminar Sehari Aspek - aspek Hukum Tentang Franchising, diselenggarakan oleh KADIN Cabang Surabaya, Surabaya, 23 Oktober 2003.



Kerjasama bisnis dengan cara *Franchise* paling tidak akan melibatkan 2 (dua) pihak, yaitu pihak yang memberikan haknya untuk membuka unit usaha yang serupa (*Franchisor*), kepada pihak lain yang menerima hak itu (*franchisee*). Pola *Franchise* pada dasarnya merupakan sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi yang diclasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara para pelaku yang terpisah baik dari segi hukum maupun keuangan. *Franchisor* memberikan hak untuk menggunakan nama dagang *Franchisor*, dan atau merek dagang, dan atau merek jasa, know-how, bisnis, metode teknis, sistem prosedural dan atau hak milik intelektual dan industrial yang didukung oleh bantuan teknis dan komersial secara terus menerus pada *franchisee*, dan untuk itu membebaskan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *Franchisor*. Untuk semua hal itu *Franchisor* berhak mendapatkan imbalan berupa *Initial Fee*, *Royalty*, dan biaya-biaya lain.

Resiko yang terjadi akibat hubungan *Franchise* ini berada di pihak *franchisee*, karena pada dasarnya *franchisee* merupakan pihak yang mandiri di dalam menjalankan bisnis *franchise*. Terdapat kekecualian dalam hal tanggung jawab ini, yakni dapat saja beralih kepada pihak *Franchisor* apabila memang diperjanjikan sebelumnya. Contoh: *Franchisor* suatu *franchise* yang menjual fried chicken mengharuskan *franchisee*-nya untuk membeli bumbu ayam tersebut kepada *Franchisor*. Diperjanjikan apabila terjadi kerugian. terhadap pihak ketiga (dalam hal ini konsumen) yang diakibatkan kerusakan



bumbu maka *franchisee* terbebas dari tanggung jawab, jadi tanggung jawab ditanggung oleh *Franchisor*. *Franchisee* biasanya diartikan sebagai suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 atau lebih perusahaan, satu pihak bertindak sebagai *Franchisor* dan pihak lain sebagai *franchisee*, di mana di dalamnya diatur, bahwa pihak *Franchisor* sebagai pemilik suatu merek dan know-how, memberikan haknya kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan bisnis berdasarkan merek dan *knowhow* itu.<sup>43</sup>

Jadi pada dasarnya pola bisnis dengan keagenan, distributorship, dan Franchise mempunyai beberapa persamaan, yakni: ketiga pola ini bergerak dalam pendistribusian barang dan jasa, serta hingga saat ini diatur secara umum berdasarkan Buku III KUH Perdata.

Objek dalam perjanjian *franchise* adalah lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh *Franchisor* kepada *franchisee*. Berdasarkan kriteria tersebut, maka lisensi dibagi menjadi tiga macam:<sup>44</sup>

1. *Licence exchange contract*, yaitu perjanjian antara para pesaing yang bergerak dalam kegiatan yang sama atau memiliki hubungan yang erat, sehingga disebabkan masalah-masalah teknis, mereka tidak dapat melakukan kegiatan tanpa adanya pelanggaran hak-hak termasuk hak milik perindustrian dari pihak lain.

---

<sup>43</sup> Rooseno Harjowidigdo, *Ibid*

<sup>44</sup> Handri Raharjo, *Op. Cit.*, Hal. 135



2. *Retum contract*, artinya perjanjian ini tampak dari luarnya saja sebagai perjanjian lisensi, namun sebenarnya bukan perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya. Perjanjian tersebut dibuat semata-mata untuk tujuan penyelundupan pajak, dengan cara seolah-olah suatu cabang perusahaan di suatu negara tertentu membayar royalti kepada perusahaan induknya di negara lain.
3. Perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya, tanpa *camouflaging effects* sebagaimana diuraikan di atas.

Pemberian lisensi dalam *franchise* seyogianya digolongkan sebagai lisensi dalam arti yang sebenarnya. Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memerhatikan hukum Indonesia.

Selanjutnya yang menjadi subjek hukum dalam perjanjian *franchise*, yaitu:<sup>45</sup>

1. *Franchisor/pemberi waralaba*, adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/ atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Dengan kata lain, perusahaan yang memberikan lisensi, berupa paten, merek perdagangan, merek jasa, maupun lainnya kepada *franchisee*.
2. *Franchisee / penerima waralaba*, adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi

---

<sup>45</sup> Loc. Cit.



waralaba. Dengan kata lain, perusahaan yang menerima lisensi dari *Franchisor*.

3. Pihak-pihak yang kena dampaknya dari perjanjian *franchise*:
  - a) *Franchisee* lain dalam *system franchise (franchising system)* yang sama.
  - b) Konsumen atau klien dari *franchisee* maupun masyarakat pada umumnya.

Selanjutnya mengenai kriteria sebuah waralaba sebagaimana ditentukan dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, sebuah waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Memiliki ciri khas usaha;
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan. Maksudnya, menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat – kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/ atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. Artinya, standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*standard operational procedure*);



4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan. Artinya, mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba;
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan. Artinya, adanya dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi.
6. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar. Artinya, adanya hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha, seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Kewajiban dari pihak *Franchisor* adalah menyerahkan lisensi kepada *franchisee*. Sedangkan yang menjadi haknya adalah sebagai berikut:<sup>46</sup>

- a. Logo merek dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek atau nama tersebut.
- b. Format / pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk buku pegangan (*manual*), yang sebagian isinya dalam rahasia usaha.

---

<sup>46</sup> Salim HS, *Op. Cit.* hlm. 178



- c. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain, dan program khusus.
- d. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas bisa dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam Undang-Undang Hak Cipta. Hak *franchisee* adalah menerima lisensi, sedangkan kewajibannya adalah membayar royalti kepada *Franchisor* dan menjaga kualitas barang dan jasa yang di *franchisee*.

Selanjutnya mengenai jangka waktu berlakunya perjanjian *franchisee*, telah ditentukan bahwa meskipun para pihak diberikan kebebasan untuk menentukan jangka waktu berakhirnya kontrak *franchisee* (waralaba), namun pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurang – kurangnya 5 (lima) tahun dan jangka waktu itu dapat diperpanjang, hal ini diatur dalam Pasa 1 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usaha tersebut gagal, namun ia yang pertama kali memperkenalkan format bisnis ini di Amerika Serikat. Kemudian caranya ini diikuti oleh pihak pemberi waralaba lain yang lebih sukses, seperti John S. Pemberton, pendiri coca cola. Namun



menurut sumber lain, yang mengikuti singer kemudian bukanlah coca cola, melainkan sebuah industri otomotif Amerika Serikat, yaitu General Motors Industri di tahun 1898.<sup>47</sup>

Waralaba saat ini lebih didominasi oleh waralaba rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka restaurant cepat sajanya. Tahun 1935, Howard Deering Jihson bekerja sama dengan Reginarld Sprague untuk memonopoli usaha restaurant modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran. Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi waralaba sebagai format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai waralaba generasi kedua.<sup>48</sup>

Aktivitas perjanjian waralaba (*franchise*) dalam bentuknya yang banyak ditemui saat ini merupakan suatu fenomena bisnis yang baru. Sistem ini sudah dipakai di Indonesia walaupun belum ada badan yang menampung atau mengikuti perkembangan bidang ini. Meskipun aktivitas waralaba ini hanya diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba juga tersebar di beberapa peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia, tidak menutup kemungkinan bagi

---

<sup>47</sup> Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009, hlm. 131

<sup>48</sup> Handri Raharjo, *ibid*, hlm. 1310132.



perlindungan hukum untuk pihak pemberi waralaba tersebut atas pelaksanaan perjanjian waralaba itu sendiri.

Pengembangan usaha yang semakin cepat dengan dana yang relatif terbatas karena dengan melibatkan investor lain untuk turut serta menggunakan pengalaman, hak kekayaan intelektual, sistem atau cara kerja serta keterampilan yang dimilikinya. Pada hakekatnya, waralaba merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasarnya atau penjualannya. Pengembangan usaha melalui waralaba pada dasarnya mengembangkan usaha secara cepat memakai modal pihak lain, tentu saja resikonya juga ditanggung oleh penerima waralaba. Penerima waralaba akan mendapatkan pelatihan, sistem, hak kekayaan intelektual bahkan peralatan maupun bahan baku tanpa harus memiliki pengalaman usaha lebih dahulu.

Pemberi waralaba berharap bahwa penerima waralaba akan menjaga nama baik dari seluruh sistem dengan menepati standar yang telah menyebabkan seluruh sistem berhasil. Di sisi lain, konsumen atau masyarakat pada umumnya mengharapkan adanya produk atau jasa yang memiliki mutu standar yang sama baiknya. Dalam isi kerjasama waralaba dikembangkan suatu yang khas tentang kerjasama ini, yang tidak terdapat dalam sistem lainnya. Hal ini merupakan kekuatan dari sistem waralaba.

Dengan demikian, selain adanya kekhasan produk/ jasa yang ditawarkan kepada konsumen tingkat akhir (*end user*), pemberi waralaba



juga mengembangkan paket usaha yang tertuang secara rinci dalam perjanjian waralaba, yang harus unik dan menarik bagi calon penerima waralaba.

*Franchise* merupakan pilihan untuk berwirausaha dengan risiko paling kecil. Pada awalnya *franchise* dimulai dari keberhasilan usaha dari pemilik merek atau *Franchisor*. Melalui bisnis *franchise*, *Franchisor* akan menularkan keberhasilan usahanya kepada *Franchisee*. *Franchisor* sebelumnya telah melakukan dan membuat satu formulasi standar untuk sukses sesuai dengan pengalamannya. *Franchisee* memikirkan cara-cara memaksimalkan penjualan dan keuntungan di outletnya sendiri, dengan terus menerus memperbaiki pendekatan dan strategiusahanya agar sesuai dengan kebutuhan pasarnya. Sedangkan *Franchisor* menjaga nilai kompetitif produknya, dan mendukung *Franchisee* untuk memusatkan upayanya secara efektif.

Pelaksanaan usaha waralaba di Indonesia telah diatur di dalam t PP Waralaba dan peraturan pelaksanaannya dituangkan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disebut Permendag Waralaba).

Sesuai dengan Pasal 3 PP Waralaba, usaha waralaba yang dilakukan di Indonesia harus memenuhi kriteria sebagai berikut :



- a. Memiliki ciri khas usaha  
Hal ini dimaksudkan bahwa suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud.
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan  
Hal ini menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis  
Hal ini berarti standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*standard operational procedure*).
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan  
Hal ini dimaksudkan mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba.



- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan  
Dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi.
- f. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar.  
Hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

### **C. Perjanjian Waralaba Di Indonesia**

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Jika perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Hal ini sebagaimana diatur dalam Pasal 4 PP Waralaba. Perjanjian waralaba paling sedikit harus memuat klausula sebagai berikut :

- a. Nama dan alamat para pihak

Nama dan alamat jelas yang dimaksud di sini sesuai dengan Lampiran II Permendag Waralaba adalah nama dan alamat jelas pemilik / penanggung jawab perusahaan yang mengadakan perjanjian, yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba.

- b. Jenis hak kekayaan intelektual

Lampiran II Permendag Waralaba menjabarkan bahwa jenis hak kekayaan intelektual yaitu jenis hak kekayaan pemberi waralaba,



seperti merek dan logo perusahaan, desain outlet/gerai, sistem manajemen/ pemasaran atau racikan bumbu masakana yang diwaralabakan.

c. Kegiatan usaha

Yang dimaksud kegiatan usaha adalah kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran / ritel, pendidikan, restoran, apotek atau bengkel sebagaimana penjabaran di dalam Lampiran II Permendag Waralaba.

d. Hak dan kewajiban para pihak

Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran asing yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba

e. Wilayah usaha

Yang dimaksud dengan wilayah usaha adalah batasan wilayah yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk mengembangkan bisnis waralaba, seperti wilayah Sumatra, Jawa dan Bali atau di seluruh Indonesia. Hal ini diatur dalam Lampiran II Permendag Waralaba.

f. Jangka waktu perjanjian

Jangka waktu ini dimaksudkan sebagai batasan mulai dan berakhir perjanjian terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh kedua belah pihak, sebagaimana dijabarkan dalam Lampiran II Permendag Waralaba.



g. Tata cara pembayaran imbalan

Tata cara ini termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan seperti *fee* atau *royalty* apabila disepakati dalam perjanjian yang menjadi tanggung jawab penerima waralaba.

h. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris

i. Penyelsaian sengketa

j. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Di dalam Lampiran II Permendag Waralaba menambahkan bahwa perjanjian waralaba tersebut memuat juga jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga jangka waktu perjanjian berakhir.

Perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi penerima waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lain. Penerima waralaba yang diberi hak untuk menunjuk penerima waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha waralaba. Hal ini sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 6 PP Waralaba.

Menurut Munir Fuady, dalam sistem *franchise* terdapat sejumlah biaya yang normal dikeluarkan, yaitu sebagai berikut :<sup>49</sup>

a. *Royalty*

Pembayaran oleh pihak penerima waralaba kepada pihak pemberi waralaba sebagai imbalan dari pemakaian hak *franchise* oleh penerima

---

<sup>49</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005, hlm. 346-347



waralaba. Walaupun tidak tertutup kemungkinan pembayaran *royalty* pada suatu waktu dalam jumlah tertentu yang sebelumnya tidak diketahuinya (sistem *lumpsum*).

b. *Franchise fee*

Yang dimaksud *franchise fee* adalah biaya pembelian hak waralaba yang dikeluarkan oleh pembeli waralaba (*franchisee*) setelah dinyatakan memenuhi persyaratan sebagai penerima waralaba sesuai kriteria pemberi waralaba. Pemberi waralaba dalam hal ini menerima hak untuk berdagang di bawah nama dan sistem yang sama, pelatihan, serta berbagai keuntungan lainnya. Sama halnya dengan memulai bisnis secara mandiri, penerima waralaba bertanggung jawab untuk semua biaya yang muncul guna memulai usaha ini tetapi kemungkinan mengeluarkan uang lebih rendah karena kekuatan jaringan yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

c. *Direct expenses*

Biaya langsung yang harus dikeluarkan sehubungan dengan pengembangan bisnis *franchise*.

d. Biaya sewa

Ada beberapa pemberi waralaba yang menyediakan tempat bisnis, maka dalam hal demikian pihak penerima waralaba harus membayar harga sewa tempat tersebut kepada pemberi waralaba agar tidak timbul permasalahan di kemudian hari.



e. *Marketing and advertising fees*

Penerima waralaba ikut menanggung biaya dengan menghitungnya, baik secara persentase dari omzet penjualan ataupun jika ada marketing atau iklan tertentu.

f. *Assignment fees*

Biaya yang harus dibayar oleh pihak penerima waralaba kepada pihak pemberi waralaba jika pihak penerima waralaba mengalihkan bisnisnya kepada pihak lain, termasuk bisnis yang merupakan objeknya *franchise*. Oleh pihak pemberi waralaba biaya itu dimanfaatkan untuk kepentingan persiapan pembuatan perjanjian penyerahan, pelatihan pemegang franchise baru dan sebagainya.

PP Waralaba telah menentukan kewajiban pemberi waralaba, yang dituangkan dalam Pasal 7 bahwa pemberi waralaba harus memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon penerima waralaba pada saat melakukan penawaran, yang memuat :

a. Data identitas pemberi waralaba

Data identitas ini mencakup fotokopi Kartu Tanda Penduduk apabila pemilik usaha merupakan perorangan, fotokopi Kartu Tanda Penduduk para pemegang saham, komisaris dan direksi apabila berupa badan usaha.

b. Legalitas usaha pemberi waralaba

Legalitas usaha merupakan izin usaha teknis, seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan.



c. Sejarah kegiatan usahanya

Hal ini merupakan uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha dan pengembangan usaha.

d. Struktur organisasi pemberi waralaba

Lampiran I Permendag Waralaba menjelaskan bahwa hal ini mencakup struktur organisasi usaha pemberi waralaba, mulai dari komisaris, pemegang saham dan direksi sampai dengan ke tingkat operasionalnya.

e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir

Sesuai dengan Lampiran I Permendag Waralaba ini, laporan keuangan tersebut dihitung mundur dari waktu permohonan prospektus penawaran waralaba dan telah diaudit oleh akuntan public, kecuali bagi usaha mikro dan kecil.

f. Jumlah tempat usaha

g. Daftar penerima waralaba

Hal ini merupakan uraian nama-nama perusahaan dan/atau perseorangan sebagai penerima waralaba. Lebih lanjut diatur dalam Lampiran I Permendag Waralaba bahwa daftar ini juga mencakup penerima waralaba yang berdomisili baik di Indonesia maupun di luar negeri.

h. Hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

Berdasarkan Lampiran I Permendag Waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba seperti menerima royalty dari



penerlima waralaba, memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada penerima waralaba, hak untuk menggunakan hak kekayaan intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba serta menjaga kerahasiaan hak kekayaan intelektual tersebut.

Pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba dengan melampirkan dokumen :

- a. Fotokopi prospektus penawaran waralaba
- b. Fotokopi legalitas usaha.

Penyampaian prospektus tersebut sesuai dengan Pasal 4 Permendag Waralaba harus disampaikan paling singkat 2 (dua) minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba.

Di sisi lain, penerima waralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba, dengan melampirkan dokumen :

- a. Fotokopi legalitas usaha
- b. Fotokopi perjanjian waralaba
- c. Fotokopi prospektus penawaran waralaba
- d. Fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/ pengurus perusahaan.

Jika semua proses pendaftaran tersebut telah dilakukan, baik oleh pihak pemberi waralaba maupun penerima waralaba, akan diterbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Menteri Perdagangan, yang berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang untuk



jangka waktu 5 (lima) tahun. Hal ini sebagaimana ditegaskan dalam Pasal 12 PP Waralaba. Sesuai dengan Permendag Waralaba, perpanjangan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba melampirkan dokumen :

- a. Asli Surat Tanda Pendaftaran Waralaba
- b. Dokumen-dokumen lainnya apabila mengalami perubahan data dari dokumen yang disampaikan 5 (lima) tahun sebelumnya.
- c. Laporan penggunaan produk dalam negeri.

Di sisi lain, Salim HS berpendapat bahwa kewajiban dari pihak *franchisor* adalah menyerahkan lisensi kepada *franchisee*. Sedangkan yang menjadi haknya adalah sebagai berikut :<sup>50</sup>

- a. Logo merek dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek atau nama tersebut.
- b. Format/pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk buku pegangan (*manual*), yang sebagian isinya dalam rahasia usaha.
- c. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain, dan program khusus.
- d. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas bisa dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam Undang-Undang Hak Cipta. Hak *franchisee* adalah menerima lisensi, sedangkan kewajibannya adalah membayar royalti

---

<sup>50</sup> Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hlm. 178



kepada *Franchisor* dan menjaga kualitas barang dan jasa yang di *franchisee*.

Keunggulan menjalankan usaha dengan sistem waralaba ini adalah sebagai berikut :

a. Bagi pihak pemberi waralaba

Usaha yang dimilikinya dapat berkembang melalui sistem waralaba ini secara cepat, dengan menggunakan modal dari pihak penerima waralaba. Dengan kata lain, cakupan wilayah bagi perkembangan usahanya semakin meluas dari satu daerah ke daerah lain, bahkan bisa berkembang ke dunia internasional. Selain itu, pihak pemberi waralaba tidak membutuhkan pekerja (karyawan) dalam jumlah yang besar bagi pengembangan usahanya tersebut, namun tetap kualitas usahanya tetap terjaga.

b. Bagi pihak penerima waralaba

Pihak penerima waralaba mempunyai peluang yang lebih besar untuk berhasil dalam menjalankan usahanya jika dibandingkan dengan menjalankan usaha dengan merek dagang sendiri yang masih baru. Di sisi lain, pihak penerima waralaba dapat mengembangkan kreatifitasnya dalam lingkungan yang sudah tersusun secara sistematis, seperti pihak penerima waralaba dapat mengembangkan produk yang dijual melalui usaha waralaba tersebut menjadi lebih baik lagi. Selain itu, pihak penerima waralaba juga dapat memanfaatkan akses



kemudahan yang dimilikinya untuk memperoleh bahan baku yang diperlukan untuk menjalankan usaha tersebut.

Adapun kelebihan dari usaha yang dijalankan melalui sistem waralaba adalah sebagai berikut :

a. Bisnis bisa cepat beroperasi

Usaha waralaba dapat dilaksanakan dengan cepat dengan catatan bahwa tempat menjalankan usaha di lokasi yang disepakati sudah tersedia.

b. Manajemen bisnis telah terbangun

Tidak perlu merancang sistem untuk menjalankan usaha, karena dengan sistem waralaba, maka sudah ada sistem untuk menjalankan usaha tersebut, seperti keuangan, kriteria SDM, peralatan yang digunakan, bahan baku yang digunakan, dan lain sebagainya.

c. Jaringan kerjasama bisnis yang baik

Penerima waralaba mendapatkan keuntungan melalui usaha waralaba dari segi kerjasama bisnis ini. Tentunya, penerima waralaba akan mempunyai jaringan bisnis yang didapatnya dari pihak pemberi waralaba.

d. Adanya pelatihan

Pelatihan ini dilakukan sebagai penunjang sehingga usaha waralaba tersebut dapat berjalan dengan lancar, layaknya usaha yang sudah dijalankan dalam waktu yang lama. Pelatihan ini bermanfaat untuk meningkatkan mutu usaha waralaba tersebut sehingga dapat



memberikan pelayanan yang lebih baik kepada setiap konsumennya, yang pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan reputasi usaha waralaba tersebut.

e. Sudah mempunyai nama

Usaha waralaba ini tentunya sudah mempunyai nama, yang sudah dikenal oleh khalayak umum. Dengan demikian, pihak penerima waralaba tidak perlu bersusah payah dalam mengenalkan usahanya kepada masyarakat (konsumen).

f. Risiko kecil

Jika dibandingkan dengan membuka usaha baru, usaha waralaba mempunyai resiko yang lebih kecil dikarenakan didukung dari usaha tersebut sudah mempunyai nama dan sistem yang terpadu. Dengan sistem usaha waralaba ini, maka para penerima waralaba dengan pemberi waralaba merupakan satu kesatuan yang harus saling mendukung. Dengan demikian, ketika mengalami kendala, mereka dapat saling membantu mencari solusi sehingga resiko yang dialami juga kecil.

Di sisi lain, adapun kekurangan dari sistem waralaba ini yaitu :

a. Bagi pihak pemberi waralaba,

Tidak dapat melakukan perubahan secara menyeluruh dalam waktu yang serentak, melainkan membutuhkan waktu untuk melakukan sosialisasi terhadap perubahan yang hendak dilakukannya tersebut kepada para penerima waralabanya sebelum menerapkan sistem baru



tersebut di seluruh tempat penjualan objek waralaba tersebut. Oleh karena itu, terhadap pengakhiran perjanjian terkait usaha waralaba ini pula tidak dapat dilakukan secara sepihak tanpa adanya alasan yang sah dikarenakan usaha waralaba ini merupakan suatu sistem yang terbangun di dalam dunia bisnis sehingga mempunyai dampak panjang yang harus dipikirkan terlebih dahulu oleh pihak pemberi waralaba, terutama ketika usaha waralaba tersebut telah berkembang pesat dan luas. Selain itu, dapat pula terjadi bahwa pihak pemberi waralaba memilih pihak penerima waralaba yang tidak tepat sehingga menghancurkan reputasi dari usaha waralaba tersebut.

b. Biaya *franchise fee*

Biaya ini harus dibayarkan atau dilunasi ketika terjadi kesepakatan antara pihak penerima waralaba dengan pihak pemberi waralaba. *Franchise fee* berlaku untuk waktu 3, 5, 7 atau 10 tahun, yang besarnya sangat bervariasi.

c. Biaya *royalty fee*

*Royalty fee* adalah pembayaran yang harus dibayarkan setiap bulan kepada pihak pemberi waralaba, yang besarnya bervariasi antara 2 - 10 persen. Umumnya pembayaran ini dihitung dari total pendapatan per bulan. Jadi, meski bisnis mungkin belum untung, *royalty fee* harus tetap dibayarkan. Biasanya biaya ini akan digunakan untuk kelangsungan operasional dalam kaitannya dengan bimbingan berkesinambungan bagi penerima waralaba, pelaksanaan audit



waralaba dan evaluasi bisnis, penelitian dan pengembangan pengelolaan merek dan strategi pemasaran.

- d. Terikat dengan *supplier* yang telah dipakai oleh pemberi waralaba.

Penerima waralaba tidak dapat memilih *partner* bisnisnya sendiri untuk melaksanakan usaha waralabanya tersebut. Meskipun di sisi lain mendatangkan keuntungan tersendiri. Dapat terjadi bahwa ia sudah mempunyai rekanan usaha yang dipercayainya sendiri namun karena terikat dengan ketentuan yang telah disepakatinya ia harus menggunakan *supplier* yang dipakai oleh pemberi waralaba.

- e. Ketergantungan pada reputasi waralaba lainnya

Reputasi usaha waralaba yang dijalankan oleh penerima waralaba yang satu akan memiliki dampak pada keberlangsungan usaha penerima waralaba lainnya dalam menjalankan usaha waralaba yang sama. Dengan demikian, hal ini menimbulkan ketergantungan reputasi antar penerima waralaba maupun antara penerima waralaba dengan pemberi waralaba.

- f. Kurangnya kendali atas usaha yang dijalaninya tersebut.

Penerima waralaba tentunya dapat menjalankan usaha waralabanya itu. Tetapi, usaha yang dijalankannya tersebut tidak terlepas pada adanya kontrol dan pemeriksaan dari pihak pemberi waralaba. Dengan demikian, pemberi waralaba dapat dikatakan mempunyai andil



yang besar dalam kelangsungan usaha waralaba dari penerima waralaba.

#### **D. Kasus Posisi**

Berikut merupakan pemaparan salah satu usaha waralaba yang digunakan sebagai bahan penelitian :

##### **1. Martabak Enno**

Adapun isi dari perjanjian antara Enno selaku pemberi waralaba dengan penerima waralaba adalah :

Pada hari ini Rabu, tanggal satu Juni dua ribu sebelas (01-06-2011) bertempat di kantor Gerai Enno Martabak Enno's Martabak di alamat tersebut di atas Franchisor dan Franchisee sepakat untuk mengikatkan diri dalam perjanjian kerja sama Franchise dengan menerangkan terlebih dahulu hal-hal sebagai berikut:

- a. Bahwa Franchisor adalah penyedia layanan kuliner (makanan kecil) berjenis martabak dengan nama Enno Martabak.
- b. Bahwa Franchisor setuju memberikan ijin dan membantu Franchisee menjual dan menyajikan makanan Enno's Martabak untuk wilayah Cilacap, Banyumas dan sekitarnya.
- c. Bahwa Franchisee berjanji akan mengawasi, menjaga dan mengendalikan mutu makanan Enno's Martabak serta memberikan pelayanan terbaik bagi setiap konsumen sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh Franchisor.



- d. Bahwa Franchisor memberikan hak eksklusif kepada Franchisee untuk membuka Gerai Enno Martabak yang menyediakan dan menyajikan makanan siap saji yang ditetapkan Franchisor di seluruh wilayah Cilacap, Banyumas dan sekitarnya.
- e. Franchisor memberikan ijin kepada Franchisee dengan nama Gerai Enno Martabak Enno's Martabak untuk itu Franchisee dapat menggunakan merek dan sistem secara bersamaan dengan Franchisee lainnya yang sudah diijinkan oleh Franchisor sebelumnya.
- f. Franchisee setuju membeli dan menjalankan serta mematuhi semua ketentuan dan persyaratan-persyaratan yang ditetapkan oleh Franchisor.

Bahwa berdasarkan hal-hal yang telah ditetapkan di atas dengan ini Franchisor dan Franchisee sepakat untuk melaksanakan Perjanjian ini dalam bentuk kerjasama yang untuk selanjutnya disebut perjanjian dengan syarat-syarat dan ketentuan sebagai berikut :

**Pasal 1** mengatur bahwa Franchisee menyatakan bahwa untuk memenuhi seluruh persyaratan yang ditetapkan oleh Franchisor antara lain :

1. Menyediakan modal awal usaha sebesar Rp. 20.000.000,00 (Dua Puluh Juta Rupiah) yang harus disetor ke rekening Franchisor.
2. Apabila akan membuka cabang, dikenakan biaya paket usaha sebesar Rp. 8.500.000,00 per cabang.



3. Tidak akan menyediakan dan menyajikan makanan lain dan atas usaha lain selain makanan Enno's Martabak yang ditetapkan oleh Franchisor.
4. Memiliki tempat usaha yang memenuhi syarat secara hukum dan estetika dan minimal memiliki jarak 500m dari gerai Gerai Enno Martabak Enno's Martabak yang lain

**Pasal 2** mengatur bahwa Franchisee mendapatkan seluruh keuntungan dari omzet yang dihasilkan setiap harinya.

**Pasal 3** mengatur bahwa Franchisee tidak akan melibatkan baik secara langsung maupun tidak langsung Franchisor bila Franchisee terlibat tuntutan hukum dan/atau non hukum yang dilakukan oleh pihak lain berkaitan dengan usaha Gerai Enno Martabak yang dikelolanya.

**Pasal 4** mengatur bahwa selama perjanjian ini berlangsung Franchisor berkewajiban untuk:

1. Memberikan panduan operasional pengelolaan Gerai Enno Martabak kepada franchisee dan menyediakan secara Cuma-Cuma pengetahuan tentang manajemen pengelolaan dan teknik penyajian menu Enno's Martabak.
2. Memberikan paket usaha berupa
  - a) 1 (satu) unit gerobak aluminium ukuran 2m x 1,5 meter dengan ornamen kaca display.
  - b) 2 (dua) buah loyang anti lengket merk Dariyaki atau yang sejenis.



- c) 1 (satu) unit kompor gas Rinaï atau yang sejenis
  - d) 1 (satu) unit tabung gas elpiji Pertamina ukuran 3kg
  - e) 1 (set) bahan-bahan dasar dan tempat plastik untuk bahan pelengkap.
  - f) Buku resep tahap I.
3. Menyediakan desain interior, pelatih dan materi pelatihan untuk para pekerja Gerai Enno Martabak franchisee atas biaya franchisor sendiri.
  4. Menyelenggarakan program pelatihan untuk franchisee secara berkesinambungan dan berkala paling sedikit 1 (satu) kali dalam setahun.
  5. Memberikan konsultasi gratis kepada franchisee apabila Gerai Enno Martabak franchisee berada dalam keadaan krisis yang dapat menyebabkan tutupnya atau berhentinya bisnis Gerai Enno Martabak franchisee.
  6. Memberikan rekomendasi kepada pihak perbankan/lembaga keuangan guna membantu franchisee memperoleh pinjaman untuk pengembangan Gerai Enno Martabaknya.

**Pasal 5** mengatur mengenai kewajiban Franchisee antara lain :

1. Seluruh biaya untuk pengadaan perabotan untuk keperluan Gerai Enno Martabak serta bahanbahan baku pembuat menu Enno's Martabak yang sesuai dengan standar franchisor serta biaya-biaya lain seperti pengurusan perizinan atas pembukaan dan



pengoperasian Gerai Enno Martabak menjadi tanggungan franchisee sendiri.

2. Franchisee setuju bahwa pengadaan kartu nama, formulir, kwitansi, seragam dan benda-benda lain yang diperlukan untuk menunjang usaha Gerai Enno Martabak, franchisee sepakat untuk membeli dari franchisor atas biaya franchisee.
3. Franchisee atau pekerja yang dipekerjakan oleh franchisee pada Gerai Enno Martabak yang dimaksudkan dalam perjanjian ini wajib mengikuti program pelatihan dan kerja praktek yang diselenggarakan franchisor atas biaya franchisee.

**Pasal 6** mengatur bahwa Franchisee setuju untuk biaya penyelenggaraan seminar, *workshop*/pelatihan dan pertemuan bulanan dan/atau tahunan yang diselenggarakan franchisor bersama-sama dengan franchisee lainnya.

**Pasal 7** mengatur bahwa Setiap pembayaran yang dilakukan oleh franchisee kepada franchisor yang atas pembayaran tersebut franchisor dibebani pajak sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, maka beban pajak tersebut ditanggung oleh franchisee.

**Pasal 8** megnatur bahwa Franchisor berhak untuk mengubah dan menyesuaikan system marketing, termasuk penentuan adanya pemakaian nama dagang, tanda dagang, tanda pelayanan baru, identifikasi baru, produk dan menu-menu baru yang dilakukan dengan itikad baik demi usaha franchisee.



**Pasal 9** mengatur bahwa Perjanjian ini berlaku selama 1 (satu) tahun sejak perjanjian ini ditandatangani dan atas kesepakatan kedua belah pihak dapat diperpanjang dengan syarat dan jangka waktu yang akan ditetapkan kemudian.

**Pasal 10** mengatur bahwa Franchisee dengan ini memberikan kuasa kepada franchisor untuk sewaktu-waktu sesuai dengan keinginan franchisor untuk memeriksa dan atau mengaudit segala catatan dan pembukuan franchisee tanpa pengecualian apapun juga. Serta seluruh biaya audit dan biaya lain termasuk biaya pengacara dibayar dalam proses pemeriksaan dan atau audit sebagaimana dimaksud sepenuhnya ditanggung oleh franchisee.

**Pasal 11** mengatur bahwa Franchisee setuju memberikan laporan perkembangan produk Enno's Martabak beserta dengan laporan perkembangan penjualan.

**Pasal 12** mengatur bahwa Franchisee diwajibkan untuk merahasiakan system, manajemen dan cara- cara pengelolaan Gerai Enno Martabak yang didapat dari franchisor.

**Pasal 13** mengatur bahwa

1. Apabila franchisee lalai dan atau tidak melakukan kewajibannya yang diatur dalam perjanjian ini padahal sudah diberikan peringatan ketiga oleh franchisor namun masih melakukan pelanggaran baik berbeda maupun yang sama, pelanggaran mana yang dianggap



serius sebagaimana tertulis dalam surat peringatan/teguran yang menurut ukuran franchisor.

2. Apabila franchisee bangkrut atau dinyatakan pailit kecuali jika franchisee dengan segera memenuhi kembali semua kewajiban-kewajiban yang ditetapkan dalam perjanjian ini.
3. Dalam hal perjanjian ini diakhiri atau dibatalkan, franchisee berkewajiban untuk:
  - Membayar kepada franchisor dengan segera seluruh jumlah hutang hutangnya sekaligus dan lunas dalam waktu selambat-lambatnya 30 hari setelah tanggal perjanjian ini berakhir.
  - Tidak menuntut dan meminta kembali franchise fee dan biaya-biaya lain yang sudah dikeluarkan beserta bunganya.
  - Dengan segera dan secara tetap menghentikan penggunaan semua tanda milik/label franchisor.
  - *Franchisee* tidak diperkenankan mempromosikan atau mengiklankan Gerai Enno Martabaknya dengan menggunakan nama dan merek *franchisor*.
  - *Franchisee* dengan segera mengembalikan kepada franchisor semua buku manual penuntun, video, kaset, formulir atau peralatan dan barang-barang cetakan yang berisi tanda-tanda paroduk makanan milik *franchisor* paling lambat 14 hari setelah perjanjian ini berakhir.
  - *Franchisee* memberikan kuasa penuh kepada *franchisor* melakukan pemeriksaan/inspeksi dan memasuki Gerai Enno



Martabak *franchisee* serta mengambil tanda-tanda yang bercirikan merek *franchisor*.

**Pasal 14** mengatur bahwa apabila timbul sengketa diantara kedua belah pihak akibat dari perjanjian ini akan diselesaikan secara musyawarah dan mufakat. Apabila dalam musyawarah untuk mufakat tersebut tidak berhasil mencapai kesepakatan maka kedua belah pihak akan menyelesaikan secara hukum dan karenanya kedua belah pihak memilih domisili hukum yang tetap di kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Cilacap.

Dari keseluruhan isi perjanjian tersebut, salah satu klausul yang dapat menimbulkan permasalahan dikemudian hari adalah Pasal 3, yang mengatur bahwa pihak pemberi waralaba tidak dilibatkan sama sekali manakala pihak penerima waralaba menghadapi permasalahan hukum terkait objek usaha waralaba tersebut. Dengan kata lain, pihak penerima waralaba mempunyai tanggung jawab mutlak dan berdisi sendiri dalam menghadapi permasalahan hukum tersebut terlepas bahwa permasalahan hukum tersebut muncul akibat dari kelalaian pihak penerima waralaba sendiri atau bukan.







**BAB IV**  
**ANALISIS PRAKTIK PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA**  
**DENGAN MENGGUNAKAN KONTRAK BAKU**

**A. Tanggung Jawab Dari Pihak Penerima Waralaba Manakala Timbul Kerugian Pada *End User***

Waralaba merupakan salah satu pola kemitraan yang dapat dipilih untuk menjalankan usaha. Namun untuk menjalankan waralaba, para pihak harus tetap memperhatikan hukum yang berlaku, diantaranya adalah PP Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Suatu perjanjian dapat menimbulkan perikatan di antara para pihak yang membuat perjanjian tersebut, yang mana bentuk perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang ditulis di dalam perjanjian tersebut. Hal ini sejalan dengan pendapat yang dikemukakan oleh Abdul Kadir Muhammad bahwa perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan.<sup>51</sup> Salah satu perjanjian yang dilakukan antara para subjek hukum di dalam lapangan harta kekayaan adalah perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba dapat digolongkan ke dalam perjanjian tidak

---

<sup>51</sup> Abdul Kadir Muhammad, *op.cit.*, hlm. 77



bernama. Perjanjian yang diadakan antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba ini mengandung hak yang diberikan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk menjalankan usaha objek waralaba tersebut dengan mekanisme yang telah ditentukan sebelumnya, dengan membayar sejumlah uang tertentu.

Dengan demikian, dengan sifatnya sebagai perjanjian, maka perjanjian waralaba tunduk pada ketentuan-ketentuan di dalam KUHPerdara mengenai perjanjian, termasuk di dalamnya ketentuan mengenai kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdara serta keberlakuan mengikat suatu perjanjian sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Perjanjian yang akan dianalisis adalah Perjanjian Waralaba yang dilakukan antara pihak Enno's Martabak dengan Pihak X. Perjanjian yang dipakai dalam menganalisis asas-asas tersebut akan dilampirkan. Analisis akan dilakukan melalui sudut pandang hukum perjanjian maupun hukum waralaba yang berlaku secara umum maupun secara khusus di Indonesia

#### 1. Subjek Hukum dari Perjanjian Waralaba

Subjek hukum dari perjanjian waralaba ini adalah Enno's Martabak dengan Pihak X. Enno's Martabak merupakan subjek hukum berbentuk badan hukum, sementara Pihak X adalah subjek perjanjian dari orang-perorangan. Dalam hal ini Enno's Martabak adalah pemberi waralaba (*Franchisor*) sedangkan Pihak X adalah penerima waralaba



(*Franchisee*). Kedua subjek hukum ini memiliki kewajiban dan hak yang harus dipenuhi antara satu dengan yang lainnya.

## 2. Obyek Hukum dari Perjanjian Waralaba

Objek hukum dari perjanjian waralaba ini adalah hak eksklusif dari Enno's Martabak kepada Pihak X untuk menjalankan kegiatan usaha pemasaran kuliner (makanan kecil) berjenis martabak dengan nama Enno's Martabak.

## 3. Periode dari Perjanjian Waralaba

Dengan berlakunya Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/MDAG/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Di dalam Pasal 8 Peraturan Menteri tersebut disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku selama 1 (satu) tahun dan terbuka bagi para pihak untuk memperpanjang jika para pihak menyepakati dengan ketentuan dan syarat serta jangka waktu yang akan ditetapkan kemudian.

## 4. Terjadinya perjanjian waralaba antara Enno's Martabak dengan Pihak X.



Perjanjian menurut asas konsensualisme dinyatakan suatu perjanjian lahir pada detik tercapainya kesepakatan antara kedua belah pihak mengenai hal-hal pokok yang menjadi objek perjanjian. Kehendak kedua belah pihak dari pihak Enno's Martabak maupun dari Pihak X dinyatakan secara tertulis dalam bentuk perjanjian. Sejak pada penandatanganan itu pula maka perjanjian waralaba yang disepakati menimbulkan akibat hukum bagi kedua belah pihak. Pernyataan secara tertulis ini merupakan syarat formil yang harus dipenuhi dalam perjanjian waralaba. Pemenuhan syarat materiil dalam 1320 KUHPerdara dan syarat formil dalam pasal 4 ayat (1) PP Waralaba merupakan syarat agar suatu perjanjian dapat dikatakan sah.

Dilihat dari sudut hukum perjanjian, perjanjian yang dibuat antara Pihak Enno selaku pemberi waralaba dengan Perusahaan X selaku penerima waralaba adalah sah dan mengikat bagi para pihak. Dengan dipenuhinya syarat-syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara dan dibubuhkan tanda tangan oleh masing-masing pihak yang mempunyai kewenangan bertindak, maka perjanjian tersebut sah dan mengikat bagi para pihak.

Keberadaan dari UU Perlindungan Konsumen di Indonesia adalah untuk menjamin adanya kepastian hukum untuk memberi perlindungan kepada konsumen dan pelaku usaha, yang pada dasarnya hubungan hukum tersebut menimbulkan hak dan kewajiban secara timbal balik



antara keduanya. Dengan demikian, adanya peraturan perundang-undangan tersebut dimaksudkan agar para pihak tetap dalam kedudukannya tersebut dalam hubungan yang saling menguntungkan bukan mendatangkan kerugian dari pihak yang satu kepada pihak yang lainnya.

Sesuai dengan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen, konsumen mempunyai hak sebagai berikut :

1. Hak atas kenyamanan, keamanan, dan keselamatan dalam mengkonsumsi barang dan/atau jasa;
2. Hak untuk memilih barang dan/atau jasa serta mendapatkan barang dan/atau jasa tersebut sesuai dengan nilai tuka dan kondisi serta jaminan yang dijanjikan;
3. Hak atas informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa;
4. Hak untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang dan/atau jasa yang digunakan;
5. Hak untuk mendapatkan advokasi, perlindungan dan upaya penyelesaian sengketa perlindungan konsumen secara patut;
6. Hak untuk mendapat pembinaan dan pendidikan konsumen;
7. Hak untuk diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;



8. Hak untuk mendapatkan kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian, apabila barang dan/atau jasa yang diterima tidak sesuai dengan perjanjian atau tidak sebagaimana mestinya;
9. Hak-hak yang diatur dalam ketentuan peraturan perundang-undangan lainnya.

Meskipun diantara pihak penerima waralaba dengan pihak end user tidak ada perjanjian secara tertulis yang mengikat mereka, namun dengan adanya jual beli terhadap barang/jasa yang ditawarkan oleh pihak penerima waralaba, maka sudah terdapat perjanjian yang mengikat mereka. Sesuai dengan Pasal 4 UU Perlindungan Konsumen di atas, maka setiap end user yang menggunakan barang dan/atau jasa penerima waralaba harus mempunyai perlakuan yang sama serta menikmati barang dan/atau jasa tersebut dengan kualitas yang sama baiknya. Dengan kata lain, UU Perlindungan Konsumen memberikan perlindungan untuk menikmati barang dan/atau jasa yang diperdagangkan tersebut secara aman dan nyaman serta memberikan perlindungan hukum manakala pihak end user dirugikan akibat penggunaan barang dan/atau jasa yang ditawarkan oleh pihak penerima waralaba. Oleh karena itu, manakala terjadi kerugian tersebut maka pihak end user berhak untuk mendapatkan penggantian sebagaimana mestinya, yang di lain pihak hal ini merupakan tanggung jawab dari pihak pelaku usaha.



Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tanggung jawab adalah kewajiban menanggung segala sesuatunya bila terjadi apa-apa boleh dituntut, dipersalahkan dan diperkarakan. Di sisi lain, kamus hukum mendefinisikan tanggung jawab adalah suatu keharusan bagi seseorang untuk melaksanakan apa yang telah diwajibkan kepadanya.<sup>52</sup>

Menurut Abdulkadir Muhammad, terdapat beberapa jenis tanggung jawab dalam perbuatan melanggar hukum, yaitu :<sup>53</sup>

1. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan dengan sengaja, tergugat harus sudah melakukan perbuatan sedemikian rupa sehingga merugikan penggugat atau mengetahui bahwa apa yang dilakukan tergugat akan mengakibatkan kerugian.
2. Tanggung jawab akibat perbuatan melanggar hukum yang dilakukan karena kelalaian, didasarkan pada konsep kesalahan yang berkaitan dengan moral dan hukum yang sudah bercampur baur.
3. Tanggung jawab mutlak akibat perbuatan melanggar hukum tanpa mempersoalkan kesalahan, didasarkan pada perbuatannya baik secara sengaja maupun tidak sengaja, artinya meskipun bukan kesalahannya tetap bertanggung jawab atas kerugian yang timbul akibat perbuatannya.

---

<sup>52</sup> Andi Hamzah, Kamus Hukum, Ghalia Indonesia, 2005.

<sup>53</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, 2010, hlm 503



Sesuai dengan Pasal 7 UU Perlindungan konsumen, kewajiban pelaku usaha adalah sebagai berikut :

1. Beritikad baik dalam melakukan kegiatan usahanya;
2. Memberikan informasi yang benar, jelas dan jujur mengenai kondisi dan jaminan barang dan/atau jasa serta memberi penjelasan penggunaan, perbaikan dan pemeliharaan;
3. Memperlakukan atau melayani konsumen secara benar dan jujur serta tidak diskriminatif;
4. Menjamin mutu barang dan/atau jasa yang diproduksi dan/atau diperdagangkan berdasarkan ketentuan standar mutu barang dan/atau jasa yang berlaku;
5. Memberi kesempatan kepada konsumen untuk menguji, dan/atau mencoba barang dan/atau jasa tertentu serta memberi jaminan dan/atau garansi atas barang yang dibuat dan/atau yang diperdagangkan;
6. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian atas kerugian akibat penggunaan, pemakaian dan pemanfaatan barang dan/atau jasa yang diperdagangkan; dan
7. Memberi kompensasi, ganti rugi dan/atau penggantian apabila barang dan/atau jasa yang diterima atau dimanfaatkan tidak sesuai dengan perjanjian.



Berdasarkan contoh kasus yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka pihak penerima waralaba mempunyai tanggung jawab penuh manakala terjadi kerugian terhadap pihak *end user* tanpa memperhatikan faktor penyebab kerugian tersebut. Hal ini berarti bahwa pihak pemberi waralaba terbebas dari segala tuntutan hukum yang mungkin timbul berkaitan dengan objek perjanjian waralaba tersebut. Dengan demikian, pihak penerima waralaba mempunyai beban tanggung jawab mutlak sehingga pihak *end user* mempunyai hak untuk menuntut ganti kerugian yang dialaminya terhadap pihak penerima waralaba. Padahal, belum tentu terjadi bahwa kerugian yang dialami oleh *end user* semuanya itu merupakan akibat dari kesalahan atau kelalaian dari pihak penerima waralaba, yang mana hal tersebut membutuhkan pembuktian yang lebih mendalam.

Menurut kewajiban pelaku usaha sebagaimana diatur dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen, maka kewajiban pertama bagi pelaku usaha adalah menjalankan kegiatan usahanya dengan itikad baik. Ketentuan tersebut merupakan ketentuan yang bersifat memaksa dan harus dipatuhi oleh setiap pelaku usaha, tidak tertutup bahwa pihak penerima waralaba maupun pihak pemberi waralaba juga terikat pada ketentuan tersebut. Dengan demikian, berlandaskan pada itikad baik maka pihak pelaku usaha harus menjamin kualitas atas barang dan/atau jasa yang diperdagangkannya. Oleh karena itu, tentunya baik pihak pemberi



waralaba maupun pihak penerima waralaba mempunyai kewajiban untuk menjaga kualitas dari barang dan/atau jasa objek waralaba agar tetap baik. Adanya kewajiban bersama bagi pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba untuk menjaga kualitas dari barang dan/atau jasa objek waralaba tersebut, mempunyai dampak bahwa pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba secara bersama-sama pula mempunyai tanggung jawab manakala terjadi kerugian pada pihak *end user*.

Di sisi lain, sesuai dengan kewajiban dalam Pasal 7 UU Perlindungan Konsumen tersebut, maka pelaku usaha mempunyai kewajiban untuk memberi ganti kerugian manakala timbul kerugian pada *end user* yang disebabkan oleh kelalaian dari pelaku usaha. Pihak pemberi waralaba dengan para pihak penerima waralaba merupakan satu tim, yang dapat digolongkan sebagai pihak pelaku usaha. Maka dengan demikian, perlu diteliti terlebih dahulu sebab yang menimbulkan kerugian pada *end user* tersebut. Jika diakibatkan karena kesalahan atau kelalaian dari pihak penerima waralaba dalam mengelola usaha waralaba tersebut, maka tanggung jawab memberikan ganti rugi sesuai dengan UU Perlindungan Konsumen tersebut ada pada pihak penerima waralaba. Akan tetapi, tidak menutup kemungkinan pula bahwa kerugian yang timbul tersebut diakibatkan oleh pihak pemberi waralaba. Dengan demikian, jika



terbukti hal tersebut maka tanggung jawab sepenuhnya terhadap kerugian *end user* ada pada pihak pemberi waralaba.

Hal ini berarti, bahwa pihak penerima waralaba mempunyai beban pembuktian bahwa kerugian yang dialaminya tersebut merupakan kesalahan atau akibat dari kelalaian penerima waralaba atau tidak. Dengan demikian, jika memang tidak terbukti kerugian yang dialami tersebut bukan berasal dari pihak penerima waralaba dengan demikian, gugatan kerugian tersebut tidak terbukti benar adanya.

#### **B. Perlindungan Hukum Bagi Pihak Penerima Waralaba Dalam Kedudukannya Sebagai Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Yang Sudah Dibakukan**

*Franchise* atau waralaba pada prakteknya merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya. Pengembangan usaha semakin cepat dengan dana yang relatif terbatas, karena dengan melibatkan investor lain untuk turut serta menggunakan pengalaman, hak kekayaan intelektual, sistem atau cara kerja serta ketrampilan yang dimilikinya. Seringkali antara waralaba atau *franchise* disamakan dengan lisensi, padahal keduanya berbeda. Pada lisensi hanya memberikan ijin untuk menggunakan hak kekayaan intelektual tertentu saja, sedangkan pada waralaba lebih luas daripada lisensi. Hal ini disebabkan pada waralaba di dalamnya antara lain ada lisensi penggunaan hak kekayaan



intelektual yang disertai dengan suatu sistem kerja, ketrampilan, pengalaman dan berbagai sistem pelayanan yang dimilikinya.

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

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



sepenuhnya sesuai dengan yang diperjanjikan. Sama-sama mencari modal dari pihak lain, perusahaan yang membuka waralaba berbeda dengan perusahaan yang menjual di bursa, dengan *go public*, perusahaan hanya mendapat tambahan uang. Operasional usaha tetap mereka tangani sendiri. Waralaba tidak begitu. Modal perusahaan tidak bertambah (tetap menjadi milik terwaralaba sepenuhnya), tapi ekspansi bisnis bisa berlangsung. Pihak penerima waralaba akan menggunakan modalnya untuk "membantu" melakukan ekspansi dengan cara membuka cabang, gerai, *workshop*, atau pabrik dengan menggunakan *brand* pemberi waralaba.

Perjanjian yang dibuat oleh para pihak digunakan sebagai dasar acuan untuk pelaksanaan hak dan kewajiban, baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. Dengan kata lain, manakala terjadi permasalahan hukum di kemudian hari, berkenaan dengan pelaksanaan perjanjian tersebut, maka perjanjian waralaba tersebut menjadi acuan dasar dalam pembuktian kebenarannya di Pengadilan. Oleh karena itu, perjanjian waralaba tersebut harus dibuat sesuai dengan syarat-syarat sahnya suatu perjanjian sehingga memiliki daya mengikat bagi para pihak yang pada akhirnya dapat memberikan perlindungan hukum bagi para pihak, termasuk dapat pula sebagai dasar pembuktian manakala terjadi permasalahan hukum dengan pihak ketiga terkait dengan objek perjanjian tersebut.



Hukum pada dasarnya adalah untuk perlindungan kepentingan manusia. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian harus ada keseimbangan antara para pihak supaya tidak terjadi konflik kepentingan. Namun dalam realitasnya tidak selalu demikian. Selalu terdapat kemungkinan salah satu pihak mempunyai posisi yang lebih kuat baik dari sisi ekonomis maupun dari penguasaan teknologi atau suatu penemuan yang spesifik. Dalam kondisi ini salah satu pihak lebih mempunyai peluang untuk lebih diuntungkan dalam suatu perjanjian. Seringkali pihak penyusun menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan apalagi perjanjian tersebut disajikan dalam bentuk perjanjian standard, karena ketentuan-ketentuan dalam perjanjian dapat dipakai untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian pada pihaknya. Dalam hal demikian salah satu pihak hanya punya pilihan untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut. Pada dasarnya setiap perjanjian, termasuk perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya, dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak.<sup>54</sup>

Pembuatan PP Waralaba ini ditujukan untuk memberikan kepastian hukum dan kepastian berusaha bagi pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba. Dengan adanya peraturan tersebut, pihak penerima waralaba dapat mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pihak pemberi

---

<sup>54</sup> Adrian Sutedi, *op.cit*, hlm. 26.



waralaba Di sisi lain, pemerintah juga dapat memantau dan menyusun perkembangan usaha waralaba yang ada di Indonesia.

Perjanjian waralaba yang dilakukan antara Enno's Martabak dengan Pihak X dituangkan dalam surat perjanjian dengan judul "SURAT PERJANJIAN FRANCHISE" secara spesifik telah ditegaskan di dalam perjanjian itu sendiri. Suatu Perjanjian harus memenuhi syarat sah sebuah perjanjian tertulis yang terdapat dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Adapun syarat – syarat itu adalah sebagai berikut :

#### 1. Sepakat

Maksud dari sepakat adalah bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus setuju dengan hal-hal pokok dari perjanjian yang dilangsungkan. Dalam hal ini terjadi kesepakatan antara Enno's Martabak Kesepakatan secara tertulis ini terlihat dalam perjanjian waralaba Enno's Martabak dengan Pihak X dimana dinyatakan kedua belah pihak telah sepakat untuk dan dengan itu mengadakan perjanjian waralaba dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang ada dalam perjanjian.

#### 2. Cakap

Orang yang membuat perjanjian harus cakap secara hukum pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa dan akil balik dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum. Dalam Pasal 1329 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dinyatakan setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan perikatan, jika ia oleh undang-undang



tidak dinyatakan cakap. Dalam perjanjian waralaba Enno's Martabak dengan Pihak X kedua belah pihak yang bertanda tangan cakap dalam membuat perjanjian.

### 3. Hal tertentu

Perjanjian harus menentukan jenis objek yang diperjanjikan, jika tidak maka perjanjian itu batal demi hukum. Pasal 1322 dan Pasal 1333 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan bahwa barang yang menjadi obyek perjanjian harus:

- a. Barang yang dapat diperdagangkan
- b. Barang yang dapat ditentukan lain jenisnya

Dalam perjanjian ini yang menjadi pokok perjanjian adalah pemberian hak atau izin atas penggunaan merek dagang dan system pengelolaan bisnis dari Enno's Martabak kepada Pihak X. Kemudian Pihak X memberikan prestasi berupa sejumlah uang yang harus diberikan kepada Enno's Martabak.

### 4. Suatu sebab yang halal

Dalam pasal 1335 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dinyatakan bahwa suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau terlarang, tidak mempunyai kekuatan. Causa dalam perjanjian waralaba ini adalah ingin memiliki usaha pemasaran kuliner (makanan kecil) berjenis martabak dengan nama Enno's Martabak. Causa dalam perjanjian ini tidak terlarang dan tidak palsu sehingga tidak menyebabkan perjanjian ini batal demi hukum.



Dengan telah dipenuhinya empat syarat sahnya perjanjian menurut pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, maka perjanjian waralaba Enno's Martabak menjadi sah dan mengikat secara hukum bagi para pihak yang membuatnya.

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak yang membuat perjanjian tersebut dari perbuatan merugikan pihak lainnya. Hal ini disebabkan bahwa perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Perjanjian waralaba tersebut memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh pihak pemberi waralaba bagi para pihak penerima waralabanya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban masing-masing, baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba, biaya-biaya yang harus dibayarkan, jangka waktu perjanjian.

Perlindungan hukum dalam suatu perjanjian merupakan unsur yang sangat penting yang harus ada. Perlindungan hukum disini terkait dengan masalah perlindungan hak bagi para pihak dalam perjanjian tersebut. Apabila ada salah satu pihak dalam perjanjian dirugikan oleh pihak lain dalam suatu perjanjian, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut haknya agar tetap dipenuhi.

Perlindungan hukum bagi pemberi waralaba di dalam perjanjian ini sudah cukup baik mengingat pada dasarnya pemberi waralaba



merupakan pihak yang berada dalam posisi yang kuat. Hal ini terlihat dari Perlindungan Hukum terhadap HAKI yang dimiliki oleh Pihak Pemberi Waralaba (franchisor) akan dapat lebih terlindungi apabila dalam Perjanjian Waralaba telah mengatur tentang perlindungan HAKI secara spesifik, yakni dengan memperjanjikan batasan-batasan tertentu yang harus dipatuhi oleh Penerima Waralaba (franchisee), yang secara langsung maupun tidak langsung ditujukan untuk melindungi hak kekayaan intelektual dari oleh Pihak Pemberi Waralaba (franchisor).

Pemberi waralaba juga memperoleh perlindungan hukum yang sebagaimana terdapat di dalam Undang-Undang No 15 Tahun 2001 Tentang Merek. Di dalam Pasal 46 UU Merek dinyatakan bahwa "penggunaan merek terdaftar di Indonesia oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan merek tersebut di Indonesia oleh pemilik merek." Dengan adanya ketentuan ini, maka pemberi waralaba yang tidak menggunakan mereknya untuk perdagangan barang/jasa, merek tersebut tidak akan hapus secara otomatis, karena penggunaan merek oleh penerima waralaba sama dengan penggunaan merek oleh pemberi waralaba.

Di dalam Pasal 2 perjanjian waralaba antara Enno's Martabak dengan Pihak X disebutkan "Pemberi waralaba menjamin Terwaralaba, sebuah wilayah eksklusif untuk daerah yang dikenal dengan nama Cilacap, Banyumas dan sekitarnya". Jadi disini pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba bahwa daerah usaha



yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu daerah yang eksklusif. Selain itu disebutkan pula bahwa pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba bahwa pemberi waralaba tidak akan membuka usaha yang sejenis di daerah yang sama tanpa seizing penerima waralaba.

Klausula ini merupakan suatu jaminan yang tidak dinyatakan secara tegas oleh pemberi waralaba. Hal ini dikarenakan tidak adanya pengaaturan lebih lanjut mengenai sanksi yang akan diterima oleh pemberi waralaba dalam hal adanya pelanggaran perjanjian ini. Sebab bukan tidak mungkin pemberi waralaba akan membangun suatu usaha yang sejenis di wilayah yang sama karena tidak adanya sanksi yang tegas di dalam pengaturan ini. Di dalam pasal ini dapat terlihat bahwa perlindungan yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba merupakan suatu perlindungan yang tidak sungguh-sungguh. Hal ini dikarenakan tidak ada pencantuman sanksi-sanksi yang akan diterima oleh pemberi waralaba apabila pemberi waralaba melanggar klausula perjanjian ini. Sebab mungkin saja terdapat kemungkinan pemberi waralaba membangun tempat usaha sejenis di wilayah yang sama mengingat tidak adanya akibat yang secara tegas dinyatakan dalam perjanjian ini yang akan diterima oleh pemberi waralaba.

Pembuatan perjanjian waralaba, yang sudah dibakukan menimbulkan persoalan manakala terjadi suatu permasalahan hukum terkait dengan pihak penerima waralaba. Maka, berdasarkan perjanjian



waralaba yang telah dibakukan tersebut, jelas ternyata bahwa penerima waralaba mempunyai perlindungan hukum yang lemah berdasarkan perjanjian waralaba yang telah disepakatinya dengan pihak ketiga. Dengan demikian, jelas bahwa pihak pemberi waralaba berada pada posisi yang lebih menguntungkan daripada pihak penerima waralaba sehingga mempunyai posisi tawar yang lebih menguntungkan. Dengan demikian, perjanjian baku tersebut dibuat lebih melindungi aspek kepentingan daripada pihak pemberi waralaba.

Sesuai dengan hal tersebut, dapat terlihat sebagaimana terurai dalam uraian perjanjian waralaba pada bab sebelumnya bahwa sebagian besar klausul yang tercantum di dalam perjanjian tersebut digunakan untuk melindungi dan mendatangkan keuntungan yang lebih besar bagi pihak pemberi waralaba, seperti yang tercantum dalam Pasal 3 Perjanjian Waralaba yang berbunyi sebagai berikut :

“Franchisee tidak akan melibatkan baik secara langsung maupun tidak langsung, Franchisor bila Franchisee terlibat tuntutan hukum dan/atau non hukum yang dilakukan oleh pihak lain dengan usaha Gerai Enno Martabak yang dikelolanya.”

Di samping itu, banyak sekali kewajiban-kewajiban yang harus ditanggung oleh pihak Franchisee seperti biaya-biaya yang dikeluarkan bagi pelatihan yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha, pajak-pajak yang harus dibayarkan oleh franchisee serta adanya pemberian kuasa kepada franchisor untuk dilakukannya audit terhadap seluruh manajemen pembukuan franchisee.



Akibat dari perjanjian waralaba adalah akan timbulnya apa yang disebut dengan hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban di bidang hukum harta kekayaan ini bersifat relatif, dikatakan relatif karena hubungan hukum ini hanya bisa dituntut dan dipertahankan terhadap pihak-pihak tertentu yang terikat dalam perjanjian. Pihak-pihak tertentu ini adalah Enno's Martabak dengan Pihak X yang terikat baik karena ketentuan undang-undang maupun karena perjanjian waralaba itu sendiri.

Perjanjian waralaba Enno's Martabak ini menurut Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata berlaku sebagai undang-undang bagi pihak yang membuatnya dan menyebabkan akibat hukum sesuai dengan pasal 1315 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata hanya bagi pihak Enno's Martabak dengan Pihak X. Pada Pasal 1339 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menetapkan lebih lanjut lagi tentang perjanjian ini yaitu apabila dikaitkan dengan perjanjian waralaba Enno's Martabak ini maka perjanjian ini tidak saja mengikat pada apa yang dicantumkan semata-mata dalam perjanjian, tetapi juga pada apa yang menurut sifatnya perjanjian itu dikehendaki oleh keadilan, kebiasaan atau undang-undang. Dalam Pasal 1347 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata bahkan ditetapkan bahwa hak-hak atas kewajiban-kewajiban yang sudah lazim diperjanjikan dalam suatu perjanjian, meskipun pada suatu waktu tidak dimasukkan dalam perjanjian harus juga dianggap tercantum dalam perjanjian.



Hal-hal di luar perjanjian waralaba Enno's Martabak meskipun tidak mencantumkan hal itu akan tetapi apabila suatu yang lazim dalam perjanjian maka tetap dianggap dicantumkan dalam perjanjian. Perjanjian menimbulkan perikatan. Perjanjian waralaba antara Enno's Martabak dengan Pihak X menimbulkan perikatan diantara kedua belah pihak yang berarti suatu hubungan hukum antara dua orang. Perikatan ini memberi hak pada yang satu untuk menuntut barang sesuatu dari yang lainnya, sedangkan orang yang lainnya diwajibkan memenuhi tuntutan itu begitu pula sebaliknya.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa terhadap perjanjian waralaba yang dibuat dan dilaksanakan antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba di Indonesia ini lebih menitikberatkan perlindungan hukum bagi pihak pemberi waralaba. Di sisi lain, adanya penerapan ketentuan dari peraturan perundang-undangan yang berlaku, terutama peraturan-peraturan yang berkaitan dengan pembuatan perjanjian. Dalam ketentuan-ketentuan tersebut jelas bahwa hukum menjamin kedudukan yang seimbang antara pihak pemberi dan penerima waralaba sehingga dalam kedudukan yang seimbang itu pula membawa dampak bahwa hukum dapat memberikan perlindungan dalam porsi yang sama besarnya, baik bagi pihak pemberi waralaba maupun penerima waralaba. Hal ini didukung pula dengan aturan dalam konstitusi kita, yaitu pada Pasal 27 UUD 1945 yang menjamin adanya hak bagi tiap-tiap



warga negara atas pekerjaan dan penghidupan yang layak bagi kemanusiaan.

Di satu sisi, pemerintah telah menjamin dan memberikan perlindungan hukum yang seimbang bagi setiap subjek hukum yang melakukan perbuatan hukum di wilayah Indonesia melalui setiap aturan-aturan yang diberlakukannya. Manakala terjadi gugatan dari pihak ketiga atas kerugian yang dialaminya terhadap pihak penerima waralaba, maka pada saat tersebut pihak ketiga itu mempunyai kewajiban untuk memberikan bukti atau fakta hukum pendukung sebagai alat bukti untuk membuktikan kebenarannya. Hal ini sebagaimana telah diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Acara Perdata Indonesia.

Di samping itu, dengan berlakunya Undang-Undang Perlindungan Konsumen di Indonesia, mengatur bahwa beban pembuktian untuk membuktikan kebenaran yang terjadi terdapat pada pihak produsen (dalam hal ini penerima waralaba). Dengan demikian, pihak penerima waralaba mempunyai kewajiban untuk membuktikan bahwa tindakan yang telah dilakukannya tersebut telah sesuai dengan prosedur pemberian waralaba tersebut, yang mana tentu saja harus dibarengi dengan adanya itikad baik dalam melakukan kegiatan usaha tersebut.

Di dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba telah diatur



mengenai ketentuan yang bersifat preventif, yaitu yang dilakukan dalam bentuk.<sup>56</sup>

1. Kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba sebelum perjanjian waralaba ditandatangani oleh kedua belah pihak, pemberi waralaba dan penerima waralaba.
2. Adanya ketentuan yang mengatur mengenai klausula minimum yang diatur dalam Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dan penerima waralaba.
3. Kewajiban untuk melakukan pendaftaran perjanjian waralaba pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan, termasuk atas setiap perubahannya.
4. Kewajiban untuk melakukan pelaporan berkala atas pelaksanaan waralaba.

Dengan adanya ketentuan yang bersifat preventif tersebut, hal ini menunjukkan bahwa pemerintah telah mengupayakan untuk mengadakan perlindungan hukum secara seimbang bagi pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. Dengan kata lain, manakala perjanjian waralaba yang dibuat oleh pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba tidak mencerminkan perlindungan hukum yang cukup bagi pihak penerima waralaba, perlindungan tersebut tetap dapat diperoleh pihak

---

<sup>56</sup> Gunawan Widjaja, *op cit.*, hlm. 148



penerima waralaba melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia mengenai usaha dan tata laksana waralaba di Indonesia ini

Pada hakikatnya, peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia dapat dikategorikan ke dalam kaidah hukum yang memaksa dan kaidah hukum tidak memaksa. Hukum perjanjian di Indonesia, termasuk di dalamnya pembuatan perjanjian waralaba termasuk di dalam bagian kaidah hukum tidak memaksa. Hal ini dikarenakan bahwa ketentuan yang terdapat di dalam Buku III KUHPerdara mempunyai sifat yang terbuka, berarti dapat disimpangi oleh para pihak dengan adanya pembuatan klausul-klausul dalam perjanjian yang dibuat di antara mereka. Meskipun demikian, tetap saja terdapat beberapa peraturan dasar pembuatan perjanjian yang bersifat memaksa seperti syarat-syarat sahnya pembuatan suatu perjanjian serta daya berlaku dan mengikatnya suatu perjanjian.

Di samping itu, meskipun pembuatan perjanjian waralaba tersebut dibuat dalam bentuk yang dibakukan (perjanjian baku), tetapi tidak ada paksaan dari pihak pemberi waralaba bagi pihak penerima waralaba ataupun tekanan sehingga pihak penerima waralaba menandatangani perjanjian tersebut secara sadar dan berdasarkan kemauannya sendiri.

Oleh karena itu, perlindungan hukum yang didapat oleh pihak penerima waralaba tidak timbul melalui perjanjian waralaba yang mengikatnya dengan pihak pemberi waralaba akan tetapi perlindungan



bagi pihak penerima waralaba didapatnya melalui ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, melalui kaidah-kaidah memaksa yang tidak dapat disimpangi oleh para pihak melalui perjanjian waralaba yang mereka buat. Salah satunya perlindungan hukum yang didapat oleh pihak penerima waralaba adalah berdasarkan Pasal 1341 KUHPerdara mengatur bahwa :

“Tiap orang berpiutang boleh mengajukan batalnya segala perbuatan yang tidak diwajibkan dilakukan oleh si berutang dengan nama apapun juga, yang merugikan orang berpiutang, asal dibuktikan bahwa ketika perbuatan dilakukan, baik si berutang itu berbuat, mengetahui bahwa perbuatan itu membawa akibat yang merugikan orang-orang berpiutang.

Hak-hak yang diperolehnya dengan itikad baik oleh orang-orang pihak ketiga atas barang-barang yang menjadi pokok perbuatan yang batal itu, dilindungi. Untuk mengajukan al batalnya perbuatan-perbuatan yang dilakukan dengan Cuma-Cuma oleh si berutang, cukuplah si berpiutang membuktikan bahwa si berutang pada waktu melakukan perbuatan itu tahu, bahwa ia dengan berbuat demikian merugikan orang-orang yang menguntungkan padanya, tak peduli apakah orang yang menerima keuntungan juga mengetahuinya atau tidak.”

Di sisi lain, Pasal 1344 KUHPerdara, yang berbunyi sebagai berikut:

“Jika ada alasan untuk itu si berhutang harus dihukum mengganti biaya, rugi dan bunga, bila ia tidak membuktikan, bahwa hal itu tidak dilaksanakan atau tidak pada waktu yang tepat dilaksanakannya perjanjian itu, disebabkan karena suatu hal yang tidak terduga, pun tak dapat dipertanggungjawabkan padanya, kesemuanya itu pun jika itikad buruk tidak ada pada pihaknya.”

Ketika terdapat permasalahan hukum menyangkut antara pihak penerima waralaba dengan pihak end user, maka sesuai dengan pemaparan di atas, membutuhkan penelitian terlebih dahulu untuk



membuktikan pihak mana yang melakukan kesalahan, apakah pihak penerima waralaba atau pihak pemberi waralaba. Berdasarkan kedua ketentuan tersebut di atas, maka sesuai dengan ketentuan tersebut pihak *end user*, selaku pihak yang menderita kerugian harus dapat membuktikan bahwa pihak penerima waralaba merupakan pihak yang telah melakukan kelalaian sehingga dengan terbuktinya hal tersebut pihak penerima waralaba mempunyai beban kewajiban untuk memberikan ganti rugi yang sesuai dengan kerugian yang diderita oleh pihak *end user* tersebut.

Di sisi lain, sesuai dengan perjanjian yang dibuat antara pihak penerima waralaba dengan pihak pemberi waralaba, tidak dapat ditemukan perlindungan hukum bagi penerima waralaba. Hal ini dapat terlihat dengan adanya pencantuman klausul dalam Pasal 3 perjanjian waralaba tersebut bahwa pihak pemberi waralaba dikesampingkan dari segala masalah hukum yang dialami oleh pihak penerima waralaba.

Dengan demikian, jelas bahwa perjanjian waralaba yang dibuat oleh pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba tidak memberikan perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba manakala ia mempunyai permasalahan hukum dengan *end user*, sehingga satu-satunya perlindungan hukum yang diperolehnya hanya berdasarkan ketentuan peraturan perundang-undangan.







## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pemaparan analisa di dalam bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Dalam contoh kasus yang penulis angkat maka perlindungan hukum para pihak dalam SURAT PERJANJIAN FRANCHISE antara Enno's Martabak dengan Pihak X, apabila terjadi pemutusan perjanjian sepihak, Pihak X adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal franchisee sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya Perjanjian Franchise. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh Pihak Ennos's Martabak sebagai pemberi waralaba, maka sebelum Pihak Ennos's Martabak menentukan, Pihak X yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan Pihak X lama, termasuk persoalan ganti rugi.

Tanggung jawab dari pihak penerima waralaba manakala timbul kerugian pada penerima waralaba perlu dilihat dan dikaji terlebih dahulu sehingga dapat mengetahui secara pasti mengenai penyebab dari kerugian yang timbul tersebut. Jika kerugian yang timbul disebabkan oleh kelalaian dari penerima waralaba, maka pihak penerima waralaba mempunyai tanggung jawab penuh untuk



mengganti kerugian yang timbul tersebut tanpa melibatkan pihak pemberi waralaba.

2. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba antara Enno's Martabak dengan Pihak X sangatlah kurang bagi pihak Penerima Waralaba. Hal ini dilihat dari pihak Pihak X harus membayar semua biaya audit dan biaya lain termasuk biaya pengacara, sedangkan keseluruhan hal ini adalah dilakukan untuk kepentingan Pihak Enno's Martabak.

Perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba dalam kedudukannya sebagai pihak dalam perjanjian waralaba yang sudah dibakukan tidak dalam porsi yang sama besarnya dengan perlindungan hukum yang diterima oleh pihak pemberi waralaba melalui perjanjian waralaba tersebut. Perlindungan hukum bagi pihak penerima waralaba hanya didapatnya melalui ketentuan-ketentuan kadhah memaksa yang terdapat di dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku di Indonesia.

## **B. Saran**

Adapun saran yang penulis berikan berkaitan dengan permasalahan yang diteliti adalah sebagai berikut :

1. Sebaiknya tahapan negosiasi dalam perancangan negosiasi menjadi suatu hal yang mutlak harus dilakukan sehingga perjanjian



tersebut dapat menampung kepentingan para pihak secara seimbang dan mengurangi jumlah perselisihan yang timbul dalam usaha waralaba ini. Lebih lanjut juga seharusnya hukum positif Indonesia memiliki pengaturan undang-undang untuk penerapan klausula baku dalam hal kontrak bisnis, untuk mencegah maupun melindungi pebisnis Skala kecil dan menengah dari kerugian.

2. Diperlukan adanya suatu aturan yang lebih komprehensif dan terpadu mengenai usaha waralaba ini sehingga dapat diketahui secara jelas dan pasti mengenai aturan-aturan yang berlaku mengenai waralaba di Indonesia. Risiko kerugian pihak franchisee ditanggung sendiri, oleh karena itu pemerintah mengatur standart perjanjian waralaba, khususnya mengenai hak dan kewajiban antara pemberi dengan penerima waralaba serta kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba. Konsekuensinya pemerintah melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perjanjian waralaba, dengan cara pengawasan berkala dan pengawasan khusus. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba harus menyampaikan perjanjian Waralaba tersebut kepada Pemerintah.







## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, 2010.
- \_\_\_\_\_, *Hukum Perikatan*, Penerbit Alumni, Bandung, 2012.
- Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008.
- Asril Sitompul, *Menggugat Moral Bangsa, Studi Tentang Hukum dan Moralitas*, Books Terrace & Library, Bandung, 2014
- Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Hadi Setia Tunggal, *Dasar-Dasar Pewaralabaan*, Harvindo, Jakarta, 2006
- Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009.
- Hasanuddin Rahman, *Aspek-Aspek Hukum Perbankan di Indonesia*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1998
- I.G.Rai Wijaya, *Merancang Suatu Kontrak (Contract Drafting Teori dan Pustaka)*, Kesaint Blanc, Jakarta, 2002.
- Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1999.
- J. Satrio, *Hukum Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2010.
- Johanes Ibrahim dan Lindawaty S., *Hukum Bisnis-Dalam Persepsi Manusia Modern*.
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Lexy Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosda Karya, Bandung, 1990.



Mariam Darus Badruzaman, *Pembentukan Hukum Nasional dan Permasalahannya*, Almuni, Bandung, 1981.

\_\_\_\_\_, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994

\_\_\_\_\_, *KUHPerdata, Buku III, Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung, 2006.

Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 2005.

Philipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT. Bina Ilmu, Surabaya, 1987

Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta, 1998.

Salim HS, *Hukum Kontrak Teori dan Teknik*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.

\_\_\_\_\_, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.

\_\_\_\_\_, *Perkembangan Hukum Kontrak di Luar KUH Perdata*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

\_\_\_\_\_, *Hukum Kontrak : Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2005.

Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif, Suatu Tinjauan Singkat*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2007.

Sutan Remi Syahdeni, *Kebebasan Berkontrak dan Perlindungan Yang Seimbang Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Kredit Bank Indonesia*, Institut Bankir Indonesia, 1993.

Wirjono Prodjodikoro, *Asas-Asas Hukum Perjanjian*, PT. Bale, Bandung, 1981.

## **B. Peraturan Perundang-Undangan**

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba



Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 Tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

**C. Sumber Lainnya : Kamus, Majalah, Tesis, Disertasi, Internet, dan lain-lain.**

Andi Hamzah, *Kamus Hukum*, Ghalia Indonesia, 2005.

Mariam Darus Badruzaman, *Perlindungan Terhadap Konsumen Dilihat Dari Sudut Perjanjian Baku (Standar)*, Makalah disampaikan dalam Simposium Aspek-Aspek Hukum Masalah Perlindungan Konsumen, Diselenggarakan oleh BPHN Departemen Kehakiman, Jakarta, pada tanggal 16-18 Oktober 1980

Ridwan Khaerandy, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia*, Majalan Unisa UII, Yogyakarta, 1992.

V. Winarto. *Makalah Seminar Aspek-aspek Hukum Franchising*, Surabaya 23 Oktober 1993.

Ambar Kuncoro Aji, *Makalah Perlindungan Hukum Terhadap Syarat-Syarat Dalam Perjanjian Baku Bagi Pihak Debitur*, Fakultas Hukum Universitas Gajah Mada, Yogyakarta, 2001

Laporan Pengkajian Tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian *Keagenan dan Distribusii Badan Pembinaan Hukum Nasional*, Departemen Kehakiman RI, Tahun 2002/ 2003.

Adriansyah Parman, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan RI, majalah *Franchise Indonesia*, edisi 10 November – 9 Desember 2006.







## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### DATA PRIBADI

Nama : LIA SALSIAH  
Tempat, tanggal lahir : Bogor, 25 Mei 1972  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Status : Menikah  
Alamat : Lebak Lestari Residence  
Jln. Taman Lebak Bulus IV Blok X No. 5  
Jakarta Selatan  
Nomor handphone : 08111928848  
Alamat email : [liapandu@gmail.com](mailto:liapandu@gmail.com)

### PENDIDIKAN FORMAL

SD Dewi Sartika 1, Bogor  
SMP 2, Bogor  
SMA Budi Mulya  
Akademi Sekretaris Saint mary  
S1 Fakultas Hukum Universitas Pakuan, Bogor  
S2 Magister Kenotariatan Jayabaya, Jakarta