

SKRIPSI

FRANCHISING SEBAGAI SUATU LEMBAGA HUKUM DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA



BUNGAN OCKTOFHIANUS
NIM : 039714537

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

2005

**FRANCHISING SEBAGAI SUATU LEMBAGA HUKUM
DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA**

SKRIPSI

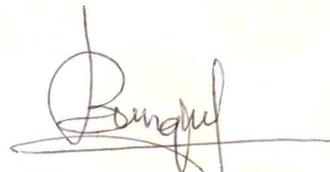
**DIAJUKAN UNTUK MELENGKAPI TUGAS DAN MEMENUHI
SYARAT GUNA MEMPEROLEH GELAR SARJANA HUKUM**

Dosen Pembimbing,



Lisman Iskandar, S.H.,MS
NIP. 130 675 526

Penulis,



Bungaran Ocktofhianus
NIM. 039714537

**FAKULTAS HUKUM
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2004**

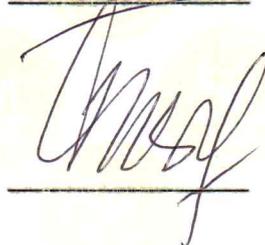
**Skripsi ini telah diuji dan dipertahankan dihadapan Panitia Penguji
Pada tanggal : 10 Desember 2004**

Panitia Penguji Skripsi :

Ketua : Bambang Sugeng Ariadi.S., S.H., MH

Anggota : 1. Lisman Iskandar, S.H., MS

2. Trisadini P. Usanti, S.H., MH



Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- 1. Papa dan Mama tercinta atas kasih sayang dan perhatiannya kepadaku.***
- 2. Kakakku, Mbak Ruli, yang aku kasihi dan sayangi selalu.***

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan kuucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas perlindungan, berkat, dan pertolongannya kepadaku selama ini, sehingga aku dapat menyelesaikan skripsiku yang berjudul **“FRANCHISING SEBAGAI SUATU LEMBAGA HUKUM DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA”** dengan baik.

Pada kesempatan ini, dengan kerendahan hati saya mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang telah banyak membantu saya sehingga skripsi saya akhirnya dapat terselesaikan. Maka, saya ingin mengucapkan rasa terima kasih saya yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bp. Machsoen Ali, S.H., MS, selaku Dekan dan para Pembantu Dekan beserta staff pengajar Fakultas Hukum Unair yang telah membimbing saya selama menjadi mahasiswa Fakultas Hukum UNAIR sampai pada saat sekarang ini.
2. Ketua Jurusan Hukum Perdata Ibu Hj. Soendari Kabat S.H.,M.Hum, atas segala bantuannya dalam menyetujui skripsi yang saya susun ini.

3. Ibu Nurul Barizah S.H., Bp. Eman Ramelan S.H., MS, dan Bp. Bambang Sugeng Ariadi, S.H., MH, selaku Dosen Wali yang selalu memberikan arahan selama ini.
4. Bp. Lisman Iskandar, S.H., MS, selaku Dosen Pembimbing yang dengan kesabarannya telah meluangkan waktu dan tenaganya dalam membimbing penulisan skripsi ini.
5. Bp. Bambang Sugeng Ariadi, S.H., MH, Bp. Lisman Iskandar, S.H., MS, Ibu Trisadini P. Usanti, S.H., MH, selaku Panitia Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan sebagai tambahan bahan penulisan untuk penyempurnaan skripsi ini.
6. Mbah Kakung, dan Mbah Putri (alm.) atas segala kasih sayangnya kepadaku yang tak henti-hentinya.
7. Keluarga di Bratang, Bu De Wik, Om To, Mbah Sosok, Mbak Hesti, Mas Hasta atas kebaikannya kepadaku.
8. Keluarga di Blitar, Pak De Pajar, Bu De Sri, Bos Arif, dan Diah.
9. Sahabatku yang setia menemaniku dalam menyelesaikan skripsiku Tores, dan Nanang. *Thank"s a lot guys..*
10. Sahabat-sahabat kuliahku selama ini Sardimen, Cirul, Santok, Mukri, Prenky. *Suwun yo pek..*

11. Ibu Kos, Pak kos, Ari, dan semuanya yang tinggal di kos-kosan Gubeng Kertajaya IX B dalam/29. *Makasih buat tempat tinggal yang menjadi rumahku di Surabaya selama ini..*
12. Teman-teman di FH, Arman, Steve, Totok Gondrong, Panca, Unggul, Putu, Bintoro.
13. Teman-teman Kosku, Didot, Kaul, Putut, Mas Ngurah, dan Edi Kodok. *Sampai ketemu lagi rek..*
14. Sahabat lamaku yang lama tidak bertemu, Angga. *Sorry skripsimu aku bawa selama ini..*
15. Sahabat-sahabatku di Kos-kosan Gubeng Jaya, Edi Panjul dan Riko. *kapan ketemu meneh rek..*
16. Teman-temanku di Jakarta, Oklay, T-lep, Bakti, Agus, Bowel, dan Iksan. *Gimana kabar kalian ..?*
17. Teman-teman KKN-ku, Elisa dan Dinda. *Sori Din aku nggak datang waktu nikahanmu..*
18. Buat Warkop Cak Kan, Soto Imron, Café Cak Tri, Warung Srikana, dan Café Tofa terima kasih atas pelayanan yang terbaik dan penuh kesopanan.
19. Motorku, Grand 97 hitam, yang selalu mengantarku kemana pun aku pergi.
20. Rental PS mas Yusi, *Kapan rentale buka meneh mas..*

21. My Pets at home, Gabon, Nyit-nyit, Krucil, Katie, Kitty. *Stay funny all right..*
22. Semua pihak-pihak yang tidak disebutkan karena terbatasnya tempat waktu yang dimiliki oleh penulis. *Makasih banyak..*

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, meskipun demikian penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan manfaat bagi pembaca.

Surabaya, 14 Februari 2005

Penulis

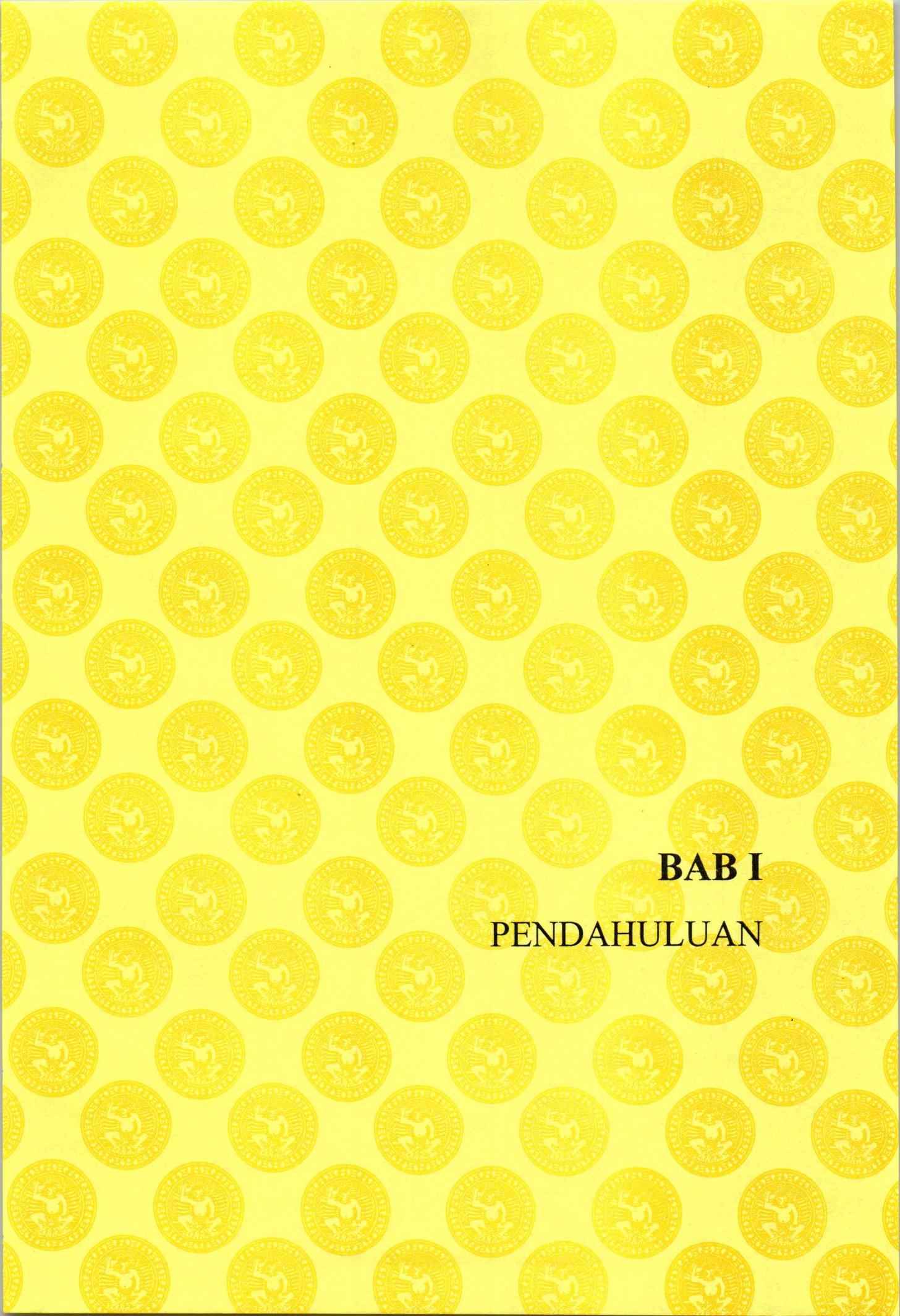
Bungaran Ocktofhianus

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Persembahan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Daftar Isi.....	ix
Bab I : Pendahuluan.....	1
1. Latar Belakang Masalah.....	1
2. Penjelasan Judul.....	20
3. Alasan Pemilihan Judul.....	21
4. Maksud dan Tujuan Penulisan.....	22
5. Metodologi Penulisan.....	22
6. Pertanggungjawaban Sistematika.....	23
Bab II : Akibat Hukum Timbulnya Perjanjian Franchise.....	25
1. Unsur-Unsur Perjanjian dalam Franchise.....	25
2. Syarat-Syarat Perjanjian Kontrak Franchise.....	30

3. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Franchise	36
4. Proses dan Cara Pendaftaran Perjanjian Franchise.....	39
Bab III : Penyelesaian Hukum Sengketa Perjanjian Franchise	45
1. Timbulnya Sengketa dalam Perjanjian Franchise	45
2. Lembaga Penyelesaian Sengketa Perjanjian Franchise....	49
Bab IV : Penutup	55
1. Kesimpulan	55
2. Saran.....	56

Daftar Bacaan



BAB I
PENDAHULUAN

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Pada era global, seperti pada saat sekarang ini membuat setiap bidang kehidupan terasa penuh dengan persaingan yang sangat ketat. Bidang-bidang kehidupan tersebut dapat berupa bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, hukum, bahkan dalam bidang teknologi, kita menghadapi tingkat persaingan yang sulit. Akibat dari begitu ketatnya persaingan yang terjadi di berbagai bidang kehidupan tersebut, membuat kita memikirkan suatu ide baru yang kreatif guna mengantisipasi keadaan yang penuh dengan kompetisi tersebut, agar kita bisa “*survive*” didalam menjalankan kehidupan kita sehari-hari. Hal tersebut menimbulkan dampak yang sangat nyata terutama dalam bidang lapangan pekerjaan.

Kebijakan pemerintah yang akan menerapkan sistem perdagangan bebas, secara tidak langsung membuat kita harus bisa bersaing dengan produk asing. Salah satu usaha yang bisa dilakukan untuk mengatasi atau mengurangi persaingan dengan produk asing adalah dengan menerapkan sistem pemasaran franchise. Franchise merupakan suatu sistem pemasaran yang tergolong baru dikenal didalam masyarakat baik di Indonesia maupun di luar negeri. Sistem pemasaran franchise salah satu solusi dari begitu sulitnya tingkat persaingan bisnis yang terjadi di Indonesia dan di luar negeri. Dengan menjalankan sistem usaha franchise kita mendapatkan satu mitra

kerja dalam menjalankan suatu usaha. Dengan adanya seorang mitra tersebut, maka kita dapat lebih mudah dalam melakukan kegiatan usaha yang dijalankan.

Franchise atau bila diterjemahkan dalam istilah bahasa Indonesia sebagai waralaba memiliki banyak sekali pengertian berdasarkan pendapat dari para ahli maupun menurut ketentuan perundang-undangan di Indonesia ini. Henry Campbell Black dalam *Black's Law Dictionary* dijelaskan pengertian bahwa franchise adalah suatu keistimewaan khusus yang diberikan pemerintah, keistimewaan yang diberikan oleh pabrikan untuk menjual atau menggunakan produk atau jasa yang diberi merk pabrik tersebut berdasarkan syarat-syarat tertentu, dan juga merupakan lisensi atau ijin yang diberikan pemilik merk dagang kepada pihak lain untuk menjual suatu produk barang atau jasa berdasarkan merk tersebut.¹ Sedangkan Martin Mendelsohn dalam pendapatnya mengemukakan bahwa franchise (dalam hal ini ia lebih menekankan pada franchise format bisnis) adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang (franchisor) kepada pihak lain (franchisee), lisensi tersebut memberikan hak kepada franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merk dagang atau nama dagang franchisor, dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus-menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.²

¹ Wuri Andriyani, **Aspek Yuridis Perjanjian Franchising Sebagai Trend Bisnis di Indonesia**, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, Surabaya, 1997, hal.5.

² Martin Mendelsohn, **Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee**, Cetakan Pertama, pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1993, hal.4.

Berbeda lagi dengan John Downes dan Elliot Goodman yang memberikan pengertian bahwa franchise adalah suatu hak khusus yang diberikan kepada dealer oleh suatu usaha manufaktur atau suatu organisasi jasa franchise, untuk menjual suatu produk atau jasa pemilik franchise di suatu wilayah tertentu, dengan atau tanpa eksklusivitas.³

Pengaturan franchise di Indonesia secara umum terdapat di dalam UU No. 14 Tahun 2001 Tentang Paten, UU No. 15 Tahun 2001 Tentang Merek, UU No. 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta, dan juga terdapat di dalam BW yang mengatur mengenai kebebasan berkontrak yang terdapat di dalam perjanjian franchise. Sedangkan pengaturannya secara khusus terdapat di dalam PP No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba, juga Kep. Menperindag RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba di dalamnya memuat pengertian mengenai franchise atau waralaba.

Menurut PP No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba pada ketentuan umum Pasal 1 angka (1) disebutkan bahwa :

”Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa”

Sedangkan para pihak yang terlibat dalam perjanjian franchise sesuai dengan PP tersebut adalah :

³ Gunawan Widjaja, **Seri Hukum Bisnis Waralaba**, Cetakan Pertama, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hal.9.

- a. Franchisor (pemberi waralaba) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya;
- b. Franchisee (penerima waralaba) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba.

Berdasarkan berbagai macam pengertian dari franchise atau waralaba yang dikemukakan di atas dapat dilihat bahwa begitu banyak penjelasan dari definisi franchise yang berbeda-beda sehingga menjadikan ruang lingkup definisi franchise menjadi sangat luas. Namun demikian dapat diambil suatu kesimpulan dari berbagai pendapat mengenai franchise. Bahwa franchise adalah suatu sistem distribusi produk barang atau jasa, dimana perusahaan induk (franchisor), memberikan pada perusahaan lainnya (franchisee), suatu hak istimewa untuk melakukan suatu sistem usaha tertentu, dengan cara tertentu, waktu tertentu dan tempat tertentu berdasarkan pengawasan dari franchisor, dan franchisee membayar royalti atas hak yang diperolehnya tersebut.

Franchise pada hakikatnya mirip dengan perjanjian lisensi, namun memiliki keunikan-keunikan tersendiri dan lebih kompleks. Pada perjanjian lisensi biasanya hanya meliputi satu bidang kegiatan saja (misalnya: lisensi pemakaian merk, lisensi

pemakaian suatu produk tertentu, dan lain-lain). Sedangkan franchise terkadang dalam klausul-klausul kontraknya juga meliputi hal-hal lain misalnya:

- a. Perjanjian tentang hutang piutang;
- b. Penyewaan tempat usaha;
- c. Perjajian pembangunan tempat usaha;
- d. Penyewaan peralatan;
- e. Desain gambar untuk iklan dan logo perusahaan;
- f. Penyeleksian karyawan;
- g. Pengawasan;
- h. Promosi.⁴

Jadi, dalam menjalankan suatu bisnis franchise begitu banyak terjadi keterkaitan antara franchisor dengan franchisee dalam menjalin hubungan kemitraan diantara mereka. .

Sistem bisnis franchise tumbuh dan berkembang pertama kali di benua Amerika, khususnya di negara Amerika Serikat.

Bisnis franchise mulai muncul pertama kali di Amerika Serikat dan pada perkembangan selanjutnya mulai dikenal di negara-negara lain di dunia. Walaupun bentuk bisnis yang menyerupai franchise sudah lama dikenal di dunia, namun bisnis franchise seperti dalam bentuk sekarang ini proses pengembangannya terjadi di Amerika Serikat. Amerika Serikat pada saat sekarang ini juga adalah sebagai pasar terbesar dari sistem bisnis franchise dan juga pengekspor sistem bisnis franchise pula.⁵

⁴ Wuri Andriyani, *op.cit.* hal.22.

⁵ *ibid.*, hal.2.

Sistem franchise sudah mulai masuk dan berkembang di kalangan masyarakat dunia usaha kita, sekitar dekade tujuh puluhan.

Di Indonesia, bisnis franchise mulai dikenal sekitar tahun tujuh puluhan, seiring dengan masuknya usaha dari luar negeri dengan berbagai merk yang terkenal di Indonesia, seperti: Kentutucky Fried Chicken, Mc Donalds, dan sebagainya. Disamping itu usaha lokal tumbuh menyerupai bisnis franchise, walaupun tanpa disadari, misalnya Es Teler 77, Rudi Hadisuwarno Salon, dan sebagainya.⁶

Di Amerika, pengaturan mengenai franchise pertama kali dibuat pada tahun 1956 yaitu dengan diterima dan diundangkannya *The Automobile Dealer Franchise Act*. Tujuan dari dibuatnya pengaturan franchise tersebut adalah untuk memelihara keseimbangan kekuasaan antara pembuat mobil dan dealer penerima franchise.⁷ Dalam hal itu pengadilan di Amerika Serikat membolehkan dealer penerima franchise untuk mengajukan tuntutan di pengadilan distrik AS guna mendapatkan ganti rugi dari para produsen mobil (pemberi franchise) apabila tidak memenuhi persyaratan dalam perjanjian franchise yang telah dibuat antara kedua belah pihak tersebut. Sampai saat ini pengaturan mengenai perjanjian franchise di Amerika banyak sekali penyempurnaan-penyempurnaan isinya. Hal tersebut dilakukan untuk semakin mengakomodir dari berbagai masukan-masukan yang diajukan oleh pelaku bisnis franchise disana. Baik itu dari pihak franchisor maupun pihak franchisee yang sama-sama menginginkan adanya suatu pengaturan perjanjian franchise yang adil bagi kedua belah pihak

⁶ **Ibid.**, hal.2.

⁷ Gunawan Widjaja, **op. cit.** hal.43.

Dewasa ini mulai mengalir berbagai jenis franchise yang merupakan paket usaha, didalamnya terdapat mulai dari nama, logo, warna, desain tata letak, sampai pada cara memproduksi, cara menghidangkan, dan menjual (promosi dan pemasaran) yang semuanya diajarkan lengkap pada pihak penerima franchise (franchisee) di Indonesia. Mulai saat itu banyak usaha *fast food* bermunculan memperkenalkan jenis makanan dan pelayanan yang dikemas menjadi usaha yang baru dan terutama digemari oleh para remaja. Disamping itu banyak pula usaha-usaha lokal yang kegiatan usahanya menyerupai kegiatan usaha franchise, yang semakin banyak tumbuh terutama di kota-kota besar di Indonesia, walaupun tanpa disadari sepenuhnya oleh pengelola. Usaha-usaha tersebut seperti: salon kecantikan, kursus bahasa, kursus komputer, dan sebagainya yang dilakukan melalui suatu kerjasama dalam hal: pembagian risiko, cara pengelolaan, pembagian keuntungan, dan sebagainya seringkali kita temukan di lingkungan sekitar kita.

Dalam bisnis franchise, ada beberapa jenis franchise yang dibedakan menurut kegiatan usahanya. Mengenai hal ini, Retnowulan Sutantio mengemukakan ada 3 (tiga) jenis franchise, yaitu:

a. Distributorship/Product Franchise

Franchisor memberikan izin (lisensi) kepada franchisee untuk menjual barang-barang hasil produksinya.

b. Chains Style Business (Bisnis Format Franchise)

Franchisee menjalankan bisnisnya menggunakan nama franchisor, dimana ia harus mengikuti metode standar operasi, dan diawasi oleh franchisor.

c. Product or Trademark Franchise

Franchisor memberitahukan bahan dan tata cara pembuatan suatu produk, termasuk formula rahasianya dan franchisee memproduksi dan memasarkan sesuai dengan merk dan standar yang ditetapkan franchisor.⁸

Berbeda dengan Retnowulan, menurut Juajir Sumardi ada dua jenis bisnis franchise, yaitu:

a. Franchise format bisnis

Franchisee memperoleh hak untuk memasukkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah yang spesifik dengan menggunakan standar operasional pemasaran.

b. Franchise distribusi produk

Franchisee memperoleh lisensi eksklusif untuk memasarkan produk dari suatu perusahaan tunggal dalam lokasi yang spesifik.⁹

Franchise distribusi produk adalah bentuk franchise yang sederhana dibandingkan dengan bentuk-bentuk franchise yang lain. Dalam franchise bentuk ini pemberi franchise (Franchisor) memberikan suatu hak istimewa kepada penerima franchise (Franchisee) untuk menjual produk yang dikembangkan oleh franchisor yang disertai pemberian ijin untuk menggunakan merk dagang dari franchisor. Pemberian ijin menggunakan merk dagang tersebut digunakan dalam rangka

⁸ Sutantio, Retnowulan, **Kapita Selektta Hukum Ekonomi**, IKAHI, Jakarta, 1995, hal.63-65.

penjualan produk yang difranchisekan tersebut oleh pihak franchisee. Atas pemberian izin penggunaan merk dagang tersebut maka dari pihak franchisee akan memberikan pembayaran royalti pada pihak franchisor, dan franchisor juga akan memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang difranchisekan tersebut. Dalam bentuk yang sederhana ini, franchise distribusi produk sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor, atau lisensi penjualan suatu produk barang atau jasa.

Sedangkan bentuk franchise yang lainnya seperti franchise format bisnis adalah bentuk franchise yang lebih rumit dan kompleks. Dalam buku *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisee dan Franchisor*, Martin Mendelsohn menyatakan franchise format bisnis terdiri atas:

a. Konsep bisnis yang menyeluruh

Ini menyangkut pengembangan cara untuk menjalankan bisnis secara sukses pada seluruh aspeknya yang dilakukan oleh franchisor. Franchisor akan mengembangkan apa yang disebut sebagai "cetak biru" untuk mengelola bisnis tersebut. Cetak biru tersebut hendaknya:

1. Melenyapkan sejauh mungkin risiko yang biasanya melekat pada bisnis yang baru dibuka. Misalnya, jajaran produk atau jasa beserta seluruh aspek operasional bisnisnya hendaknya diuji secara cermat di pasar dengan suatu operasi percobaan oleh franchisor.

⁹ Sumardi, Juwajir, **Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans-Nasional**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hal.23-25.

2. Memungkinkan seseorang yang belum pernah memiliki atau mengelola bisnis, mampu membuka bisnis dengan usahanya sendiri tidak hanya dengan format yang telah ada sebelumnya, tetapi juga dengan dukungan sebuah organisasi milik franchisor.
 3. Menunjukkan dengan jelas dan rinci bagaimana bisnis harus dijalankan.
- b. Sebuah proses permulaan dan pelatihan mengenai seluruh aspek pengelolaan bisnis, sesuai dengan konsep franchisor
- Franchisee harus dilatih mengenai metode bisnis yang diperlukan untuk mengelola bisnis sesuai dengan cetak biru. Ini bisa menyangkut pelatihan menggunakan peralatan khusus, metode pemasaran, penyiapan produk, dan penerapan proses. Franchisee hendaknya dilatih sehingga ia relatif ahli pada seluruh bidang yang diperlukan untuk menjalankan bisnis yang khusus tersebut.
- c. Proses bantuan dan bimbingan yang terus-menerus
- Franchisor pada umumnya akan terus-menerus memberikan berbagai jenis layanan berikutu ini, yang tentunya, tergantung pada tipe bisnisnya:
1. Kunjungan berkala dari, dan akses ke, staf pendukung lapangan untuk membantu memperbaiki atau mencegah penyimpangan-penyimpangan dari cetak biru yang bisa mengakibatkan kesulitan dagang bagi franchisee;
 2. Menghubungkan antara franchisor, franchisee, dan seluruh franchisee yang lain untuk bertukar pikiran dan pengalaman;
 3. Inovasi produk atau konsep termasuk penelitian mengenai kemungkinan-kemungkinan pasar serta kesesuaiannya dengan bisnis yang ada;

4. Pelatihan dan fasilitas-fasilitas pelatihan kembali untuk franchisee dan stafnya;
5. Riset pasar;
6. Iklan dan promosi pada tingkat lokal dan nasional;
7. Peluang-peluang pembelian secara besar-besaran;
8. Nasihat dan jasa manajemen dan akunting;
9. Penerbitan newsletter;
10. Riset.¹⁰

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa franchise format bisnis merupakan hubungan yang menyeluruh dan terus menerus antara franchisor dan franchisee dimana konsep-konsep pengembangan usaha sejak awal terus dilaksanakan. Sumber-sumber daya yang ada dan tersedia untuk dikembangkan akan diberikan oleh franchisor kepada franchisee dengan tujuan agar kegiatan usaha dari bisnis franchise tersebut akan mendapatkan suatu bimbingan yang tepat dalam proses pelaksanaannya.

Pada dasarnya bagi franchisee memperoleh suatu hak franchise sebenarnya sama dengan membeli sebuah bisnis pada umumnya, tetapi berbeda dari jual-beli bisnis biasa, franchisor tidak kehilangan dan sebaliknya franchisee tidak mengambil alih bisnis yang difranchisekan. Selanjutnya franchisee juga tidak akan dapat

¹⁰ Martin Mendelsohn, **Op. Cit.** hal.4-6.

menjalankan bisnis yang diperolehnya dengan cara franchise sesuai keinginannya sendiri.

Dalam bisnis franchise terdapat sejumlah faktor penting yang harus dipertimbangkan. Franchisor atau franchisee akan memasuki sebuah hubungan jangka panjang untuk mencapai tingkat kesuksesan bisnis secara luas. Ada empat faktor utama didalam bisnis franchise yang tidak dijumpai dalam melakukan kegiatan usaha atau bisnis secara independen diluar bisnis franchise. Faktor-faktor tersebut adalah:

- a. Keberadaan pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee) dalam suatu hubungan yang terus-menerus;
- b. Kewajiban untuk menggunakan nama dan sistem franchisor, dan patuh pada pengendaliannya;
- c. Risiko terhadap kejadian yang dapat merusak bisnis franchise yang berada diluar kemampuan dan kesiapan franchisee untuk menghadapinya (misalnya: kegagalan bisnis franchisor, atau tindakan franchisee yang membuat reputasi franchise tersebut menjadi buruk);
- d. Kemampuan pemberi waralaba (franchisor) untuk tetap memberikan jasa sesuai dengan standar yang telah ditetapkan, yang dianggap bernilai dan wajar yang bisa membuat bisnis franchise tersebut berhasil.

Tahapan-tahapan dalam bisnis franchise meliputi antara lain:

- a. Pelaksanaan operasi percobaan

Operasi percobaan dilakukan dengan tujuan sebagai suatu tes uji coba untuk mengukur kesadaran masyarakat mengenai sistem franchise yang akan dioperasikan. Hal ini perlu untuk menjamin bahwa sistem yang akan dikembangkan berhasil dengan baik.

b. Pemasaran kepada calon franchisee

Dalam rangka pemasaran tersebut dapat diadakan suatu kegiatan pengenalan yang bertujuan untuk menarik minat dari calon franchisee. Kegiatan itu bisa berupa *grand opening*, atau melalui pameran, brosur, dan bentuk promosi lain, yang disebarluaskan kepada kalangan pengusaha yang bergerak di bidang franchise.

c. Permintaan calon franchisee untuk bergabung sebagai mitra kerja

Bagi franchisee yang berminat dengan sistem usaha franchise yang dipromosikan oleh franchisor, maka selanjutnya franchisee akan menghubungi pihak franchisor untuk mengutarakan maksudnya yaitu membuka perusahaan dibawah merk franchisor di suatu daerah tertentu.

d. Franchisee diminta mengisi format perjanjian franchise yang lazimnya merupakan kontrak baku (*standard contract*)

Dalam format perjanjian franchise tersebut terdapat informasi mengenai paket bisnis franchise, proyek finansial, dan kesempatan atau peluang bisnis yang akan diperoleh oleh franchisee.

e. Apabila terjadi kesepakatan, maka format perjanjian ditandatangani dan mengikat kedua belah pihak

Bila calon franchisee mengerti dan tidak keberatan dengan segala persyaratan yang terdapat dalam format perjanjian tersebut maka persetujuan telah tercapai dan selanjutnya ditandatangani perjanjian franchise. Hal ini akan menimbulkan hak dan kewajiban bagi para pihak yang telah sepakat dalam perjanjian franchise tersebut.

Sepintas terlihat bahwa tahapan dalam melaksanakan perjanjian franchise diatas ideal bagi kedua belah pihak. Namun dibalik itu terdapat suatu ketidak-adilan, kedudukan pihak franchisee sangat lemah jika dibandingkan dengan pihak franchisor. Hal itu dikarenakan pihak yang menentukan isi kontrak franchise tersebut adalah pemberi franchise (franchisor). Sedangkan pihak penerima franchise (franchisee) tidak dapat menentukan hal-hal yang diatur dalam suatu kontrak franchise. Dengan kata lain syarat-syarat pembuatan kontrak franchise merupakan hak istimewa dari franchisor dan tidak dapat diganggu gugat.

Dalam PP No.10 Th.1997 sendiri juga menegaskan tentang kedudukan dari franchise yang sangat kuat. Hal ini dapat dilihat dalam pasal 3 ayat (1) yang menyebutkan bahwa:

1. Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai:
 - a. Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya;
 - b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba;

- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
- d. Bantuan dan fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba;
- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Berdasarkan PP tersebut pada huruf c dan f menunjukkan bahwa pihak franchisor mempunyai kemungkinan yang besar untuk dapat melakukan suatu tindakan yang dapat merugikan pihak franchisee. Selain syarat pembuatan kontrak ditentukan oleh franchisor, hal pengakhiran atau pembatalan kontrak juga rawan menjadi pemicu perselisihan bagi kedua pihak di kemudian hari. Dapat saja terjadi pihak franchisor memutuskan kontrak dengan franchisee tanpa alasan yang jelas.

Franchise menjadi menanggung risiko kegagalan yang sangat besar, sebab selain berhadapan dengan risiko investasi, risiko persaingan, kesalahan manajemen dan perhitungan pangsa pasar, juga masih harus membayar royalti.¹¹ Hal ini dapat merugikan bagi perekonomian nasional, apabila pihak yang menjadi franchisee adalah pengusaha lokal sedangkan pihak franchisor adalah pengusaha asing.

Begitu pesatnya pertumbuhan perekonomian di negara kita, meskipun sempat dikejutkan dengan adanya krisis ekonomi, tidak menghalangi munculnya

¹¹ Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, **Aspek Hukum dari Franchise**, Jakarta, 1991, hal.49.

kegiatan franchise di kalangan dunia usaha di Indonesia. Jumlah perusahaan yang menjalani sistem franchise saat ini semakin banyak dan meluas.

Bisnis franchise pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun tujuh puluhan. Hal itu dilihat dari maksudnya berbagai macam merk franchise luar negeri yang menyerbu ke Indonesia, seperti: Kentucky Fried Chicken, McDonald's, dan sebagainya.¹²

Pada bulan Februari sampai dengan April 1991 di Jakarta dilakukan sebuah penelitian berjudul "Base-Line Study for Franchise Promotion in Indonesia" yang diselenggarakan oleh Institut PPM.¹³ Dalam pelaksanaannya penelitian tersebut juga melibatkan staf dari Departemen Perdagangan dan disponsori oleh International Labour Organization (ILO). Tujuan dari diadakannya penelitian tersebut adalah mengumpulkan dan menganalisa informasi yang dapat menjadi dasar dari strategi untuk memperkenalkan bisnis franchise lokal di Indonesia dan menciptakan kelangsungan usaha yang terus menerus dilakukan oleh pengusaha kecil dan menengah.

Dari berbagai sumber akhirnya diperoleh data bahwa terdapat 83 nama dagang yang akan diteliti apakah akan menggunakan sistem franchise. Dari 83 nama dagang tersebut, ada 27 nama yang berstatus sebagai franchisor atau "master franchise". Walaupun sudah ditelusuri 83 nama dagang untuk mendapatkan 27 franchise yang saat ini menawarkan paket usaha kepada para calon franchise di

¹² Wuri Andriyani, **loc. cit.**

¹³ Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, **op.cit.**, hal.102-103.

Indonesia, masih besar kemungkinan adanya nama dagang yang organisasinya menerapkan sistem franchise yang belum dicatat. Untuk mengklasifikasikan suatu kegiatan usaha, khususnya kegiatan pemasarannya, apakah termasuk kategori franchise, telah dipakai empat indikator sebagai berikut:

- a. Franchisor menawarkan suatu paket usaha;
- b. Franchise memiliki unit usaha (outlet) yang memanfaatkan paket usaha milik franchisor;
- c. Ada kerja sama antara franchisee dan franchisor dalam hal pengelolaan unit usaha;
- d. Ada kontrak tertulis yang mengatur kerja sama antara franchisor dan franchisee.

Berdasarkan kriteria di atas dapat diperoleh profil sebagai berikut:

- a. Dari 27 franchise yang ada ternyata mayoritas adalah franchise yang dilahirkan di Indonesia, yaitu ada 22 nama (81%). Ada 5 franchise yang menawarkan kepada para calon pengusaha franchise di Indonesia. Kelima franchise tersebut berasal dari Amerika, Prancis, Kanada, dan Jepang.
- b. Juga telah terjadi salah duga bahwa ternyata mayoritas franchise tidak bergerak dalam bidang restoran atau *fast food* sebagai mana dikenal di luar negeri. Mayoritas franchise tersebut bergerak dalam bidang perdagangan umum (8 nama), salon (6 nama), kursus (6 nama), restoran (5 nama), *real-estate* (1 nama), dan hotel (1 nama).

- c. Ada 56 nama dagang yang diduga menjalankan franchise tetapi ternyata tidak memenuhi kriteria franchise sebagaimana yang ditetapkan di atas. Dari 27 franchise yang diteliti ada 6 franchise yang memulai menawarkan paket usaha pada tahun 1985 dan sesudahnya. Salah satu franchise yang tertua telah memulai menawarkan franchise sejak tahun 1973. Dari data diperoleh kesan bahwa pertumbuhan jumlah franchise ada tendensi meningkat, walaupun jumlah franchise baru tiap tahun masih sangat sedikit. Rata-rata ada empat franchise baru tiap tahun pada periode tahun 1985 sampai sekarang.

Pertumbuhan jumlah unit usaha di tiap sisten franchise sangat bervariasi. Pertumbuhan operasi suatu sistem franchise dengan menggunakan indikator pertumbuhan jumlah unit usaha (outlet), dapat dibagi ke dalam tiga kategori sebagai berikut:

- a. Franchise dengan pertumbuhan cepat

Franchise dalam kategori ini menambah unit usaha (outlet) baru tiap bulan satu unit atau lebih. Hal ini dimungkinkan antara lain karena induk perusahaan telah memanfaatkan sumber daya di luar perusahaan yang telah pertumbuhan tidak saja berupa faktor modal, namun juga energi wirausaha yang berstatus sebagai pemilik dari unit usaha baru tersebut.

- b. Franchise dengan pertumbuhan lambat atau statis

Franchise jenis ini tidak melakukan usaha agresif dalam menambah jumlah unit, misalnya belum siapnya sistem, organisasi dan pengetahuan untuk beroperasi dalam skala makin besar.

c. Franchise dengan pertumbuhan negatif

Pada jenis franchise ini telah terjadi kekecewaan baik pada franchisor maupun franchisee-nya.

Dalam hal pertumbuhan franchise dari sudut jangkauan daerah operasi dapat disimpulkan bahwa sebagian besar unit usaha berkonsentrasi di Jawa, Bali, dan Sumatra. Ini berkorelasi dengan jumlah penduduk di ketiga daerah tersebut dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia. Namun sebagian franchise, khususnya yang dalam kategori pertumbuhan cepat, telah menjangkau hampir seluruh provinsi dengan jumlah unit usaha 70 unit atau lebih.

Dengan adanya perkembangan bisnis franchise yang begitu pesat di Indonesia, maka perlu diperhatikan dan diantisipasi oleh pemerintah. Pemerintah dalam hal ini perlu mengambil tindakan dan kebijakan dalam pengaturan terhadap praktek bisnis ini. Hal ini dikarenakan bisnis franchise dapat memacu pertumbuhan usaha terutama bagi golongan usaha kecil dan menengah agar dapat ikut serta dalam menjalankan kegiatan usaha franchise ini.

Perjanjian franchise sebagai suatu paket bisnis, merupakan suatu perjanjian yang sangat kompleks, karena didalamnya terdapat begitu banyak kesepakatan kerjasama antara pihak franchisor dan pihak franchisee yang diatur secara tertulis. Perjanjian franchise umumnya dituangkan dalam bentuk standard yang apabila tidak disadari akan dapat merugikan pihak franchise yang pada umumnya memiliki kedudukan yang lebih lemah dibanding pihak franchisor. Lemahnya kedudukan

franchisee disebabkan syarat-syarat yang harus dipenuhi dalam pembuatan perjanjian franchise ditentukan oleh pihak franchisor. Terutama apabila pihak yang menjadi franchisee adalah pengusaha lokal sedangkan yang menjadi franchisor adalah pengusaha asing yang memiliki berbagai keunggulan kompetitif, sehingga hal itu jelas akan merugikan pengusaha lokal. Oleh karena itu perlu suatu ketelitian bagi para pihak, terutama pihak franchisee dalam membuat suatu perjanjian franchise agar tidak merugikan dirinya.

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan diatas, maka dalam skripsi ini akan dibahas permasalahan sebagai berikut:

- a. Akibat hukum yang timbul dari perjanjian franchise.
- b. Penyelesaian hukum sengketa perjanjian franchise.

2. Penjelasan Judul

Untuk mempermudah pembaca dalam memahami skripsi ini, maka diperlukan penjelasan judul. Skripsi ini berjudul **“FRANCHISING SEBAGAI SUATU LEMBAGA HUKUM DALAM UPAYA PENGEMBANGAN USAHA”** (Tinjauan Yuridis Normatif).

Franchising adalah : Aktivitas dengan menggunakan sistem usaha waralaba.

Lembaga hukum adalah : Suatu bentuk hukum yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh para pihak yang terikat di dalamnya.

Upaya pengembangan usaha adalah : Suatu cara untuk meningkatkan pertumbuhan di bidang perdagangan dan perekonomian di Indonesia.

Arti dari keseluruhan judul adalah suatu bentuk hukum yang dapat digunakan dan dimanfaatkan oleh para pihak yang terikat didalamnya untuk melaksanakan suatu aktivitas dengan sistem franchise yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan di bidang perdagangan dan perekonomian Indonesia.

3. Alasan Pemilihan Judul

Didalam suatu kegiatan usaha, banyak sekali terdapat ragam dari jenis usaha tersebut. Misalnya penyewaan barang, bisnis perhotelan, jual beli suatu produk dan sebagainya. Kegiatan usaha franchise juga termasuk dalam salah satu kegiatan usaha tersebut. Namun franchise merupakan kegiatan usaha yang termasuk baru dikenal di masyarakat di dunia pada umumnya dan di Indonesia pada khususnya. Oleh karena itu masyarakat perlu mengetahui apa dan bagaimana bentuk dari kegiatan usaha franchise tersebut, agar bila ingin melaksanakan bisnis tersebut nantinya dapat memahami dan mengerti dengan baik.

Didalam melaksanakan suatu bisnis franchise terdapat pihak yang saling bekerja sama didalamnya. Pihak-pihak itu adalah pihak pemberi franchise (franchisor) dan pihak penerima franchise (franchisee). Sebelum melaksanakan bisnis franchise kedua pihak tersebut terlebih dahulu membuat suatu kontrak franchise yang isinya mengenai suatu perjanjian kesepakatan diantara kedua belah pihak berkaitan dengan segala sesuatu hal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis franchise. Apalagi pada saat sekarang ini bisnis franchise telah menjadi bisnis yang makin mendunia saja perkembangannya, sehingga dipandang perlu untuk membahas bisnis

franchise serta aspek-aspek hukum yang terdapat didalamnya. Uraian tersebut di atas menjadi alasan dipilihnya judul skripsi tersebut.

4. Maksud dan Tujuan Penulisan

Maksud dari penulisan skripsi ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang jelas tentang bentuk bisnis franchise, jenis-jenisnya, unsur-unsur perjanjian yang ada didalamnya serta perkembangannya di Indonesia, sehingga diharapkan dapat mengurangi terjadinya sengketa yang terjadi di kemudian hari diantara kedua belah pihak.

Pada dasarnya tujuan yang ingin dicapai dalam penulisan skripsi ini dibagi menjadi 2 (dua) macam, yaitu:

- a. Mengetahui bentuk dari bisnis franchise dan juga jenis-jenisnya.
- b. Mengetahui aspek hukum bisnis franchise ditinjau dari hukum perjanjian.

5. Metode Penulisan

- a. Pendekatan Masalah

Agar dapat memberikan penjelasan terhadap masalah yang menjadi pokok pembahasan dalam skripsi ini, digunakan pendekatan masalah secara yuridis normatif yang artinya pendekatan masalah berdasarkan pada ketentuan hukum yang berlaku yang berkaitan dengan judul skripsi ini.

- b. Sumber Bahan Hukum

Sumber bahan hukum yang saya gunakan dalam skripsi ini, adalah sumber bahan hukum primer yaitu bahan yang bersumber dari peraturan perundang-undangan dan sumber bahan hukum sekunder yaitu bahan hukum yang bersumber pada buku-buku literatur.

c. **Prosedur Pengumpulan dan Pengolahan Bahan Hukum**

Untuk data kepustakaan dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan peraturan-peraturan dan literatur-literatur yang berhubungan dengan franchise, mempelajari teori-teori mengenai bentuk-bentuk franchise yang terdapat dalam berbagai buku yang ada kaitannya dengan permasalahan yang dibahas.

d. **Analisis Bahan Hukum**

Dalam menganalisis digunakan cara deskriptif analisis, karena pembahasan masalah didasarkan pada perkembangan bisnis franchise secara umum, bagaimana awal perkembangannya peryama kali, baru kemudian dibahas secara khusus mengenai perkembangan bisnis franchise di Indonesia.

6. Pertanggungjawaban Sistematika

Skripsi ini disusun sedemikian rupa agar dapat dipahami dan ditelaah secara mendalam tentang permasalahan yang ada. Skripsi ini terdiri dari empat bab yang tiap-tiap bab dibagi menjadi beberapa sub-bab, yang satu dengan lain merupakan satu kesatuan.

Bab I merupakan pendahuluan yang akan memberikan penjelasan mengenai latar belakang permasalahan beserta perumusannya, dengan harapan akan dapat

menggambarkan permasalahan yang menjadi pokok bahasan dalam bab-bab berikutnya.

Sedangkan bab II dengan topik gambaran umum tentang franchise, dipilih dengan maksud agar dapat memberikan suatu pemahaman kepada pembaca mengenai pengertian franchise, bagaimana bentuk kegiatan usaha tersebut beroperasi didalam dunia perdagangan dan bisnis secara umum.

Selanjutnya bab III yang berjudul “Perjanjian Franchising Sebagai Suatu Landasan Pengembangan Usaha”, bertujuan untuk menjelaskan mengapa dalam suatu kegiatan franchise diperlukan adanya suatu perjanjian di antara para pihak yang terlibat didalamnya sebagai dasar timbulnya hubungan hukum diantara para pihak tersebut.

Bab IV sebagai penutup berisi kesimpulan yang memberikan jawaban atas rumusan masalah yang dikemukakan, dan saran yang berisi tentang masukan-masukan dalam upaya pemecahan masalah tersebut.

BAB II

AKIBAT HUKUM

TIMBULNYA PERJANJIAN FRANCHISE

1. Unsur-Unsur Perjanjian dalam Franchise

Karena franchise dibentuk berdasarkan perjanjian, maka penulis mencoba menjelaskan beberapa pengertian perjanjian menurut para ahli hukum. Menurut Subekti, perjanjian adalah peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.¹⁴ Dari peristiwa tersebut timbul hubungan-hubungan hukum antar dua orang yang berjanji tadi, dan dinamakan perikatan. Dari segi bentuknya perjanjian itu, adalah serangkaian perkataan yang mengandung janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa suatu perjanjian itu akan menimbulkan suatu hubungan perikatan.

Sedangkan menurut R. Setiawan, persetujuan atau perjanjian adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikat dirinya terhadap satu orang atau lebih.¹⁵ Melalui persetujuan tadi diperlukan kata sepakat para pihak.

¹⁴ Subekti, **Hukum Perjanjian**, Cetakan XVI, Internusa, Jakarta, hal.1.

¹⁵ Setiawan, dalam Moch. Chaidir Ali, Ahmad Samsudin, Mashudi, **Pengertian-Pengertian Elementer Hukum Perjanjian Perdata**, Cetakan Pertama, Mandar Maju, Bandung, 1993, hal.15.

Pasal 1313 BW memberikan definisi persetujuan adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Rumusan pasal ini hanya menunjukkan persetujuan sepihak dan sangat luas karena hanya menggunakan kata “perbuatan”, sedangkan kata tersebut dapat juga mencakup pengertian perbuatan melawan hukum.

Dari ketiga rumusan diatas, penulis lebih cenderung menggunakan istilah perjanjian, sebab kata “perjanjian” lebih mengarah pada arti yang lebih jelas, karena merupakan suatu perbuatan induk dari suatu perikatan. Sedangkan kata “persetujuan” adalah syarat yang timbul kemudian untuk melaksanakan suatu perbuatan yang diwajibkan dalam perjanjian. Oleh karena itu, untuk selanjutnya dalam skripsi ini penulis akan menggunakan istilah perjanjian khusus atau “kontrak”.

Pada umumnya setiap kontrak tidak terikat pada sesuatu bentuk tertentu, artinya suatu kontrak dapat dibuat secara lisan atau tertulis. Adanya perjanjian dalam arti formal (tertulis) hanya bersifat sebagai alat pembuktian apabila terjadi sengketa. Selain itu, karena setiap kontrak tidak terikat pada bentuk-bentuk tertentu, maka ia bersifat terbuka atau menganut “asas kebebasan berkontrak” sebagaimana diakui oleh pasal 1338 BW yaitu “semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”.

Dalam beberapa kontrak, undang-undang menentukan bentuk tertentu dari perjanjiannya, apakah harus dituangkan dalam bentuk tertulis atau tidak. Apabila bentuk yang disyaratkan oleh undang-undang tidak diikuti, maka perjanjian atau kontrak itu tetap sah, namun dalam melaksanakan kegiatannya tidak dapat secara

maksimal. Bentuk tertulis suatu perjanjian atau kontrak bukan merupakan syarat adanya perjanjian tersebut. misalnya, perjanjian mendirikan PT oleh undang-undang harus dibuat dengan suatu akta notaris. Syarat ini sesuai dengan ketentuan yang ditegaskan dalam pasal 38 KUHD bahwa “akta perseroan tersebut harus dibuat dalam bentuk otentik, atas ancaman batalnya”. Khususnya dijelaskan di dalam UU No.1 Th. 1995 tentang Perseroan Terbatas, yaitu terdapat dalam Pasal 7 ayat 1 yang isinya: “Perseroan didirikan oleh 2 (dua) orang atau lebih dengan akta notaris yang dibuat dalam Bahasa Indonesia”. Jadi bentuk tertulis dari perjanjian adalah dimaksudkan sebagai alat pembuktian apabila terjadi perselisihan, sedangkan syarat adanya pendirian PT tersebut harus dikaitkan dengan pembuatan perjanjian di depan notaris, dan atas perjanjian itu perlu dicatat di pengadilan negeri setempat dan diumumkan didalam berita acara negara.

Dalam BW pada buku ketiga bab V-XVIII mengenal perjanjian bernama, artinya perjanjian yang mempunyai nama sendiri, contohnya: perjanjian sewa-menyewa, perjanjian jual-beli, hibah, perjanjian pinjam pakai, dan sebagainya. Maksud perjanjian bernama ini adalah perjanjian yang diatur dan diberi nama oleh undang-undang. Diluar perjanjian bernama tadi terdapat juga perjanjian lain yang disebut perjanjian tidak bernama. Artinya, perjanjian ini tidak diatur didalam undang-undang (BW) tetapi terdapat didalam masyarakat. Jumlah perjanjian ini tidak terbatas, sedangkan lahirnya perjanjian ini lebih didasarkan pada asas kebebasan berkontrak yang berlaku didalam hukum perjanjian. Perjanjian tidak bernama ini

biasanya timbul disebabkan oleh kebutuhan ekonomi masyarakat bisnis, misalnya: perjanjian leasing, franchising, perjanjian keagenan, distributor, dan sebagainya.

Menurut pasal 1320 BW diperlukan empat syarat sahnya suatu perjanjian, yaitu:

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
- c. Suatu hal tertentu;
- d. Suatu sebab yang diperbolehkan.

Syarat pertama dan kedua merupakan syarat subyektif, dalam arti mengenai orang-orang atau subyek yang mengadakan perjanjian. Apabila syarat subyektif ini tidak dipenuhi, maka akibat hukumnya adalah terhadap perjanjian tersebut dapat dimintakan pembatalannya (*nietigbaar*). Sedangkan syarat ketiga dan keempat syarat obyektif yang artinya mengenai perjanjiannya sendiri atau merupakan obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan. Apabila syarat obyektif ini tidak dipenuhi maka akibat hukumnya perjanjian tersebut dikatakan batal demi hukum (*nietig*). Bila semua syarat itu dipenuhi maka perjanjian yang dibuat itu mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan kekuatan berlakunya undang-undang.

Dalam membuat perjanjian perlu diingat, disamping dapat mengindahkan ketentuan-ketentuan yang sudah ada, harus juga memperhatikan asas-asas yang terdapat dalam hukum perjanjian pada umumnya.

Asas tersebut antara lain:

a. Asas kebebasan berkontrak

Asas ini bermaksud menegaskan, bahwa para pihak bebas mengadakan perjanjian menurut kemauannya sendiri baik terhadap perjanjian yang sudah diatur oleh undang-undang maupun yang belum ada pengaturannya. Melalui asas kebebasan berkontrak ini sistem hukum perjanjian menganut sistem terbuka sebagaimana diatur dalam pasal 1338 ayat (1) BW.

b. Asas konsensual

Maksud asas ini, adalah untuk lahirnya suatu perjanjian cukup dengan dicapainya kata sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian. Bila kata sepakat telah tercapai maka saat itu pula perjanjian telah terjadi dan mempunyai kekuatan mengikat tanpa harus diikuti oleh perbuatan hukum lain kecuali perjanjian tersebut bersifat formal. Asas konsensual ini merupakan asas universal yang terdapat dalam BW, khususnya dalam hal perikatan.

c. Asas itikad baik

Asas itikad baik ini sangat penting dalam membuat suatu perjanjian. Itikad baik ini adalah bertindak sebagai pribadi yang baik. Asas ini berkaitan langsung dengan perlindungan hukum bagi para pihak bila suatu ketika terjadi perselisihan atau sengketa di pengadilan.

d. Asas kekuatan mengikat (*pacta sunt servanda*)

Asas ini disimpulkan dari ketentuan pasal 1338 ayat (1) yang menegaskan “semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka

yang membuatnya”. Konsekuensi dari asas ini adalah bahwa sejak dipenuhinya syarat perjanjian itu, maka saat itu pula perjanjian itu mengikat bagi para pihak. Karena perjanjian itu merupakan undang-undang bagi para pihak yang membuatnya, maka bila salah satu pihak melanggar isi perjanjian yang telah disepakati tadi akan berakibat hukum bagi para pihak yang melanggarnya.

e. Asas kepatutan dan kebiasaan

Asas ini perlu diperhatikan dalam membuat perjanjian. Sebagai ukuran dari kepatutan dan kebiasaan itu adalah pergaulan hidup masyarakat itu sendiri dimana perjanjian itu dilaksanakan.¹⁶ Dalam suatu perjanjian apabila isinya dirasakan kurang patut atau bertentangan dengan apa yang menjadi kebiasaan dalam masyarakat, dapat mengakibatkan batalnya perjanjian tersebut. Oleh karena itu baik kepatutan maupun kebiasaan sifatnya juga mengikat. Hal ini sesuai dengan pasal 1339 BW yang menegaskan bahwa “suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang”.

2. Syarat-Syarat Perjanjian Kontrak Franchise

Dalam suatu perjanjian franchise terdapat beberapa unsur-unsur penting yang terdapat didalamnya, yaitu:

a. Adanya perjanjian yang disepakati

Dalam perjanjian franchise terdapat dua pihak yang terlibat didalam perjanjian tersebut yaitu pemberi franchise (franchisor) dan penerima franchise (franchisee). Obyek perjanjian franchise dalam hal ini meliputi antara lain merk, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, dan paten. Kedua belah pihak yaitu franchisor dan franchisee merupakan subyek hukum, baik ia sebagai badan hukum perorangan.

- b. Adanya pemberian hak dari franchisor kepada franchisee untuk memasarkan atau memproduksi suatu produk barang atau jasa tertentu

Dalam hal ini franchisee berhak mempergunakan merk, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten milik franchisor yang sudah terlebih dahulu dikenal dalam dunia perdagangan dan bisnis franchise.

- c. Pemberian hak tersebut terbatas pada sistem usaha, cara, waktu, dan tempat tertentu

Kewenangan yang diberikan franchisor kepada franchisee tersebut dibatasi hanya kepada sistem usaha, cara, tempat, dan dalam waktu tertentu yang telah disepakati oleh kedua belah pihak. Apabila batas waktu penggunaan hak tersebut telah berakhir, maka franchisee dilarang mempergunakan hal itu kembali, kecuali jika setelahnya kontrak franchise tersebut diperpanjang lagi.

- d. Adanya pembayaran sebuah uang tertentu atau royalti oleh franchisee kepada franchisor

¹⁶ Gunawan Widjaja, *op.cit.*, hal.82-84.

Pembayaran awal yang dilakukan oleh franchisee, dimaksudkan untuk biaya memilih lokasi dan lain sebagainya sampai saat mulai beroperasi usahanya. Selanjutnya franchise masih diwajibkan melakukan pembayaran selama berlangsungnya perjanjian franchise. Pembayaran ini meliputi royalti, pembagian kelebihan harga yang telah ditetapkan oleh franchisor sebagai harga standar, biaya promosi, biaya jasa yang dalam hal ini biaya jasa administrasi dan bantuan pembukuan. Selain itu franchisee masih diwajibkan membayar biaya pengoperasian hak franchise kepada pihak ketiga. Pembayaran ini maksudnya adalah, bahwa franchisee memiliki kewenangan yang lain yaitu mengalihkan hak penggunaan franchise-nya kepada calon franchisee lain atas ijin franchisor, dalam hal ini franchisor mendapatkan bagian tertentu dari franchisee. Biaya lain yang harus dibayar oleh franchisee kepada franchisor yaitu menyangkut biaya penyediaan bahan baku. Dalam hal ini franchisor berhak menentukan harga, terlebih lagi bila franchisor sebagai satu-satunya pemasok bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi sesuai dengan kualitas standar yang ditentukan franchisor.

Pada umumnya dalam suatu perjanjian atau kontrak franchise mengatur mengenai hal-hal dibawah ini, yaitu:

a. Penentuan dan identifikasi kepentingan franchisor sebagai pemilik

Hal ini tentunya akan menyangkut hal-hal seperti merk dagang, hak cipta dan sistem bisnis franchisor beserta *know how*.

b. Sifat serta luasnya hak-hak yang diberikan kepada franchisee

Hal ini menyangkut wilayah operasi dan pemberian hak-hak secara formal untuk menggunakan merk dagang, nama dagang, dan sebagainya.

c. Jangka waktu perjanjian

Prinsip dasar dalam mengatur hal ini adalah bahwa hubungan franchise harus dapat bertahan dalam jangka waktu yang lama.

d. Sifat dan luasnya jasa-jasa yang diberikan oleh franchisor, baik pada masa-masa awal maupun selanjutnya

Ini akan menyangkut jasa-jasa pendahuluan, yang memungkinkan franchisee untuk memulai, pelatihan, dan dilengkapi dengan peralatan untuk memulai bisnis. Pada masa selanjutnya franchisor akan memberikan jasa-jasa yang secara rinci hendaknya diatur dalam perjanjian dan ia juga diperkenankan untuk memperkenalkan dan mengembangkan ide-ide baru.

e. Kewajiban-kewajiban awal dan selanjutnya dari franchisee

Ini akan mengatur tentang kewajiban untuk menerima beban keuangan dalam mendirikan bisnis sesuai dengan persyaratan franchisor serta melaksanakan sesuai dengan sistem operasi, akunting dan administrasi lainnya untuk memastikan bahwa informasi yang penting tersedia untuk kedua belah pihak.

f. Kontrol operasional terhadap franchise

Kontrol-kontrol tersebut untuk memastikan bahwa standar operasional dikendalikan secara tepat. Kegagalan untuk mempertahankan standar pada suatu unit bisa mengganggu keseluruhan jaringan franchise.

g. Penjualan bisnis

Salah satu kunci sukses franchising adalah motivasi yang ditanamkannya kepada franchisee, disertai sifat kewirausahaan franchisee, serta insentif yang dihasilkan dari *capital gain*.

h. Kematian franchisee

Untuk memberikan ketenangan pikiran bagi franchisee, harus dibuat ketentuan bahwa franchisor akan memberikan bantuan untuk memungkinkan bisnis dipertahankan sebagai suatu aset yang perlu direalisasikan, atau jika tidak, bisa diambil oleh ahli warisnya apabila ahli waris tersebut memenuhi syarat sebagai franchisee.

i. Arbitrase

Arbitrase adalah proses peradilan privat dengan seorang hakim (*arbitrator*) yang dipilih oleh para pihak. Hakim yang dipilih untuk menangani masalah peradilannya adalah yang memiliki pengetahuan bisnis terutama dalam bidang franchise.

j. Berakhirnya kontrak dan sebab-akibatnya

Didalam kontrak selalu ada ketentuan yang mengatur mengenai berakhirnya perjanjian. Apabila terjadi kesalahan pada pihak franchisee, franchisee harus diberi kesempatan untuk memperbaiki dirinya sehingga ia bisa terhindar dari pengakhiran kontrak, asalkan franchisee tidak terus-menerus melakukan pelanggaran.¹⁷

Unsur kesepakatan merupakan syarat mutlak untuk sahnyanya suatu perjanjian, hal ini ditegaskan dalam pasal 1320 BW. Hukum perjanjian Indonesia menganut asas

konsensualitas yang berarti perjanjian itu lahir sejak tercapainya kata sepakat diantara para pihak yang terlibat dalam perjanjian franchise. Dengan kata lain, kontrak franchise sudah sah apabila terjadi kesepakatan antara franchisor dan franchisee mengenai hal pokok dalam kontrak tersebut telah tercapai, walaupun belum atau tidak didahului dengan suatu perbuatan formal atau fase pra-kontrak. Namun demikian pada umumnya dalam setiap perjanjian atau kontrak franchise terdapat tindakan pendahuluan, tindakan itu adalah berupa tahap perundingan.

Untuk tahap awal franchisee harus menghubungi calon franchisor untuk mengutarakan maksud atau keinginannya membuka usaha dibawah merk atau nama dagang franchisor di satu wilayah tertentu. Pada fase ini, umumnya franchisor akan melakukan survei ke tempat franchisee akan beroperasi. Biaya untuk melakukan survei ini dibebankan kepada calon franchisee. Tindakan ini bertujuan untuk mempelajari tentang kemungkinan apakah tempat tersebut layak dan memenuhi syarat untuk dibukanya suatu outlet franchise, baik menyangkut segi pemasaran maupun standar bangunan dimana usaha tersebut akan dilaksanakan. Jika tercapai kata sepakat, maka seluruh biaya survei tersebut dapat dimasukkan dalam nilai kontrak.

Setelah melakukan survei, franchisor menyerahkan beberapa syarat atau semacam format perjanjian yang telah disusunnya. Syarat ini akan selalu digunakan oleh franchisor sebagai pedoman untuk melaksanakan isi kontrak. Apabila franchisee

¹⁷ Martin Mendelsohn, *op.cit.*, hal.58-63.

tidak keberatan dengan isi kontrak dan syarat-syarat yang diajukan maka dicapai persetujuan, dan tindakan selanjutnya adalah penandatanganan kontrak franchise.

3. Hak dan Kewajiban Para Pihak dalam Perjanjian Franchise

Secara umum dapat dirumuskan hak-hak dan kewajiban-kewajiban franchisor dan franchisee adalah sebagai berikut:

- a. Pemberi franchise (franchisor) memiliki hak untuk:
 1. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan franchise;
 2. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha franchise;
 3. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja franchisee guna memastikan bahwa franchise yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
 4. Sampai batas-batas tertentu mewajibkan franchisee, dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari franchisor;
 5. Mewajibkan franchisee untuk menjaga kerahasiaan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha lainnya yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek franchise;
 6. Mewajibkan agar franchisee tidak melakukan kegiatan sejenis dengan kegiatan yang menjadi obyek usaha franchise sehingga dapat menimbulkan persaingan usaha;
 7. Menerima pembayaran royalti;
 8. Melakukan pendaftaran atas franchise yang diberikan kepada franchisee;

9. Atas pengakhiran franchise, meminta kepada franchisee untuk mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh franchisee selama masa pelaksanaan franchise;
 10. Atas pengakhiran franchise, melarang franchisee untuk memanfaatkan lebih lanjut data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh franchisee selama masa pelaksanaan franchise;
 11. Atas pengakhiran franchise, melarang franchisee untuk tetap melakukan kegiatan sejenis dengan kegiatan yang menjadi obyek dalam perjanjian franchise.
- b. Pemberi franchise (franchisor) berkewajiban untuk:
1. Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan, penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek perjanjian franchise tersebut, dalam rangka pelaksanaannya.
 2. Memberikan bantuan kepada franchisee berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan.
- c. Sedangkan penerima franchise (franchisee) berhak untuk:
1. Menerima segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha, misalnya sistem manajemen, cara penjualan, penataan, atau cara distribusi yang merupakan

karakteristik khusus yang menjadi obyek perjanjian franchise tersebut, dalam rangka pelaksanaannya.

2. Menerima bantuan dari franchisor berupa pembinaan, bimbingan, dan pelatihan.

d. Penerima franchise (franchisee) berkewajiban untuk:

1. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh franchisor kepadanya guna melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi obyek dari perjanjian franchise tersebut.
2. Memberikan keleluasaan bagi franchisor untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala dalam rangka pelaksanaan kegiatan franchise.
3. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari franchisor.
4. Membeli barang modal atau barang-barang tertentu lainnya dari franchisor.
5. Menjaga kerahasiaan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi obyek dari perjanjian franchise selama maupun setelah berakhirnya perjanjian tersebut.
6. melaporkan segala pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi obyek perjanjian franchise yang ditemukan dalam pelaksanaan kegiatan usaha.
7. Melakukan pendaftaran franchise.

8. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang menjadi obyek perjanjian franchise tersebut.
9. Melakukan pembayaran royalti.
10. Atas pengakhiran franchise, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya.
11. Atas pengakhiran franchise, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh selama masa pelaksanaan perjanjian franchise.
12. Atas pengakhiran franchise, tidak lagi melakukan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung atau tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi obyek dari franchise.¹⁸

4. Proses dan Cara Pendaftaran Perjanjian Franchise

Dalam ketentuan pasal 2 PP No.16 tahun 1997 tentang waralaba menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

¹⁸ Gunawan Widjaja, *op.cit.*, hal.119-124.

Pasal 3 ayat (1) PP No.16 tahun 1997 selanjutnya menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai:

- a. Nama pihak pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya.

Keterangan mengenai pemberi waralaba menyangkut identitasnya, antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat pemberi waralaba, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan waralaba, keterangan mengenai pemberi waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.

- b. Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba.

- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba.

Persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu.

- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

Keterangan mengenai prospek kegiatan waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek yang dimaksud.

- e. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba.

Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan, dan pedoman kerja.

- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Selanjutnya pemberi franchise (franchisor) oleh Peraturan Pemerintah ini diwajibkan memberikan waktu yang cukup kepada penerima franchise (franchisee) untuk meneliti dan mempelajari informasi-informasi yang disampaikan tersebut secara lebih lanjut.

Pasal 7 Peraturan Pemerintah No.16 tahun 1997 ini merumuskan lebih lanjut bahwa perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis sebagaimana dirumuskan dalam pasal 3 ayat (1) tersebut diatas wajib didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya perjanjian waralaba. Pendaftaran dilaksanakan dalam rangka untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara waralaba.

Pasal 8 PP No.16 tahun 1997 memberikan sanksi bagi penerima franchise yang tidak memenuhi persyaratan pendaftaran sebagaimana dimaksud pasal 7 dan tetap melaksanakan usahanya. Dalam hal yang demikian maka Departemen Perindustrian dan Perdagangan akan memberikan peringatan tertulis sebanyak-banyaknya tiga kali, sebelum pada akhirnya mencabut Surat Ijin Usaha Perdagangan (SIUP) atau ijin lain yang sejenis untuk melaksanakan kegiatan franchise dalam hal teguran tertulis ketiga yang disampaikan tidak juga ditanggapi oleh penerima franchise. Oleh karena itu sebaiknya dalam melakukan suatu kegiatan franchise,

sebaiknya perjanjian franchise tersebut harus didaftarkan oleh franchisee melalui Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Hal itu bertujuan agar dalam pelaksanaan kegiatan franchise, para pihak yang terlibat didalamnya mendapatkan ijin untuk beroperasi berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemerintah.

Dalam hal ini dapat dilihat bahwa Departemen Perindustrian dan Perdagangan ternyata membebankan risiko pendaftaran pada penerima franchise dan bukan pada pemberi franchise. Hal ini dari segi praktis dapat diterima mengingat bahwa pelaksana yaitu penerima franchise adalah badan usaha atau perorangan yang didirikan dan beroperasi di Indonesia, dan pemberi franchise tidak harus berdiri, berkedudukan, atau beroperasi di Indonesia. Dalam hal penerima franchise diberikan hak oleh pemberi franchise untuk menunjuk lebih lanjut penerima franchise lain, penerima franchise yang bersangkutan wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya satu tempat usaha (outlet) untuk melakukan kegiatan usaha franchise.

Sedangkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.259 tahun 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan dan Pendaftaran Usaha Waralaba yang merupakan pelaksanaan dari PP No.16 tahun 1997 pada pasal 8 disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba berlaku sekurang-kurangnya lima tahun. Dengan tujuan melindungi kepentingan penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan dan keikutsertaan pengusaha kecil dan menengah, ketentuan pasal 10 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.259 tahun 1997

menyatakan bahwa Menteri Perindustrian dan Perdagangan atau pejabat lain yang ditunjuk dapat memberikan saran penyempurnaan atas perjanjian waralaba tersebut.

Mengenai kewajiban pendaftaran perjanjian franchise menurut Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan tersebut disebutkan bahwa setiap penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan diwajibkan mendaftarkan perjanjian waralabanya beserta keterangan tertulis mengenai segala sesuatu yang diatur didalamnya kepada Departemen Perindustrian dan Perdagangan cq. Pejabat yang berwenang menerbitkan STUPW untuk memperoleh STUPW (pasal 11 ayat 1). Yang dimaksud STUPW adalah Surat Keterangan Pendaftaran Waralaba yang merupakan bukti pendaftaran yang diperoleh penerima waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STUPW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam surat keputusan tersebut.

Pendaftaran tersebut diatas yang dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara waralaba, dilakukan dengan cara mengisi daftar isian permintaan STUPW dalam rangkap 2 (dua), ditandatangani oleh penerima waralaba atau kuasanya. Pendaftaran tersebut harus dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung mulai berlakunya perjanjian waralaba. Daftar isian permintaan STUPW yang telah diisi oleh penerima waralaba atau kuasanya diserahkan kepada pejabat yang berwenang menerbitkan STUPW dengan dilengkapi salinannya masing-masing 1 (satu) eksemplar terdiri dari:

- a. Perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis
- b. Surat izin perdagangan atau izin usaha dari departemen teknis lainnya

Dalam hal daftar isian STUPW beserta berkas kelengkapannya dinilai telah lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, pejabat yang berwenang akan menerbitkan STUPW.

Dalam ketentuan pasal 6 ayat (1) PP No.16 th 1997 yang berbunyi:

“Usaha waralaba dapat diselenggarakan untuk dan di seluruh wilayah Indonesia dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah.”

Selanjutnya dalam rumusan pasal 4 ayat (1) menyatakan bahwa:

“Pemberi waralaba dan penerima waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba.”

Ketentuan tersebut diatas menunjukkan bahwa peran pemerintah dalam meningkatkan pengembangan usaha kecil dan menengah dengan mewajibkan kegiatan franchise dalam tingkat tertentu untuk mempergunakan barang-barang hasil produksi dalam negeri maupun untuk melaksanakan kegiatan yang tidak akan merugikan kepentingan dari pengusaha kecil dan menengah tersebut.

BAB III

PENYELESAIAN HUKUM

SENGKETA PERJANJIAN FRANCHISE

1. Timbulnya Sengketa dalam Perjanjian Franchise

Sebagaimana layaknya dalam suatu perjanjian, maka tidak tertutup kemungkinan di kemudian hari terjadi perselisihan yang timbul terhadap perjanjian tersebut. Timbulnya sengketa yang terjadi diantara para pihak dalam perjanjian franchise dapat disebabkan karena salah satu pihak melakukan perbuatan wanprestasi terhadap pihak lainnya. Perbuatan wanprestasi disini maksudnya adalah perbuatan yang tidak memenuhi prestasi kepada pihak lain. Sedangkan yang dimaksud dengan prestasi sesuai dengan ps.1234 BW adalah tindakan dari salah satu pihak dalam bentuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu, atau tidak berbuat sesuatu atas pihak lainnya.

Dalam suatu perjanjian franchise sebagaimana telah diuraikan dalam bab-bab sebelumnya telah disebutkan bahwa perjanjian franchise memiliki klausul-klausul yang telah disepakati oleh kedua belah pihak yaitu franchisor dan franchisee yang terdapat didalamnya.

Lebih khusus lagi disebutkan dalam ps.7 ayat (1) Kep.Menperindag No.259 th.1997 mengenai klausula-klausula yang harus dimuat dalam perjanjian franchise, yaitu:

- a. Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula mengenai:
- a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
 - b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
 - c. Nama dan jenis Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba;
 - d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
 - e. Wilayah pemasaran;
 - f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
 - g. Cara penyelesaian perselisihan;
 - h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
 - i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
 - j. Tata cara pembayaran imbalan;
 - k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;

1. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba

Apabila salah satu pihak baik pemberi waralaba maupun penerima waralaba melanggar klausul-klausul yang telah disepakati seperti yang terdapat dalam ps.7 ayat (1) tersebut, maka dapat dipastikan akan timbul sengketa diantara keduanya pihak tersebut.

Selain karena adanya tindakan dari pihak-pihak dalam perjanjian franchise yang melanggar klausul kontrak diantara mereka, dapat juga sengketa timbul karena adanya itikad tidak baik dari salah satu pihak yang merupakan kesengajaan dengan maksud-maksud tertentu. Misalnya pihak franchisor dengan sengaja mencari-cari kesalahan dari pihak franchisee yang berakibat pemutusan perjanjian franchise secara sepihak, dengan tujuan agar dapat mencari franchisee yang baru semata-mata untuk mendapatkan keuntungan finansial yang lebih besar. Hal tersebut dapat saja terjadi mengingat pada saat sekarang ini banyak pihak yang berminat sekali untuk menjalankan bisnis dengan sistem usaha franchise.

Dalam suatu bisnis franchise hubungan yang terjadi diantara para pihak adalah hubungan timbal balik juga hubungan yang berkelanjutan. Dengan adanya hubungan timbal balik maka akan timbul suatu pemenuhan atas suatu perbuatan dari pihak satu kepada pihak lainnya sehingga akan menimbulkan hak dan kewajiban diantara para pihak tersebut. Tiap pihak memiliki kewajibannya masing-masing terhadap pihak lainnya, demikian juga dengan hak yang akan mereka peroleh selanjutnya. Hubungan antara kedua belah pihak tersebut akan berlanjut sesuai dengan jangka waktu yang telah disepakati sebelumnya. Apabila salah satu pihak

tidak melakukan pemenuhan kewajiban yang berupa prestasi kepada pihak lain, maka pada saat itulah terjadinya suatu tindakan wanprestasi.

Terhadap adanya wanprestasi tersebut Prof. Subekti memberikan tiga (3) alasan mengapa terjadi wanprestasi, yaitu:

1. Adanya keadaan memaksa (*force majeure*), yaitu suatu keadaan yang terjadi diluar kemampuan manusia untuk menduga atau menanganinya, sehingga pelaksanaan dari perjanjian atau perikatan tersebut menjadi suatu hal yang mustahil ataupun jika dapat dilaksanakan, maka pelaksanaannya akan mengakibatkan kerugian atau pengorbanan yang demikian besarnya dari pihak debitur;
2. Bahwa kreditur sendiri juga belum sepenuhnya melunasi kewajibannya kepada debitur (*exceptio non adempti contractus*);
3. Bahwa kreditur telah melepaskan haknya untuk meminta pelaksanaan prestasi tersebut dari debitur (*rechtsverwerking*).¹⁹

Hal-hal tersebut merupakan keadaan khusus yang dapat menyebabkan timbulnya wanprestasi dan bukan suatu tindakan kesengajaan yang dilakukan untuk melanggar kesepakatan telah yang disepakati bersama oleh kedua belah pihak.

Oleh karena itu diperlukan suatu itikad baik dari kedua belah pihak untuk melaksanakan dan mematuhi kesepakatan yang telah disepakati, dan apabila terjadi sengketa kedua belah pihak juga diharapkan menyelesaikannya dengan itikad baik, tidak dengan tujuan untuk kepentingan pribadinya semata-mata tetapi untuk

¹⁹ *Ibid*, hal.96

mewujudkan hubungan kerjasama yang baik dan menjaganya demi kelangsungan bisnis yang telah mereka jalin selama ini.

2. Lembaga Penyelesaian Sengketa Perjanjian Franchise

Apabila terjadi perselisihan yang berkaitan dengan perjanjian franchise, Kep. Menperindag RI No.259/mpp/Kep/7/1997 ps.7 (1) huruf g menyerahkan kepada para pihak yang terlibat dalam perjanjian franchise untuk menyelesaikannya. Secara umum jalur yang digunakan untuk menyelesaikan perselisihan dalam perjanjian franchise ada dua, yaitu:

- a. Melalui pengadilan;
- b. Melalui lembaga arbitrase, terdiri dari dua (2) lembaga yaitu:
 - Lembaga Arbitrase Ad Hoc.

Pengertian lembaga arbitrase ad hoc adalah lembaga atau badan yang berada diluar peradilan umum yang dibentuk dengan tujuan menangani masalah arbitrase secara spesifik untuk menyelesaikan sengketa, terutama dalam bidang perdagangan, berdasarkan pada perjanjian yang dibuat secara tertulis dan disepakati oleh para pihak yang terkait didalamnya.

- Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI).

Tujuan dari didirikannya Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI), adalah:

- a. Dalam rangka turut serta dalam upaya penegakan hukum di Indonesia, BANI menyelenggarakan penyelesaian sengketa atau beda pendapat yang

¹⁹ **Ibid**, hal.96

terjadi diberbagai sektor perdagangan, industri dan keuangan, melalui arbitrase dan bentuk-bentuk alternatif penyelesaian sengketa lainnya antara lain di bidang-bidang Korporasi, Asuransi, Lembaga Keuangan, Fabrikasi, Hak Kekayaan Intelektual, Lisensi, Franchise, Konstruksi, Pelayaran/maritim, Lingkungan Hidup, Penginderaan Jarak Jauh, dan lain-lain dalam lingkup peraturan perundang-undangan dan kebiasaan internasional.

- b. Menyediakan jasa-jasa bagi penyelenggaraan penyelesaian sengketa melalui arbitrase atau bentuk-bentuk alternatif penyelesaian sengketa lainnya, seperti negosiasi, mediasi, konsiliasi dan pemberian pendapat yang mengikat sesuai dengan Peraturan Prosedur BANI atau peraturan prosedur lainnya yang disepakati oleh para pihak yang berkepentingan.
- c. Bertindak secara otonom dan independen dalam penegakan hukum dan keadilan.
- d. Menyelenggarakan pengkajian dan riset serta program-program pelatihan/pendidikan mengenai arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa.

Penyelesaian sengketa melalui pengadilan dapat dikatakan melalui jalur biasa. Dimana sengketa tersebut akan diperiksa oleh Pengadilan Negeri untuk kemudian akan mengeluarkan putusan bagi para pihak yang bersengketa. Sedangkan apabila melalui lembaga arbitrase, maka jalur yang digunakan adalah jalur khusus.

Karena lembaga arbitrase termasuk dalam lembaga yang berwenang untuk menyelesaikan kasus sengketa alternatif. Hal ini telah diatur tersendiri didalam UU No.30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Pilihan Penyelesaian Sengketa.

Menurut ketentuan pasal 5 ayat (1) UU ini, disebutkan bahwa obyek perjanjian arbitrase atau dalam hal ini adalah sengketa yang akan diselesaikan diluar pengadilan melalui lembaga arbitrase (dan atau lembaga alternatif penyelesaian sengketa lainnya) dapat dilakukan hanya untuk sengketa di bidang perdagangan dan mengenai hak yang menurut hukum dan peraturan perundang-undangan dikuasai sepenuhnya oleh pihak yang bersengketa.²⁰ Tidak ada suatu penjelasan resmi mengenai apa yang dimaksud dengan ketentuan pasal 5 ayat (1) tersebut, namun jika kita lihat pada pasal 66 huruf b, yang berhubungan dengan pelaksanaan putusan arbitrase internasional, dimana ada penjelasan pasal 66 huruf b yang mengatakan bahwa yang dimaksud dengan ruang lingkup hukum perdagangan adalah kegiatan-kegiatan antara lain di bidang:

- perniagaan;
- perbankan;
- penanaman modal;
- industri;
- hak kekayaan intelektual.

²⁰ **Ibid**, hal.136

Ini berarti bahwa makna perdagangan sebagaimana disebutkan pasal 5 ayat (1), seharusnya juga memiliki makna yang luas, sebagaimana yang disebutkan dalam penjelasan pasal 66 huruf b UU No.30 Th.1999.

Dengan adanya ketentuan sebagaimana dijelaskan dalam penjelasan pasal 66 huruf b UU No.30 Th.1999 tersebut, maka sengketa yang timbul dalam perjanjian franchise termasuk ke dalam sengketa yang dapat diselesaikan melalui jalur arbitrase. Sebab didalam perjanjian franchise terdapat unsur Hak atas Kekayaan Intelektual, yang termasuk dalam ruang lingkup hukum perdagangan.

Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian waralaba dapat mengikuti prosedur penyelesaian sengketa yang tercantum dalam UU No.30 Th.1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Pilihan Penyelesaian Sengketa.

Dalam pasal 7 disebutkan bahwa “Para pihak dapat menyetujui suatu sengketa yang terjadi atau yang akan terjadi antara mereka untuk diselesaikan melalui arbitrase.”

Lebih lanjut lagi dijelaskan dalam pasal 8 yang berisi:

1. Dalam hal timbul sengketa, pemohon harus memberitahukan dengan surat tercatat, telegram, teleks, faksimili, *e-mail*, atau dengan buku ekspedisi kepada termohon bahwa syarat arbitrase yang diadakan oleh pemohon atau termohon berlaku.
2. Surat pemberitahuan untuk mengadakan arbitrase sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) memuat dengan jelas:
 - a. nama dan alamat para pihak;

- b. penunjukan kepada klausula atau perjanjian arbitrase yang berlaku;
- c. perjanjian atau masalah yang menjadi sengketa;
- d. dasar tuntutan dan jumlah yang dituntut, apabila ada;
- e. cara penyelesaian yang dikehendaki; dan
- f. perjanjian yang diadakan oleh para pihak tentang jumlah arbiter atau apabila tidak pernah diadakan perjanjian semacam itu, pemohon dapat mengajukan usul tentang jumlah arbiter yang dikehendaki dalam jumlah ganjil.

Pada pasal 9 dijelaskan mengenai hal-hal yang harus dimuat dalam suatu perjanjian tertulis diantara para pihak yang terlibat didalamnya, yaitu:

- (1) Dalam hal para pihak memilih penyelesaian sengketa melalui arbitrase setelah sengketa terjadi, persetujuan mengenai hal tersebut harus dibuat dalam suatu perjanjian tertulis yang ditandatangani oleh para pihak.
- (2) Dalam hal para pihak tidak dapat menandatangani perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), perjanjian tertulis tersebut harus dibuat dalam bentuk akta notaris.
- (3) Perjanjian tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) harus memuat:
 - a. masalah yang dipersengketakan;
 - b. nama lengkap dan tempat tinggal para pihak;
 - c. nama lengkap dan tempat tinggal arbiter atau majelis arbitrase;
 - d. tempat arbiter atau majelis arbitrase akan mengambil keputusan;

- e. nama lengkap sekretaris;
 - f. jangka waktu penyelesaian sengketa;
 - g. pernyataan kesediaan dari arbiter; dan
 - h. pernyataan kesediaan dari pihak yang bersengketa untuk menanggung segala biaya yang diperlukan untuk penyelesaian sengketa melalui arbitrase.
- (4) Perjanjian tertulis yang tidak memuat hal sebagaimana dimaksud dalam ayat (3) batal demi hukum.

Dalam prakteknya setiap kasus sengketa bisnis franchise itu berbeda-beda, dan penyelesaian hukumnya perlu pemeriksaan yang teliti menyangkut kondisi masing-masing kasus agar dapat mengurangi kemungkinan terjadinya sengketa diantara para pihak di kemudian hari.

BAB IV

PENUTUP

1. Kesimpulan

Dari berbagai uraian yang dijelaskan dalam bab-bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dengan adanya perjanjian franchise maka mempunyai akibat hukum bagi para pihak yang terikat didalamnya, yaitu timbulnya hak dan kewajiban yang dimiliki oleh masing-masing pihak baik pemberi franchise (franchisor) maupun penerima waralaba (franchisee).
- b. Penyelesaian hukum sengketa perjanjian franchise dapat dilakukan melalui dua (2) cara yaitu:
 1. Melalui pengadilan.
 2. Melalui lembaga arbitrase, terdiri dari dua (2) lembaga yaitu:
 - Lembaga Arbitrase Ad Hoc;
 - Badan Arbitrase Nasional Indonesia (BANI).

2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

- a. Hendaknya para pihak yang terikat dalam perjanjian franchise melaksanakan dan mematuhi segala ketentuan yang telah disepakati dengan itikad baik sesuai dengan hak dan kewajibannya masing-masing..
- b. Sebaiknya dalam membuat suatu perjanjian franchise para pihak harus mencantumkan dua (2) macam klausula didalamnya, yaitu:
 - Klausula arbitrase sebelum sengketa;
 - Klausula arbitrase setelah sengketa.

DAFTAR BACAAN

BUKU

Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, **Aspek Hukum dari Franchise**, Jakarta, 1991.

Juajir Sumardi, **Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Trans-Nasional**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.

Martin Mendelsohn, **Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee**, Cet.I, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1993.

Setiawan, dalam Moch. Chaidir Ali, Ahmad Samsudin, Mashudi, **Pengertian-pengertian Elementer Hukum Perjanjian Perdata**, Cet.I, Mandar Maju, Bandung, 1993.

Subekti, **Hukum Perjanjian**, Cet.XVI, Internusa, Jakarta.

Subekti R, Tjitrosudibio R, **KUH Perdata** (terjemahan BW), Cet.XXVIII, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996.

Subekti R, Tjitrosudibio R, **KUHD** (terjemahan WvK), Cet.XXVIII, Pradnya Paramita, Jakarta, 1996.

Sutantio, Retnowulan, **Kapita Selektta Hukum Ekonomi**, IKAHI, Jakarta, 1995.

Widjaja, Gunawan, **Seri Hukum Bisnis Waralaba**, Cet.I, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001.

Wuri Andriyani, **Aspek Yuridis Perjanjian Franchising Sebagai Trend Bisnis di Indonesia**, Lembaga Penelitian Universitas Airlangga, Surabaya, 1997.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kep.Menperindag RI No.259 Th.1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan

Pendaftaran Usaha Waralaba.

PP No.16 Th. 1997 tentang Waralaba.

UU No. 14 Th.2001 tentang Paten.

UU No.15 Th.2001 tentang Merek.

UU No.19 Th.2002 tentang Hak Cipta.

UU No.30 Th.1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Pilihan penyelesaian Sengketa.