

ASPEK HUKUM PERJANJIAN FRANCHISE

OLEH

SUHAILA ZULKIFLI

ABSTRACT

In Indonesia a retail sales business such as a franchise is being developed. Although the use of a franchise system in Indonesia has been rife by the business community and has been going on for quite a long time, but in the 1997 battle, there was a regulation that specifically regulates the franchise problem.

That the form of a franchise agreement between the producer and the seller is in the form of a standard agreement which contains the rights and obligations that must be carried out by the parties. The legal consequences if there is a default in the franchise agreement between the producer and the seller, then the party causing the loss is obliged to provide compensation to the aggrieved party to the dispute. If in a franchise agreement a dispute occurs, it must be submitted to the Arbitration Court. The role of the court in overruling the contract from the form of franchise contract is based on article 1338 paragraph 3 of the Civil Code of the principle of good faith so that the judge is authorized to interpret the contents of the franchise agreement whether in accordance with propriety and appropriateness, in addition to binding an agreement under normal conditions, to prevent injustice.

ABSTRAK

Di Indonesia bisnis penjualan secara retail semacam waralaba (*franchise*) ini mulai dikembangkan. Meskipun pemanfaatan terhadap sistem waralaba (*franchise*) di Indonesia sudah marak dilakukan oleh kalangan dunia usaha dan sudah berlangsung untuk waktu yang cukup lama, namun pada pertengahan tahun 1997 barulah terdapat suatu peraturan yang secara khusus mengatur masalah perdagangan waralaba (*franchise*) ini.

Bahwa bentuk perjanjian waralaba antara produsen dengan penjual adalah

dalam bentuk perjanjian standar yang di dalamnya berisi hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak. Akibat hukum jika terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba antara produsen dengan penjual, maka pihak yang menimbulkan kerugian diwajibkan untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan sengketa tersebut. Jika dalam perjanjian waralaba terjadi sengketa, maka harus diajukan kepada Pengadilan Arbitrase. Peranan pengadilan dalam mengesampingkan isi kontrak dari bentuk kontrak waralaba adalah berdasarkan kepada Pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara yaitu asas itikad baik sehingga hakim diberi wewenang untuk menafsirkan isi dari perjanjian franchise apakah sesuai dengan kepatutan dan kepatantasan, disamping mengikatnya suatu perjanjian dalam keadaan normal, untuk mencegah adanya ketidakadilan.

A. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mendorong perkembangan pranata - pranata ekonomi baik yang telah ada maupun yang baru muncul kemudian. Pranata - pranata ekonomi yang telah ada dan baru muncul tersebut mempengaruhi perkembangan hukum di bidang ekonomi.

Salah satu bagian dari pranata yang semakin berkembang dengan pesat bahkan melintasi batas-batas yurisdiksi negara adalah waralaba atau disebut juga franchise.

Globalisasi ekonomi merupakan satu dari beberapa pancaran gelombang globalisasi yang menjadikan interdependensi ekonomi dunia semakin kuat. Sementara waralaba (*franchise*) sebagai suatu lembaga dalam hubungan ekonomi khususnya dalam sistem pemasaran barang dan jasa maun tidak mau turut pula dilanda oleh maraknya arus globalisasi. Sehingga dalam waktu yang relatif singkat jumlah perusahaan yang mengembangkan usahanya dengan memanfaatkan sistem

waralaba (*franchise*) ini bertambah banyak, termasuk juga di Indonesia.

Di Indonesia bisnis penjualan secara *retail* semacam waralaba (*franchise*) ini mulai dikembangkan dan salah satu contohnya adalah perjanjian penjualan Es Teler 77. Meskipun pemanfaatan terhadap sistem waralaba (*franchise*) di Indonesia sudah marak dilakukan oleh kalangan dunia usaha dan sudah berlangsung untuk waktu yang cukup lama, namun pada pertengahan tahun 1997 barulah terdapat suatu peraturan yang secara khusus mengatur masalah perdagangan waralaba (*franchise*) ini. Praktek yang dilakukan selama ini masih didasarkan pada kesepakatan tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Hal ini dilakukan *Franchisor* kepada *Franchisee* (pihak pemberi waralaba dan pihak penerima waralaba) berdasarkan asas kebebasan berkontrak seperti yang tertuang dalam Pasal 1338 KUH.Perdata. Namun pada tanggal 18 Juni 1997 Pemerintah Indonesia telah mengundang Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba dalam Lembaran Negara Nomor 49 Tahun 1997 serta pada tanggal 30 Juli 1997 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1977 tentang Ketentuan dan Tatacara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Semenjak saat itu dunia usaha Indonesia yang memanfaatkan sistem waralaba sudah mempunyai peraturan yang dapat digunakan sebagai landasan gerakannya. Pada tahun 2007 Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tersebut direvisi dengan keluarnya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Dengan adanya kedua peraturan tersebut, masyarakat hukum dan sistem hukum Indonesia sudah menerima waralaba (*franchise*) yang semula merupakan sistem hukum asing

menjadi bagian dari sistem hukum masyarakat Indonesia. Lahirnya Kedua peraturan tersebut juga menunjukkan adanya keinginan pemerintah Indonesia terhadap pembinaan, pengembangan dan perlindungan usaha waralaba (*franchise*) serta aspek-aspek hukumnya.

B. PENGERTIAN WARALABA

Pertumbuhan lembaga Waralaba ini telah dimulai pada tahun 1850 dan diperkenalkan pertama kali oleh Isacc Singer, yaitu pencipta mesin jahit merek Singer. Pada tahun 1850 perusahaan I.M. Singer & Co menciptakan suatu bentuk pemasaran produk tersebut yang dianggap sebagai embrio dari sistim *franchise*. Suatu ledakan terhadap sistem *franchise* terjadi pada dekade tahun 1950-an dan 1960-an di Amerika Serikat. Perusahaan-perusahaan besar yang menjadi *Franchisor* pada saat itu antara lain : Holidays Inns, Roto-Rootem, Dunkin Donuts, Mc Donald's, Burger king, H&R Block, Lee Myles, Midas, Eleven, Dunhil personel, Baskin Robbin, Wendy's, Kentucky Fried Chicken, dan sebagainya. Dan bentuk *franchise* yang dikenal sekarang ini pada dasarnya merupakan bentuk *franchise* penyempurnaan dan atau perkembangan dari masa-masa sebelumnya.

Franchise di Indonesia lebih dikenal istilah "waralaba". Istilah Waralaba sendiri baru di bakukan sekitar tahun 1990-an. Waralaba padanan kata *franchise*,berarti Freedom atau kebebasan memberi dan menentukan pilihan.karena bisnis *franchise* sangat berpotensi menguntungkan,maka padanan katanya dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) disebut "Waralaba". Waralaba berasal dari kata Wara (lebih istimewa) dan laba (keuntungan).

Secara umum franchise (waralaba) berarti persetujuan hukum atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk atau jasa dari pemilik (*franchise*) kepada pihak lain (*franchisee*) yang diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 Pasal 1 Butir 1 yang menyatakan : "Waralaba (*franchise*) adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap system bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.¹ Selanjutnya dalam Dictionari Of Business Term, suatu franchise mempunyai banyak arti:

1. Suatu izin yang diberikan sebuah perusahaan (*franchise*) kepada seorang atau kepada perusahaan (*franchise*) untuk mengoperasikan suatu outlet ritail, makanan, supermarket dimana pihak franchise setuju menggunakan milik Franchisor berupa nama, produk, servis, promosi penjualan, distribusi metode untuk display, dan lain-lain company support.
2. Hak untuk memasarkan barang-barang atau jasa perusahaan (Company's goods dan service) dalam suatu wilayah tertentu, hak tersebut telah diberikan oleh perusahaan kepada seorang individu, kelompok individu, kelompok marketing, pengeceran atau grosir.²

David J. Kaufmann, mendefinisikan sebagai berikut:

Franchise adalah suatu bentuk atau sistem pemasaran dan pendistribusian

¹ Munir Fuady. Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)x PT.Citra Adhwa Bakti Bandung ,1997, hal. 135.

² Ibid, hal. 135.

dimana suatu bisnis berskala kecil dan independent yang disebut sebagai "franchise" dijamin untuk mempunyai hak memasarkan barang dan jasa dari pihak lain disebut "Franchisor" sesuai yang ditentukan. Serta pihak franchisee akan membayar "fee" sedang pihak franchise akan memberikan bantuan.³ Jadi franchise dapat dianggap sebagai bentuk perkaitan atau perpaduan antara bisnis berskala besar dan berskala kecil dimana Franchisor dapat memperoleh sumber-sumber baru dari perluasan modal, sementara franchisee memperoleh produk,keahlian, stabilitas dan kecerdasan pemahaman tentang pemasaran yang dimiliki Franchisor sebagai perusahaan yang telah maju dan besar.

Dalam Ensiklopedi Ekonomi Keuangan Perdagangan,A.Abdurrahman memberikan pengertian, bahwa Franchise adalah "suatu persetujuan atau perjanjian antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar,yang menyatakan bahwa yang tersebut pertama itu memberikan kepada yang tersebut terakhir, suatu hak untuk memperdagangka produknya dengan syarat-syarat disetujui kedua belah pihak".⁴

V.Winarto menemukan defenisi franchise adalah "hubungan kemitraan antara usahawan yang relatif baru dan lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan menguntungkan khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa kepada konsumen".⁵

Rooseno Harjowidigdo, mengemukakan mengenai franchise ini sebagai berikut:

³ Juajir Sumardi, Aspek-Aspek Franchise dan Perusahaan Transnasional, PT.Citra Aditya Bandung ,1995..hal.14

⁴ Abdurrahman, Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan. PT. Paramita, Jakarta, 1991, hal. 454

⁵Munir Fuady, Op.Cit, hal. 137.

Kerjasama di bidang perdagangan atau jasa dengan bentuk *franchise* ini dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan sistem usaha dilain tempat, Franchisor secara ekonomi sangat untung karena ia mendapat manajemen fee dari franchise yang mengusahakan franchisenya, dan bagi konsumen yang memerlukan barang hasil produksi franchise cepat didapat serta dalam keadaan "fres" dan belum atau tidak rusak.⁶

Lebih lanjut Roseno mengemukakan definisi franchise adalah "suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki bisnis dibidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bentuk operasional".⁷

C. LAHIRNYA PERJANJIAN WARALABA

Lahirnya perjanjian *franchise* terlebih dahulu dilakukan perundingan antara pihak franchise dan franchisor, pada umumnya pihak franchise biasanya terlebih dahulu menghubungi pihak *Franchisor* untuk mengutarakan keinginannya yaitu untuk membuka perusahaan *franchise* di bawah merek *Franchisor* pada suatu daerah tertentu, tetapi ada juga dilakukan terlebih dahulu oleh pihak *Franchisor* menawarkan bisnisnya kepada calon *franchise*.

"Dalam menanggapi permohonan dari pada pihak calon franchise itu maka pihak Franchisor akan mengadakan survei ketempat atau

lokasi letak bisnis franchise itu akan dilaksanakan".⁸

Berdasarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.259/MPR/Kep/7/1997, lokasi atau daerah usaha warabala (*franchise*) tersebut dapat dilakukan disemua ibukota propinsi dan kota tempat tertentu lainnya di daerah tingkat Kabupaten/Kota yang ditetapkan dari waktu ke waktu oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan. Dan juga bagi pihak *Franchisor* dalam meninjau lokasi atau daerah yang diajukan oleh calon *franchise* harus melihat terlebih dahulu batas-batas lokasi dalam daerah yang sama yang berdekatan untuk barang atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini tidak diberitahukan secara pasti batas jarak apabila dalam suatu tempat tertentu ada dua bisnis *franchise* yang mengadakan barang ataupun jasa yang sama dan merek yang sama.

Setelah meninjau lokasi yang dilakukan oleh *Franchisor* maka agar proses perjanjian ini berjalan dengan mulus, franchisor akan memberikan beberapa syarat-syarat baku ataupun pihak *Franchisor* harus menyampaikan semua informasi atau keterangan yang tertulis yang berhubungan erat dengan perusahaannya kepada calon franchisee, sehingga calon franchisee tersebut dapat mempertimbangkan apakah ia benar-benar akan membuat perjanjian franchise tersebut.

Franchisor wajib menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada *franchisee* sekurang-kurangnya mengenai:

1. Pemberi warabala (*Franchisor*), berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya

⁶ Roseno Harjowidigdo, Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise, BPHN, Jakarta, 1993, hal.1

⁷ 1 Ibid., hal. 3.

⁸ ibid.,h.8.

2. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek warabala (franchise)
3. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima warabala (franchise)
4. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi warabala (Franchisor) kepada penerima Warabala (franchise)
5. Hak dan kewajiban pemberi (Franchisor) dan penerima warabala (franchise);
6. Pengakhiran, pembatalan dan perpanjangan perjanjian warabala serta hal-hal lain yang diketahui penerima warabala (franchise) dalam rangka pelaksanaan perjanjian warabala.⁹

Apabila pihak franchisee tidak merasa keberatan atas syarat-syarat yang diajukan Franchisor dengan terlebih dahulu mempelajarinya dan mengerti isi dari syarat-syarat tersebut, maka kesepakatan diantara franchisor dan franchisee pun tercapai untuk membuat perjanjian franchise. Maka dengan demikian maka lahirlah perjanjian franchise tersebut.

D. Bentuk Perjanjian Waralaba

Bentuk dari pada perjanjian franchise pada saat sekarang ini sangat banyak variasinya ditambah lagi dengan berbagai perubahan-perubahan dalam prakteknya sesuai dengan tuntutan zaman sekarang. Maka dapat digolongkan bentuk dari perjanjian franchise ini adalah sebagai berikut:

1. Franchise Format Bisnis

Yang dimaksud dengan franchise format bisnis adalah suatu sistem franchise pihak franchisee diberi

hak oleh pihak Franchisor untuk memasarkan dan menjual produk atau servis dengan menggunakan operasional dan pemasaran yang standar seperti yang ditetapkan oleh pihak Franchisor bisnis format adalah sebagai berikut:

- a. Diberi lisensi untuk waktu tertentu untuk berusaha di suatu wilayah tertentu dengan menggunakan nama, merek dagang dan logo Franchisor.
- b. Merupakan suatu aktivitas, biasanya dalam bentuk jasa pelayanan, yang formulanya biasanya telah berhasil dan telah dipraktekkan di tempat lain
- c. Franchisor menyediakan keseluruhan formula bisnis (biasanya disebut (blue print). Franchise dalam bidang fastfood misalnya, maka ada 'ramuan khusus' yang bersifat rahasia yang biasanya ditentukan dalam operating manual yang diberikan oleh Franchisor kepada franchise setelah selesainya negosiasi kontrak.
- d. Franchisor mengajarkan franchise bagaimana menjalankan bisnis
- e. Untuk menjamin suksesnya pelaksanaan bisnis, pihak Franchisor juga menyediakan back-up servise, misalnya berupa iklan, promosi, penyediaan dana, accounting, dan lain-lain
- f. Sebagai imbalannya, Franchisor akan mendapatkan royalti (mingguan atau bulanan), biasanya dihitung dari turn over bisnis franchise tersebut. mungkin juga ada kewajiban franchise untuk memasok bahan baku atau peralatan dari

⁹ Ibid, h.83.

Franchisor atau pihak yang ditunjuk Franchisor.

- g. Sungguhpun ada campur tangan pihak Franchisor dalam hal pendirian bisnisnya pihak franchise, sehingga pihak franchise pada prinsipnya dalam mengalihkan kepada orang lain, meskipun barangkali diperlukan izin dari atau adanya "hak tolak pertama" (right of first refuse) yang dimiliki oleh pihak Franchisor.¹⁰

Dari uraian di atas bahwa perjanjian franchise dalam format bisnis ini adalah bahwa pihak franchise memakai nama Franchisor dan franchise diakui sebagai anggota kelompok yang berusaha dalam bisnis tertentu. Maka karena memakai nama Franchisor, franchise harus mengikuti metode dan standard pengoperasian franchise. Franchisor akan memberi dan mengawasi bahan yang digunakan, tempat usaha, desain tempat usaha, jam penjualan, persyaratan karyawan dan sebagainya. namun dapat saja bahwa Franchisor tidak memberikan semua rahasia dari bahan yang dipergunakan untuk produksi kepada Franchisor.

Franchise dalam format bisnis inilah yang paling populer dimana-mana, termasuk di Indonesia.

2. Franchise Distribusi Produk

Franchise distribusi produk yaitu satuan sistem franchise dan Franchisor memberikan hak kepada franchise untuk menjual produk yang dikembangkan oleh Franchisor. Pemberian Franchisor disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang dari Franchisor, pemberian ini dilakukan dalam rangka penjualan produk yang

difranchisekan. Contohnya seperti minuman coca-cola, fanta, Piza Hut dan lain-lain.

Dalam sistem franchise distribusi produk, yang dilakukan oleh pihak franchisee pada prinsipnya hanyalah memasarkan produk di lokasi tertentu dengan izin menggunakan nama dagang pihak Franchisor. Dalam hal ini kedudukan pihak franchise mirip kedudukan agen atau distributor. perjanjian franchise dalam distribusi produk dapat dikatakan bahwa Franchisor memberikan lisensinya kepada franchisee untuk menjual barang-barang hasil produksinya.

3. Trademark Franchise

"Yang dimaksud dengan franchise trademark franchise yaitu suatu sistem perjanjian franchise dan franchisee hanya diberi peranan untuk menjual saja produk dari partnernya yang memiliki ciri-ciri khusus dengan pembatasan areal. Contoh : produk-produk hiburan seperti Star Wars, Power Rangers".¹¹

E. UNSUR - UNSUR PERJANJIAN WARALABA

Dengan memperhatikan pengertian perjanjian waralaba (franchise) dan jenis-jenis franchise sebagaimana dikemukakan di atas, maka dapat diketahui adanya beberapa unsur dalam suatu perjanjian franchise, yaitu :

1. Adanya suatu perjanjian yang disepakati. Dalam hal ini perjanjian franchise dibuat oleh para pihak Franchisor dan franchise, keduanya berkualitas sebagai subjek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun sebagai perorangan.
2. Adanya pemberian hak dari Franchisor kepada franchisee

¹⁰ Munir Fuady, Op-Cit, h.158

¹¹ Ibid., h.9.

untuk memproduksi dan memasarkan produk dan jasa. Dalam hal ini franchise berhak untuk menggunakan nama, cap dagang dan logo milik Franchisor yang sudah terlebih dahulu dikenal dalam lalu lintas perdagangan.

3. Pemberian hak yang terbatas pada waktu dan tempat tertentu. Dalam hal ini Franchisor memberikan hak kepada franchisee untuk menggunakan nama, cap dagang dan logo dari usahanya kepada franchisee terbatas pada waktu dan tempat tertentu yang telah diperjanjikan dalam perjanjian franchise yang telah mereka buat bersama.
4. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari franchisee kepada Franchisor, yaitu antara lain :
 - a. Pembayaran awal
Dalam hal ini dilakukan setelah Franchisor dan franchisee sepakat atas isi perjanjian. Pembayaran ini dipergunakan untuk biaya pemilihan lokasi dan biaya-biaya lain yang dikeluarkan sampai mulai beroperasinya bidang usaha tersebut.
 - b. Pembayaran selama berlangsungnya franchise
Pembayaran ini meliputi : royalti, pembagian kelebihan harga yang telah ditetapkan Franchisor sebagai harga standar, biaya promosi, biaya jasa, yang dalam hal ini adalah jasa administrasi dan bantuan pembukuan.
 - c. Pembayaran atas peengoperan hak franchise kepada pihak ketiga
Maksudnya dari pernyataan

ini adalah bahwa franchise berhak mengalihkan hak pemegang franchisanya kepada calon franchisee yang lainnya atas seizin dari Franchisor

- d. Penyediaan bahan baku
Untuk menyediakan bahan baku, Franchisor berhak memasok bahan baku yang bermutu sesuai dengan kualitas standar Franchisor.

F. HAK DAN KEWAJIBAN PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA

Bisnis waralaba (franchise) sebagaimana diketahui dijabatani oleh suatu kontrak yang diebut dengan perjanjian franchise diantara pihak Franchisor dan *franchisee*. Berdasarkan hal inilah di dalam perjanjian *franchise* tersebut tertuang kewaj iban-kewaj iban dan hak para pihak dalam menjalankana bisnis *franchise*.

Secara umum dapat dirumuskan hak-hak dan kewaj iban *Franchisor* maupun *franchisee* menurut pendapat Gunawan Wijaya, sebagai berikut:

1. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba (*Franchisor*)
 - a. Kewajiban Pemberi Waralaba (*Franchisor*)
Pemberi waralaba berkewajiban untuk :
 - 1) Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan inteektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba (*franchise*), dalam rangka

pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut.

- 2) Memberikan bantuan pada penerima waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba (*franchisee*).¹²

b. Hak Pemberi Waralaba (*Franchisor*)

Pemberi waralaba (*Franchisor*) memiliki hak untuk :

- 1) Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba
- 2) Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha penerima waralaba
- 3) Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja penerima waralaba (*franchisee*) guna memastikan bahwa waralaba (*franchise*) yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya
- 4) Sampai batas tertentu mewajibkan penerima waralaba (*franchisee*) dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari pemberi waralaba (*Franchisor*)
- 5) Mewajibkan penerima waralaba (*franchisee*) untuk menjaga kerahasiaan. 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 objek waralaba (*franchise*).¹³

2. Hak dan kewajiban penerima waralaba (*Franchisee*)

a. Kewajiban Penerima Waralaba (*Franchisee*)

- 1) Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh pemberi waralaba (*Franchisor*) kepadanya guna melaksanakan Hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha;
- 2) Memberi keleluasaan bagi pemberi waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan ahwa penerima lisensi telah melaksanakan waralaba (*franchise*) yang diberikan dengan baik;
- 3) Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari pemberi waralaba
- 4) Membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba (*franchisee*) dari pemberi waralaba (*Franchisor*)
- 5) Menjaga kerahasiaan atas hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi.¹⁴

b. Hak Penerima Waralaba (*Franchisee*)

¹² Gunawan Wijaya, *Sari Hukum Bisnis Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, h. 119

¹³ *Ibid.*, h. 120

¹⁴ *Ibid.*, h. 121

- 1) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara adistribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi objek waralaba (franchise) yang dipergunakan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
- 2) Memperoleh bantuan dari pemberi waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan ataupun penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba (franchise)¹⁵

Dari uraian di atas maka hak Franchisor secara garis besar adalah Franchisor berhak memperoleh pembayaran dan royalti atas franchise yang diberikannya kepada franchisee dan kewajiban Franchisor adalah Franchisor berkewajiban mendaftarkan merek dagang, paten atau hak cipta penemuannya, menyediakan franchise sedangkan hak franchise adalah franchise berhak atas nama dagang, paten dan hak cipta di dalam memakai dan menjual produk, berhak mendapatkan bantuan-bantuan dari Franchisor dalam menjalankan bisnis tersebut dan kewajiban franchisee adalah franchisee berkewajiban menjaga rahasia franchisor kepada

pihak lain, franchisee berkewajiban membayar sejumlah pembayaran dan royalti sebagai imbalan persediaan barang dan jasa dari pihak Franchisor.

G. KEUNTUNGAN DAN KERUGIAN BAGI PEMBERI FRANCHISE (FRANCHISOR) DAN PENERIMA FRANCHISE (FRANCHISEE) DALAM PERJANJIAN WARALABA

Setiap sistem bisnis perdagangan tidak luput dari kelemahan dan keunggulan. Demikian juga dengan bisnis franchise tidak luput dari resiko-resiko bisnis. Oleh karena itu perlulah diketahui keuntungan dan kelemahan dalam franchise ini, baik itu bagi Franchisor maupun franchisee. Sehingga dalam menjalankan bisnis ini Franchisor dan franchisee dapat memperkecil kemungkinan an-kemungkinan yang timbul dari resiko franchise ini.

Menurut Juajir Sumardi, apabila dilihat dari segi kepentingan Franchisor, maka keuntungan dan kerugian dalam franchise adalah sebagai berikut:

1. Keuntungan Bagi Pemberi Waralaba (Franchisor)
 - a. Sistem usaha dapat berkembang cepat dengan menggunakan modal dan motivasi dari pemegang franchise (franchisee)
 - b. Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan karena sama citra pemilik franchise (Franchisor) dan meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha franchise
 - c. Modal untuk memperluas usaha lebih kecil karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru

¹⁵ Ibid.,h.122

- dipikul oleh pemegang franchise
- d. Unit usaha yang dikelola oleh pemiliknya sendiri jelas akan memiliki motivasi yang kuat untuk memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan.
 - e. Franchisor tidak banyak membutuhkan karyawan, kantor pusat jauh lebih ramping dari pada kantor pusat suatu perusahaan yang memiliki jaringan cabang-cabang milik sendiri
 - f. Daya beli kelompok usaha secara keseluruhan meningkatkan, setiap kalau dibuka suatu unit usaha franchise yang baru
 - g. Kehadiran kelompok usaha dalam pesat makin terasa, setiap kali dibuka unit usaha franchise yang baru. Selain itu banyak dana dapat dihemat karena promosi dan periklanan dapat dilakukan sebagai suatu kelompok . Hasil belum terlihat pada satu tahun pertama karena pengeluaran masih besar, tetapi dalam tahun ketiga atau keempat dan selanjutnya pengembalian investasi akan cukup tinggi.¹⁶
2. Kerugian bagi pemberi Franchise (Franchisor)
 - a. Franchisor tidak dapat mendikte franchisee, dimana jika ia ingin mengadakan perubahan, ia harus berusaha memotiasi franchise agar mau menerima perubahan bersangkutan.
 - b. Harapan franchisee sering terlalu tinggi, mengharapkan cepat mendapat untung yang besar sehingga Franchisor harus berusaha keras untuk menurunkan harapan yang tinggi tersebut;
 - c. Franchisor tidak dapat mengadakan perubahan dengan cepat terutama jika melibatkan tambahan biaya. Perubahan biasanya baru dilakukan melalui musyawarah dengan pihak franchise
 - d. Jika pemegang franchise (franchisee) yang dipilih tidak tepat, maka akan dapat menghancurkan reputasi dari Franchisor
 - e. Sistem franchise adalah suatu ikatan jangka panjang sehingga Franchisor tidak dapat begitu saja mengakhiri kegiatan franchise seara sepihak tanpa alasan yang sah.¹⁷
- Penerima franchise juga mempunyai keuntungan-keuntungan dan kerugian dalam menjalankan bisnis franchise ini. beberapa contoh dari pada keuntungan-keuntungan dan kerugian bagi pihak penerima franchise (franchisee) menurut Martin Mandelson dalam bukunya Franchising Petunjuk Praktis bagi Franchisor dan Franchisee adalah sebagai berikut:
1. Keuntungan Bagi Penerima Franchise (Franchisee)
 - a. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan dari pihak franchisee dapat ditanggulangi dengan

¹⁶ Juajir Sumardi, Op.Cit, h.18

¹⁷ Ibid, h. 19

- program-program pelatihan yang disediakan oleh pihak Franchisor
- b. Karena pihak franchisee pada prinsipnya memiliki bisnisnya sendiri sebagai franchisee (yang hanya terikat kontrak dengan pihak Franchisor), maka ia mempunyai insentif yang besar untuk usaha sekuat tenaga untuk dapat memajukan bisnis itu, disamping mendapat bantuan dan bimbingan yang terus menerus dari pihak Franchisor.
 - c. Terhadap franchisee yang langsung dapat berbisnis di bawah nama besar dan terkenal dari pihak Franchisor
 - d. Dibandingkan dengan apabila franchisee berbisnis secara biasa, maka dengan berbisnis secara franchise, pihak franchisee dapat menghemat cost (pengeluaran) dan permodalan yang diperlukan. Hal ini dikarenakan operasi percobaan yang diadakan oleh pihak Franchisor, sehingga menemukan sistem yang efektif paling irit biaya.
 - e. Seringkali pihak franchisee menerima juga bantuan-bantuan berikut ini:
 - 1) Penyeleksian tempat
 - 2) Persiapan rencana perbaikan model gedung sehingga sesuai dengan rencana tata kota atau ketentuan hukum lainnya yang berlaku
 - 3) Perolehan dana untuk sebagian biaya akuisisi dari bisnis yang difranchise kan
 - 4) Pelatihan staff
 - 5) Pembelian peralatan
 - 6) Seleksi dan pembelian suku cadang
 - 7) Bantuan pembukaan bisnis dan menjalankannya dengan lancar.
 - f. Keuntungan atas data adanya iklan bersama meluas.
2. Kerugian Bagi Penerima Franchise (Franchis)
- a. Kontrol yang besar oleh pihak Franchisor terhadap pihak franchisee menyebabkan pihak franchisee hilang kemandiriannya
 - b. Pihak franchisee harus membayar berbagai macam fee kepada pihak Franchisor
 - c. Kesukaran dalam menilai kualitas Franchisor
 - d. Biasanya kontrak franchise berisikan juga pembatasan-pembatasan terhadap bisnis franchisee dan ruang gerak dari pihak Franchisor
 - e. Franchisee menjadi terlalu bergantung pada pihak Franchisor
 - f. Kebijakan-kebijakan pihak Franchisor tidak selamanya berkenaan di hati pihak franchisee
 - g. Franchisor biasa jadi juga membuat kesalahan dalam kebijakannya.
 - h. Turunnya reputasi dan citra dari merek bisnis Franchisor

karena alasan yang tidak terduga-duga sebelumnya.¹⁸

Dapat dikatakan bahwa keuntungan dan kerugian sistem franchise secara garis besar adalah bahwa keuntungan dari pada sistem franchise yaitu pengembangan usaha yang cepat karena pada umumnya produk atau jasa yang sudah terkenal ataupun merek dagang yang populer yang difranchisekan, sehingga pihak franchisee tidak perlu bersusah payah mempromosikan usahanya.

Dengan sistem franchise ini pihak franchisee tidak perlu mengeluarkan biaya yang besar untuk keperluan dan penelitian dan pengembangan kualitas usahanya, karena hal itu semuanya dilakukan oleh pihak Franchisor. Kelemahan dari sistem Franchise ini adalah pada umumnya pihak franchisor sebagai pihak yang mempunyai kedudukan yang lebih kuat daripada franchisee, sering terjadi hal-hal yang memberatkan franchisee, seperti dalam perjanjian franchise, Franchisor lah yang menentukan syarat-syarat baku perjanjian dimana hal ini sepenuhnya harus disetujui franchisee.

kepada Pengadilan Arbitrase sesuai dengan ketentuan BANI. Peranan pengadilan dalam mengesampingkan isikontrak dari bentuk kontrak waralaba adalah berdasarkan kepa pasal 1338 ayat 3 KUHPerdara yaitu asas itikad baik sehingga hakim diberi wewenang untuk menafsirkan isi dari perjanjian franchise apakah sesuai dengan kepatutan dan kepantasan, disamping mengikatnya suatu perjanjian dalam keadaan normal, untuk mencegah adanya ketidakadilan.

H. PENUTUP

Bentuk perjanjian waralaba antara produsen dengan penjual adalah dalam bentuk perjanjian standar yang di dalamnya berisi hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan oleh para pihak.

Akibat hukum jika terjadi wanprestasi dalam perjanjian waralaba antara produsen dengan penjual, maka pihak yang menimbulkan kerugian diwajibkan untuk memberikan ganti rugi kepada pihak yang dirugikan sengketa tersebut. Jika dalam perjanjian waralaba terjadi sengketa, maka harus diajukan

¹⁸ Martin Mandelson, Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee, PT. Pustaka Binama Pressindo, Jakarta, 1997, h.27

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulkadir Muhammad., Perjanjian Baku Dalam Praktek Perusahaan Perdagangan, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1992
- A.Abdurrahman, Ensiklopedia Ekonomi Keuangan Perdagangan. PT. Paramita, Jakarta, 1991
- A.F. Elly Erawaty., Membenahi Perilaku Pelaku Bisnis Melalui UU No. 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktek Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 1999
- Ahmad Yani dan Gunawan Widjaja., Seri Hukum Bisnis And Monopoli, PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta, 2000
- Juajir Sumardi. Aspek-Aspek Franchise dan Perusahaan Transnasional, PT.Citra Aditya Bandung. 1995
- Mariam Dams Badruzaman. Sistem Hukum Perdata Nasional, Dewan Kerjasama Hukum Belanda Dengan Indonesia, Proyek Hukum Perdata, Medan, 1987
- _____ Perjanjian Baku (Standard) Perkembangannya Di Indonesia, Alumni, Bandung, 1990
- Munir Fuady, Pembiayaan Perusahaan Masa Kini {Tinjauan Hukum Bisnis} PT.Citra Aditya Bakti Bandung ,1997
- R. Subekti., Hukum Perjanjian, PT. Intermasa, Jakarta, 1995
- Roseno Harjowidigdo, Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise, BPHN, Jakarta, 1993
- Sajtipto Rahardjo, Ilmu Hukum, Alumni, Bandung, 1986
- Sudikno Mertokusumo, Mengenai Hukum, Liberty, Yogyakarta,1998