

WARALABA (FRANCHISE) DI INDONESIA

Sri Redjeki Slamet
Kantor Advokat Sri Redjeki Slamet & Partners
Jln. Bungur Besar Raya Blok A-8 No. 85 Jakarta Pusat
lis_jeke113@yahoo.com

Abstract

Franchise contracts are granting permission by the holders of Intellectual Property Rights or other know-how to other parties to use the brand or a particular procedure is and as kopensasinya franchise holder shall pay a royalty for use of trademarks and product manufacturing processes that amount to be determined in the form of a written agreement berdasarkan , where in the event of cancellation of the agreement, then the franchise to Demand acquisition compensation and the fulfillment of the agreement.

Keywords: Franchise, Agreement, Royalty

Pendahuluan

Menurut Warren J. Keegen dalam bukunya *Global Marketing Management* menyatakan, pengembangan usaha secara internasional dapat dilakukan melalui sekurangnya lima macam cara, yaitu: 1. dengan cara ekspor; 2. melalui pemberian lisensi; 3. dalam bentuk *franchising* (waralaba); 4. pembentukan perusahaan patungan (*joint ventures*); atau 5. *total ownership* atau pemilikan menyeluruh yang dapat dilakukan melalui *direct ownership* (kepemilikan langsung) atau akuisisi. (Waren, 1989)

Ekspor merupakan salah satu bentuk internasionalisasi produk yang paling sederhana, dimana kegiatan ekspor pada dasarnya merupakan kegiatan jual beli yang dilakukan secara internasional yang melibatkan berbagai macam sarana dan lembaga lain. Namun bagi pemilik usaha/pengusaha, kegiatan ekspor ini kurang mendatangkan keuntungan yang disebabkan karena faktor-faktor teritorial yang berdampak ekonomis dan faktor-faktor yang bersifat politis, serta faktor biaya dan risiko.

Demikian juga bentuk usaha patungan untuk memproduksi barang atau jasa, dapat menimbulkan risiko yang cukup besar bagi seorang pengusaha terutama masalah sosial politik dari negara dimana

investasi akan dilakukan. Sedangkan bentuk investasi langsung dan akuisisi bisnis, hanya mungkin dapat dilakukan jika secara ekonomis, sosial dan politik dimungkinkan.

Sebaliknya, cara lisensi yang Lisensi merupakan suatu bentuk pemberian hak yang dapat bersifat eksklusif maupun berbentuk non eksklusif, dirasakan cukup mengurangi risiko, dimana dengan lisensi produsen lebih berupaya mendekati diri kepada konsumen di negara tujuan dan memperkecil risiko biaya tinggi, risiko hilangnya barang atau mungkin embargo dalam kaitannya dengan masalah politik. Dengan lisensi, maka dapat meningkatkan penjualan, menekan biaya dan perolehan keuntungan yang optimal. (Waren, 1989)

Akan tetapi dalam perkembangannya, pemberian lisensi tersebut tidak dapat dirasakan cukup optimal terutama jika pemberi lisensi bermaksud untuk melakukan penyeragaman total baik dalam bentuk hak maupun dalam bentuk kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala perintah yang dikeluarkan termasuk pada sistem pelaksanaan operasional kegiatan atau usaha yang diberikan lisensi tersebut.

Dengan permasalahan tersebut, maka telah berkembang suatu bentuk pemberian hak dan kegiatan usaha yang disebut waralaba (*Franchise*) sebagai salah bentuk alternatif pengembangan usaha yang khususnya dilakukan secara internasional. Waralaba (*Franchise*) seperti halnya lisensi, mengandalkan kepada kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralabanya melalui tata cara, proses serta suatu *code of conduct* dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha *franchisor*.

Dalam Waralaba (*Franchise*) ini dapat dikatakan bahwa sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha *Franchisor*, maka mitra usaha atau penerima *Franchise* diberikan hak untuk memanfaatkan Hak Atas Kekayaan Intelektual dari pengusaha *Franchisor*, baik dalam penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi maupun rahasia dagang dan sebaliknya, pengusaha *Franchisor* memperoleh royalti atas penggunaan Hak Atas Kekayaan Intelektual mereka. (Gunawan, 2001)

Waralaba (*Franchise*) pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. Dalam hal ini *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan kegiatan pendistribusian barang dan jasa di bawah nama dan identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu, dimana usaha tersebut dijalankan sesuai dengan prosedur dan cara yang ditetapkan *franchisor* dan *franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya *franchisee* membayar sejumlah uang berupa *ininitial fee* dan royalti. (Suharnoko, 2004)

Jenis usaha Waralaba (*Franchise*) lahir di Amerika Serikat kurang lebih satu abad yang lalu ketika perusahaan mesin jahit Singer mulai mem-

perkenalkan konsep Waralaba (*Franchise*) sebagai suatu cara mengembangkan distribusi produknya. Demikian pula dengan perusahaan-perusahaan bir yang memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. (Suharnoko, 2004)

Di Indonesia bentuk usaha bisnis ini juga berkembang dengan pesat, dimana bentuk usaha *franchise* ini banyak digunakan dalam usaha *fast food restaurant* seperti Kentucky Fried Chiken, Pizza Hut, Mc Donald, Hotel dan jasa penyewaan mobil. Bentuk ini juga digunakan oleh bisnis lokal di Indonesia seperti Es Teller 77.

Dengan perkembangan yang pesat tersebut, maka untuk memberikan perlindungan dan kepastian hukum, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Waralaba. Keduanya diubah dengan Peraturan No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Perangkat hukum tersebut telah memberikan definisi tersendiri mengenai waralaba.

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

konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

Melihat perkembangan yang ada di Indonesia terhadap usaha Waralaba (*Franchise*), maka diperlukan adanya kepastian hukum dan perlindungan hukum bagi pelaku usaha terutama bagi *franchisee* terhadap tindakan *franchisor* yang merugikan *franchisee*.

Pembahasan

Aspek Hukum *Franchise*

Waralaba (*Franchise*) berasal dari bahasa Perancis, yaitu *franchir* yang mempunyai arti memberi kebebasan kepada para pihak (Salim, 2003). PH. Collin, dalam *Law Dictionary* memberikan definisi *franchise* sebagai, *Lincense to trade using and paying a royalty for it* dan *Franchising* sebagai *act of selling a license to trade as a Franchisee* (Gunawan, 2002). Definisi tersebut menekankan pada pentingnya peran nama dagang dalam pemberian waralaba dengan imbalan royalti.

Dengan pemberian royalti berarti ada pemberian lisensi yang merupakan, suatu bentuk hak untuk melakukan satu atau serangkaian tindakan atau perbuatan yang diberikan oleh mereka yang berwenang dalam bentuk izin. Tanpa adanya izin tersebut, maka tindakan atau perbuatan tersebut merupakan tindakan atau perbuatan yang terlarang, yang tidak sah yang merupakan perbuatan melawan hukum. (Gunawan, 2001). Dalam *Black's Law Dictionary*, *Franchise* diartikan sebagai :

“A special privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or service. In its simple terms, a Franchise is a license from owner of a trade mark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a Franchise has evolved into an elaborate agreement under which the Franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the Franchisor, and the Fran-

chisor under takes to assist the Franchisee thorough advertising promotion and other advisory service. (Gunawan, 2001)

Dari rumusan *Black's Law Dictionary* tersebut menunjukkan bahwa Waralaba (*Franchise*) ternyata juga mengandung unsur-unsur sebagaimana yang diberikan kepada lisensi hanya saja lebih menekankan kepada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang-barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang *Franchisor* (pemberi waralaba) dengan kewajiban kepada *Franchisee* (penerima waralaba) untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan.

Dari seluruh pengertian di atas, Waralaba (*Franchise*) dapat dilihat dari dua aspek, yaitu aspek yuridis dan bisnis. Pengertian *franchise* dari segi yuridis, dapat dilihat dalam ketentuan peraturan perundang undangan, berbagai pendapat, dan pandangan ahli. Pasal 1 ayat (1) Peraturan Pemerintahan nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, Waralaba (*Franchise*) diartikan sebagai :

Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Pasal 1 ayat (1) Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, Waralaba (*franchise*) adalah perikatan antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dimana Penerima Waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi

Waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba.

Dari definisi Keputusan Menteri Perdagangan di atas, maka unsur-unsur yang dapat dirumuskan dari Waralaba adalah 1) adanya perikatan; 2) adanya hak dan pemanfaatan dan/atau penggunaan; 3) adanya objek, yaitu hak atas kekayaan intelektual atau penemuan baru atau ciri khas usaha; 4) adanya imbalan atau jasa; dan 5) adanya persyaratan dan penjualan barang.

Bryce Webster mengemukakan pengertian Waralaba (*Franchise*) dari aspek yuridis, yaitu: *lisensi yang diberikan oleh franchisor dengan pembayaran tertentu, lisensi yang diberikan itu bisa berupa lisensi paten, merek perdagangan, merek jasa, dan lain-lain yang digunakan untuk tujuan perdagangan tersebut di atas.* (Ridhwan, 1992).

Definisi ini belum memperlihatkan adanya hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee* karena yang ditonjolkan di sini adalah pemberian lisensi dari *franchisor* kepada *franchisee*, sementara fokus pada pembuatan kontrak antara para pihak adalah adanya hubungan hukum di antara mereka tidaklah tampak.

Berdasarkan hal tersebut, dapatlah dirumuskan bahwa Waralaba (*Franchise*) adalah suatu kontrak yang dibuat antara *franchisor* dan *franchisee*, dengan ketentuan pihak *franchisor* memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menggunakan merek barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dan pembayaran sejumlah royalti tertentu kepada *franchisor* (Salim, 2003). Sehingga unsur-unsur secara yuridis dari *franchise* adalah : 1. adanya subjek hukum, yaitu *franchisor* dan *franchisee*; 2. adanya lisensi atas merek barang atau jasa; 3) untuk jangka waktu tertentu; 4. adanya pembayaran royalti.

Selanjutnya, pengertian Waralaba (*Franchise*) dari aspek bisnis sebagaimana dikemukakan oleh Bryce Webster, adalah salah satu metode produksi dan distribusi barang dan jasa kepada konsumen dengan suatu standar dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, sistem produksi, tata cara pengeemasan dan penggunaan nama pengedarnya (Ridwan, 1992).

Definisi Waralaba (*Franchise*) ini ada kesamaan dengan definisi yang tercantum dalam kamus *Black's Law Dictionnary*, yaitu Lisensi atau izin dari pemilik suatu merek atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa di bawah merek atau nama dagangnya. Dari definisi menurut aspek bisnis tersebut, dapat diperleh unsur-unsur *franchise* sebagai berikut: 1. metode produksinya; 2. adanya izin dari pemilik, yaitu *franchisor* kepada *franchisee*; 3) adanya suatu merek atau nama dagang; 4) untuk menjual produk barang atau jasa; 5) di bawah merek atau dagang dari *franchise*. Brayce Webster mengemukakan ada tiga bentuk dari Waralaba (*Franchise*), yaitu :

1. *Product franchising*

Product franchising, adalah suatu *franchise*, yang *franchisor*-nya memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk menjual barang hasil produksinya. *Franchisee* berfungsi sebagai distributor produk *franchisor*. Sering kali terjadi *franchisee* diberi hak eksklusif untuk memasarkan produk tersebut di suatu wilayah tertentu. Misalnya dealer mobil, stasiun pompa bensin.

2. *Manufacturing franchises*

Manufacturing franchise franchisor memberikan *know-how* dari suatu proses produksi. *Franchisee* memasarkan barang-barang itu dengan standar produksi dan merek yang sama dengan yang di-

memiliki *franchisor*. Bentuk *franchise* semacam ini banyak digunakan dalam produksi dan distribusi minuman *soft drink*, seperti Coca Cola dan Pepsi.

3. *Business format franchising*

Business format franchising adalah suatu bentuk *franchise* yang *franchisee*-nya mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama *franchisor*. Sebagai imbalan dari penggunaan nama *franchisor*, maka *franchisee* harus mengikuti metode-metode standar pengoperasian dan berada dibawah pengawaaan *franchisor* dalam hal bahan-bahan yang digunakan, pilihan tempat usaha, desain tempat usaha, jam penjualan, persyaratan karyawan, dan lain-lain. Sehingga *franchisor* memberikan seluruh konsep bisnis yang meliputi strategi pemasaran, pedoman dan standar pengoperasian usaha dan bantuan dalam mengoperasikan *franchise*. Sehingga *franchisee* memiliki identitas yang tidak terpisahkan dari *franchisor* (David, 1995).

Selain ketiga bentuk diatas, di Indonesia juga mulai berkembang *group trading franchise*, yang menunjukan pada pemberian hak toko grosir maupun pengecer.

Kontrak Waralaba

Kontrak Waralaba (*Franchise*) berada diantara kontrak lisensi dan distributor. Adanya pemberian izin oleh pemegang Hak Milik Intelektual atau *know-how* lainnya kepada pihak lain untuk menggunakan merek ataupun prosedur tertentu merupakan unsur perjanjian lisensi. Sedangkan di lain pihak juga adanya *quality control* dari *franchisor* terhadap produk-produk pemegang lisensi yang harus sama dengan produk-produk pemegang lisensor, seakan-akan pemegang *franchise* merupakan distributor *franchisor*. (Salim, 2003)

Pemegang Waralaba (*Franchise*) wajib membayar sejumlah royalti untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian. Royalti kadang-kadang bukan ditetapkan dari persentase keuntungan melainkan dari beberapa unit. Dalam hal demikian pihak *franchisor* tidak peduli apakah pemegang *franchisee* untung atau tidak. Disamping harus membayar royalti, pihak pemegang *franchise* harus mendesain perusahaannya sedemikian rupa sehingga mirip dengan perusahaan *franchisor*. Begitu pula dengan manajemen, tidak jarang *franchisor* juga memberikan asistensi dalam manajemen.

Dalam hal demikian pemegang *franchise* perlu membayar *fee* tersendiri untuk asistensi tersebut. Tidak jarang pula *franchisor* dalam keperluan pembuatan produknya mewajibkan pemegang *franchise* untuk membeli bahan-bahan dari pemasok yang ditunjuk *franchisor*. Hal itu dalam hukum kontrak disebut sebagai *tying-in agreement*. Bahkan kadang-kadang pemegang *franchise* berdasarkan kontrak membolehkan *franchisor* melakukan *auditing* terhadap keuangan *franchisee*. Semua ini diwajibkan oleh *franchisor* dengan alasan *quality control*. Namun di lain pihak, melalui kontrak lisensi maupun *franchise* diharapkan terjadinya alih teknologi antara *licensor/franchisor* terhadap *licensee/franchisee*.

Bentuk Waralaba (*Franchise*) menurut Pasal 4 ayat (1) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perdagangan No. 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba adalah berbentuk tertulis.

Sifat perjanjian Waralaba (*Franchise*) (*agreement franchise*) adalah, sebagai berikut :

1. Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (*legal agreement*)
2. Memberi kemungkinan pewaralaba/*franchisor* tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut.
3. Memberikan kemungkinan pewaralaba/*franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya.
4. Hak, Kewajiban, dan tugas masing-masing pihak dapat diterima pewaralaba/*franchisee*.

Perjanjian ini dibuat dalam Bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospektus mengenai data dan atau informasi usahanya dengan benar kepada Penerima Waralaba yang paling sedikit memuat: a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba 1 (satu) thun terakhir; b. Hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba disertai dokumen pendukung; c. Keterangan mengenai kriteria atau persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba termasuk biaya investasi; d. Bantuan atau fasilitas yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba; e. Hak dan kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba; dan f. Data atau informasi lain yang perlu diketahui oleh Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba selain huruf a sampai dengan huruf e. Di samping itu, penerima waralaba utama, wajib memberitahukan secara tertulis dokumen autentik kepada penerima waralaba lanjutan bahwa penerima

waralaba utama memiliki hak atau izin membuat perjanjian waralaba lanjutan dari pemberi waralaba.

Hal-hal yang harus dimuat dalam perjanjian Waralaba (*Franchise*), yaitu sebagai berikut :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang dimiliki Objek Waralaba;
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- d. Wilayah usaha (zone) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

Menurut Bryce Webster klausul-klausul yang harus dimuat dalam perjanjian Waralaba (*Franchise*), adalah sebagai berikut :

1. *trem of contrac*; 2. *contrac renewal*; 3. *location selection*; 4. *territory and exclusively*; 5. *lease approval*; 6. *franchise fess, initial, and cash requirements*; 7. *Royalitas regular fess*; 8. *Adveristing policies*; 9. *Tradermark use resticion*; 10. *Training offered by franchise company*; 11. *On-site assistance and location preparation*; 12. *Use of peration manual*; 13. *Operating practices*; 14. *Obligation to purchise*; 15. *Equipment and premiesess maintan-ces*; 16. *Right of inspection*; 17. *Right to audit*; 18. *Similar bussiness or noncompetation clause*; 19. *Trade secret*; 20. *Cancellation clause*; 21. *Franchise*

termination; 22. Accurate representation; 23. Rights to transfer of the right of first refusal; 24. Rights to inherit; 25. Sale equipment; 26. Contract enforcement (Salim, 2003).

Yang menjadi subjek hukum dalam perjanjian *franchise*, yaitu *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* adalah perusahaan yang memberikan lisensi, baik, berupa paten, merek dagang, merek jasa, maupun lainnya kepada *franchisee*. Sedangkan *franchisee* adalah perusahaan yang menerima lisensi dari *franchisor*.

Di samping itu, ada dua pihak lainnya dalam perjanjian Waralaba (*Franchise*) yang terkena dampak dari perjanjian ini, yaitu :

1. *Franchisee* lain dalam system *franchise* (*franchising system*) yang sama.
2. Konsumen atau klien dari *franchisee* maupun masyarakat pada umumnya.

Objek dalam perjanjian *franchisee* adalah lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Ada dua kriteria lisensi sebagaimana dikemukakan oleh Dieter Plaff, yaitu 1. tujuan ekonomis, dan 2. acuan yuridis. Tujuan ekonomis adalah apa yang hendak dicapai oleh lisensi itu. Sedangkan acuan hukum, yaitu instrumen hukum yang digunakan untuk mencapai tujuan tersebut.

Berdasarkan kriteria tersebut, maka lisensi dibagi menjadi tiga macam, sebagaimana dikemukakan berikut ini ;

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

terletak pada pemberian izin ataupun pembayaran royalti.

2. Corak perjanjian lisensi yang kedua adalah kebalikan dari corak yang pertama. Dari luarnya tampak sebagai perjanjian lisensi, namun sebenarnya bukan perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya. Perjanjian tersebut dibuat semata-mata untuk tujuan penyelundupan pajak; dengan cara seolah-olah suatu cabang perusahaan di suatu Negara tertentu membayar royalti kepada perusahaan induknya di Negara lain. Perjanjian semacam ini lazim dinamakan *return contracts*.
3. Perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya, tanpa *camouflaging effects* sebagaimana diuraikan di atas.

Kontrak yang dibuat oleh pihak *franchisor* dengan *franchisee* berlaku sebagai undang-undang bagi kedua belah pihak. Sejak penandatanganan kontrak antara kedua belah pihak akan menimbulkan hak dan kewajiban. Kewajiban dari pihak *franchisor* adalah menyerahkan lisensi kepada *franchisee*. Sedangkan yang menjadi haknya adalah sebagai berikut :

1. Logo merek dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek dan atau nama tersebut.
2. Format/pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk buku pegangan (*manual*), yang sebagian isinya dalam rahasia usaha.
3. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain, dan program khusus.
4. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas bisa dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam undang-undang hak cipta.

Hak *franchisee* adalah menerima lisensi, sedangkan kewajibannya adalah membayar royalti

kepada *franchisor* dan menjaga kualitas barang dan jasa yang di-*franchise*.

Walaupun para pihak diberikan kebebasan untuk menentukan jangka waktu berakhirnya kontrak *franchise* (waralaba), namun Pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurang-kurangnya 10 (sepuluh) tahun. Jangka waktu itu dapat diperpanjang.

Perlindungan Hukum Terhadap *Franchise* di Indonesia

Pengaturan Hukum

Bidang usaha Waralaba (*Franchise*) di Indonesia diatur dalam Buku ke III Kitab Undang-Undang Hukum Perdata sebagai aturan umum dan Peraturan Pemerintah RI. tanggal 23 Juli 2007 No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Menurut Pasal 1 ayat (1) Peraturan pemerintahan nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba, Waralaba (*Franchise*) diartikan sebagai: hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Pasal 4 Peraturan Pemerintahan nomor 42 tahun 2007 menyatakan bahwa Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis

dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

Sebelum membuat perjanjian, *franchisor* harus memberikan keterangan secara tertulis kepada *franchisee* mengenai :

1. Identitas *franchisor* berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk rencana dan daftar laba rugi selama dua tahun terakhir.
2. Hak Atas Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba.
3. Persyaratan yang harus dipenuhi oleh *franchisee*.
4. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan *franchisor* kepada *franchisee*.
5. Hak dan kewajiban *franchisor* kepada *franchisee*.
6. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perpanjangan perjanjian waralaba.
7. Hal-hal lain yang perlu diketahui *franchisee* dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Ketentuan pasal 7 Peraturan Pemerintah RI. No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba jo pasal 5 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, mewajibkan *franchisor* sebagai pemberi waralaba melakukan *disclosure* terhadap berbagai aspek material yang dapat mempengaruhi keputusan *franchisee* sebagai penerima waralaba untuk menolak atau menerima persyaratan yang akan dituangkan dalam suatu perjanjian waralaba atau *franchise Agreement* yang meliputi: a. data identitas Pemberi Waralaba; b. legalitas usaha Pemberi Waralaba; c. sejarah kegiatan usahanya; d. struktur organisasi Pemberi Waralaba; e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir; f. jumlah

tempat usaha; g. daftar Penerima Waralaba; dan h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Klausula yang tertuang dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) sebagaimana ketentuan pasal 7 ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba adalah :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang dimiliki Objek Waralaba;
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- d. Wilayah usaha (zone) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

Jangka waktu Perjanjian waralaba tersebut menurut ketentuan pasal 7 Peraturan Menteri Perdagangan adalah:

1. Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku paling sedikit 10 (sepuluh) tahun.
2. Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba

Lanjutan berlaku paling sedikit 5 (lima) tahun.

Menurut pasal 7 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 jo pasal 11 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba, perjanjian waralaba beserta keterangan tertulis wajib didaftarkan kepada Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan dalam hal Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri wajib dan Kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab dibidang perdagangan daerah setempat dalam hal Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri dan Dalam Negeri wajib, paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya perjanjian *franchise* untuk memperoleh Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW). Pendaftaran ini dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara waralaba.

Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) berlaku untuk jangka waktu 5 tahun dan dapat diperpanjang jika jangka waktu perjanjian waralaba masih berlaku. Jika *franchisor* memutuskan perjanjian *franchise* sebelum berakhir masa berlakunya dan kemudian menunjuk *franchisee* baru, maka penerbitan STPUW bagi *franchisee* baru hanya akan diberikan jika *franchisor* telah menyelesaikan seluruh permasalahan yang timbul sebagai akibat pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (*clean break*). Demikian sanksi yang diberikan oleh Pasal 14 Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006.

Pembatalan Perjanjian *Franchise*

Undang undang No. 9 Tahun 1995 tentang usaha kecil menyebutkan bahwa Waralaba (*Franchise*) adalah salah satu pola kemitraan antara usaha kecil dengan usaha menengah dan usaha besar. Namun kenyataan menunjukkan bahwa *franchise* asing berkembang lebih pesat dari *franchise* lokal.

Berbagai faktor mengakibatkan lambatnya pertumbuhan Waralaba (*Franchise*) lokal. Sistem *franchise* membutuhkan 5-15 tahun untuk pengembalian modalnya padahal pengusaha bisnis eceran Indonesia ingin meraih keuntungan dalam jangka pendek. Selain itu sebagai *franchisor*, pengusaha harus membuka rahasia suksesnya, seperti sistem manajemen, resep masakan, dan sebagainya. Timbul kekhawatiran rahasia suksesnya ditiru oleh *franchise*. Karena itu bisnis di Indonesia lebih suka berkembang sendiri dengan membuka cabang usaha meskipun perkembangannya lebih lambat daripada melibatkan orang lain dengan sistem *franchise*.

Di pihak pengusaha lemah dan kecil timbul kekhawatiran pasar. Jika keadaan pasar tidak menguntungkan, maka *franchisor* akan memutuskan perjanjian. Demikian pula bila keadaan pasar menguntungkan, maka *franchisor* akan memutuskan perjanjian dan akan membuka tempat usaha sendiri, setelah *franchise* memperkenalkan produk dan nama *franchisor*.

Hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee* ditandai dengan ketidakseimbangan kekuatan tawar menawar (*unequal bargaining power*). Perjanjian *franchise* merupakan perjanjian baku yang dibuat oleh *franchisor*, yang menetapkan syarat-syarat dan standar yang harus diikuti oleh *franchisee* yang memungkinkan *franchisor* dapat membatalkan perjanjian apabila dia menilai *franchisee* tidak dapat memenuhi kewajibannya. Dalam perjanjian dicantumkan kondisi-kondisi bagi pemutusan

perjanjian seperti: kegagalan memenuhi jumlah penjualan, kegagalan memenuhi standar pengoperasian, dan sebagainya.

Franchisor mempunyai *discretionary power* untuk menilai semua aspek usaha *franchisee*, sehingga perjanjian tidak memberikan perlindungan yang memadai bagi *franchisee* dalam menghadapi pemutusan perjanjian dan penolakan *franchisor* untuk memperbarui perjanjian. (David,1995:342) Dalam hal ini *Franchisor* dapat memanfaatkan kedudukan *franchisee* untuk menguji pasar, setelah mengetahui bahwa kondisi pasar menguntungkan, maka *franchisor* memutuskan perjanjian dengan *franchisee*, selanjutnya *franchisor* mengoperasikan *outlet* atau tempat usaha sendiri di wilayah *franchisee*.

Terdapat dua pandangan mengenai hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*, yang melahirkan *conflicting polities*, yaitu :

1. Pandangan *Proteccionist*

Menurut pandangan ini, alasan yang bersifat ekonomis tidak dapat dijadikan alasan atau dasar pemutusan perjanjian karena jika alasan ekonomis dijadikan dasar pemutusan perjanjian, maka undang-undang yang dibuat untuk melindungi kepentingan *franchise* dari keserakahannya *franchisor* akan kehilangan maknanya dan membiarkan *franchisor* bertindak *oportunistic*. Hal ini karena *Franchisor* berada dalam kedudukan yang sangat kuat, dimana ia menguasai semua informasi biaya, keuntungan, jangka waktu yang diperlukan untuk strategi pemasaran. Sementara *franchisee* hanya menjalankan suatu *pre-existing system* dengan menandatangani perjanjian yang memberi kekuasaan kepada *franchisor* untuk mengontrol semua aspek usaha *franchisee* termasuk ketentuan tentang pemutusan perjanjian (Robert, 1994). Sehingga jika *franchisor* memutuskan

perjanjian karena kondisi pasar yang tidak menguntungkan, maka ia telah bertindak *opportunistic*.

2. Pandangan *Law and Economics*

Menurut pandangan *law and economic*, perjanjian yang efisien adalah perjanjian yang dapat mengurangi biaya. Melalui *franchising*, *franchisor* dapat mendistribusikan dan memperkenalkan produknya dalam wilayah yang luas tanpa perlu mengeluarkan biaya untuk membuka *outlet* sendiri. *Franchisee* dapat menjalankan usaha yang sudah mapan dan memperoleh keuntungan dari reputasi yang dimiliki *franchisor*. Untuk mencapai *economic efficiency* maka *resources* harus dialokasikan pada nilai yang tertinggi. Mekanisme pasar akan berjalan menuju efisiensi dan perjanjian dipandang sebagai sarana atau fasilitas untuk mencapai efisiensi. Oleh karenanya jika ada pihak ketiga yang lebih berhasil memasarkan produk yang bersangkutan, maka *franchisor* seharusnya memutuskan perjanjian dengan *franchisee* dan mengalihkan hubungannya kepada pihak ketiga dengan membayar ganti rugi kepada *franchisee*. Perjanjian baru dipandang lebih efisien karena lebih menguntungkan dan meningkatkan nilai produk yang dipasarkan. Sehingga meskipun *franchisor* melanggar perjanjian, hukum harus mendukung pemutusan perjanjian dengan membayar ganti rugi kepada *franchisee*. (Jeffrey, 1995)

Dalam hal *Franchisee* berkali-kali melanggar perjanjian seperti terlambat membayar, menghalangi *franchisor* melakukan pemeriksaan dan tidak melaporkan hasil penjualannya secara lengkap kepada *franchisor*, sehingga *Franchisor* kehilangan sejumlah royalti yang diharapkan. Dalam hal yang demikian karena

franchisee telah berkali-kali melanggar perjanjian maka perjanjian dapat dibatalkan dan *franchisee* tidak perlu diberikan kesempatan untuk memperbaiki kesalahannya.

Dari kedua pandangan tersebut, pandangan *protectionist* mengutamakan tujuan undang-undang untuk melindungi kepentingan *franchisee*. Oleh karena itu, berdasarkan pandangan ini, Hakim tidak akan menemukan *good clauses* kecuali jika *franchisee* melanggar perjanjian secara substansial. Walaupun mungkin saja *franchisor* memutuskan perjanjian dengan didasarkan pada alasan-alasan yang tidak wajar dengan didasari *self motive*. Sebaliknya dalam pandangan *Law and Economic*, mengabaikan tujuan undang-undang untuk melindungi *franchisee* dari keserakahan *franchisor*. Sehingga yang diperhatikan dalam hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee* hanyalah manfaat ekonomi. (Suharnoko, 2004)

Faktor-faktor yang dapat dijadikan acuan bagi hakim dalam mengadili kasus pemutusan perjanjian *franchise* adalah, sebagai berikut (Tracey, 1994):

Motif dari *franchisor* untuk memutuskan perjanjian *franchise*. Jika sejumlah bukti menunjukkan bahwa *franchisor* menyalahgunakan untuk kepentingan sendiri dengan memutuskan perjanjian *franchise*, maka pemutusan perjanjian tersebut tidak berdasarkan *good cause*.

- a. **Dampak tindakan *franchisee* terhadap nama perusahaan *franchisor*.** Jika *franchisor* tidak menyalahgunakan kekuasaannya maka *franchisor* dapat memutuskan perjanjian berdasarkan *good cause*, karena *franchisee* melanggar perjanjian dan merugikan nama baik perusahaan *franchisor*.
- b. **Investasi dan pengharapan *franchisee*.** Jika *franchisee* melanggar perjanjian dan tidak

merugikan nama perusahaan *franchisor*, maka harus diperhatikan apakah tindakan *franchisor* memutuskan perjanjian tidak merugikan investasi dan diharapkan *franchisee*. Dalam hal ini perlu dipertimbangkan jumlah investasi yang telah dilakukan *franchisee*, jangka waktu yang telah dilakukan *franchisee* dalam menjalankan usahanya, dan keuntungan yang diharapkan *franchisee* dari investasinya berdasarkan informasi yang diberikan oleh *franchisor*. Maka dalam hal yang demikian *franchisor* dapat memutuskan perjanjian berdasarkan *good cause* apabila hal itu tidak merugikan investasi dan diharapkan *franchisee*.

Dalam hal terjadi pembatalan perjanjian, upaya hukum apa yang dapat digunakan untuk memulihkan kerugian *franchisee*, apakah pelaksanaan perjanjian atau ganti rugi sejumlah uang? Indonesia yang mempunyai *basic law* Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dipengaruhi oleh sistem hukum Eropa Kontinental di mana tuntunan moral untuk memenuhi janji lebih diutamakan dari pada ganti rugi, khususnya dalam perjanjian yang prestasinya untuk berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu. Subekti mengistilahkan ganti rugi hanya bersifat pengarem-arem, pelaksanaan perjanjian adalah sesuatu hal yang lebih penting (Subekti, 1998). Akan tetapi, untuk perjanjian yang prestasinya berupa menyerahkan sesuatu seperti *franchisor* yang mempunyai kewajiban untuk memasok barang kepada *franchisee*, maka upaya pemulihan hukumnya jika terjadi wanprestasi adalah ganti rugi.

Menurut ketentuan Pasal 1239 sampai dengan Pasal 1242 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, perikatan yang perestasiannya berupa mela-

kukan sesuatu atau tidak berbuat sesuatu, maka pihak kreditur, di samping memperoleh ganti rugi juga dapat menuntut pelaksanaan perjanjian. Bahkan sendainya debitur tidak mau menaati putusan pengadilan, maka kreditur dapat minta dikuasakan oleh hakim untuk melakukan prestasi itu sendiri atas biaya debitur atau dalam hal perikatan untuk tidak berbuat sesuatu dilanggar, maka kreditur berhak untuk minta dikuasakan oleh hakim untuk menghapus sendiri segala sesuatu yang telah dibuat oleh debitur. Dalam ilmu hukum hal ini dikenal dengan istilah *relee executie* atau eksekusi riil. Ketentuan seperti ini tidak dikenal dalam kasus di mana salah satu pihak telah lalai memenuhi perjanjian yang perestasiannya berupa kewajiban untuk menyerahkan sesuatu maka menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata kreditur hanya dapat menuntut ganti rugi.

Kesimpulan

Aspek hukum dari Waralaba (*Franchise*) adalah: bahwa ada kontrak *franchise* terdapat pemberian izin oleh pemegang Hak Milik Intelektual atau *know-how* lainnya kepada pihak lain untuk menggunakan merek ataupun prosedur tertentu dan sebagai kopensasinya Pemegang *franchise* wajib membayar sejumlah royalti untuk penggunaan merek dagang dan proses pembuatan produk yang besarnya ditetapkan berdasarkan perjanjian.

Perjanjian Waralaba (*Franchise*) berbentuk tertulis dalam bahasa Indonesia yang didalamnya memuat: a. Nama dan alamat perusahaan para pihak; b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang dimiliki Objek Waralaba; c. hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan

kepada Penerima Waralaba; d. Wilayah usaha (zone) Waralaba; e. Jangka waktu perjanjian; f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian; g. Cara penyelesaian perselisihan; h. Tata cara pembayaran imbalan; i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba; j. Kepemilikan dan ahli waris.

Perlindungan hukum terhadap Waralaba (*Franchise*) di Indonesia diberikan oleh Buku ke III Kitab Undang Undang Hukum Perdata sebagai aturan umum dan Peraturan Pemerintah RI. Tanggal 23 Juli 2007 No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Peraturan Menteri Perdagangan RI No. 12/M-DAG/PER/3/2006 tanggal 29 Maret 2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba .

Dalam hal terjadi pembatalan perjanjian, maka *franchise* dapat menuntut perolehan ganti rugi dan pemenuhan perjanjian.

Daftar Pustaka

Black's Law Dictionary, 1979.

David Hess, "*The Iowa Franchise Act : Toward Protecting Reasonable Expectations of Franchisees and Franchisors*", Vol 80. Januari 1995.

Gunawan Widjaja, "Seri Hukum Bisnis : Lisensi", Rajawali Pers, Jakarta, 2001.

_____, "Seri Hukum Bisnis - Lisensi atau Waralaba : Suatu Panduan Praktis", Ed. Kesatu Cet. Kesatu, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2002.

Harian Kompas, "Aspek Hukum dari Franchise", Edisi tanggal 21 Maret 1990.

Indonesia, "Peraturan Pemerintah Republik Indonesia tentang Waralaba", P.P. No. 42 tahun 2007.

_____, "Keputusan Menteri dan Perdagangan Republik Indonesia tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba", Kep.Mendag No. 12/M-DAG/PER/3/2006.

Institut Pendidikan dan Pembinaan Manajemen, "Peta Pewaralabaan (Franchising) di Dunia Manajemen", Jakarta, 1992.

Jeffrey L. Harrison, "*Law and Economics*", Wet Publishing Company, St. Paul-Minnesota, 1995.

Robert W. Emerson, "*Franchise Contract Clauses and the Franchisor's Duty of Care Towards It Franchisees*", Nort Carolina Law Review. Vol 72. April 1994.

R. Soebekti, "Hukum Perjanjian", PT. Intermasa, Jakarta, 1998.

Ridhwan Khaerandy, "Aspek Aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia", Majalah Anisa. Yogyakarta : UII, Yogyakarta, 1992.

Suharnoko, "Hukum Perjanjian : Teori dan Analisa Kasus", Cet. 1, Kencana, Jakarta, 2004.

Salim H.S, "Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia", Cet. Pertama, Sinar Grafika Offset, Jakarta, 2003.

Tracey A. Nicastro, "*Note : How the Cokie Crumbles: the Good Requirement for Terminating Franchise Agreement*", Valparaso University Law Review. Vol 28. Winter, 1994.

Warren J. Keegen, "*Global Marketing Management*", Prentice Hall International, New York, 1989.