

**PERANAN PEMERINTAH TERHADAP USAHA  
WARALABA MENURUT PERATURAN  
PEMERINTAH NOMOR 42 TAHUN 2007  
TENTANG WARABALA<sup>1</sup>**

**Oleh : Bryan Galardo Christian<sup>2</sup>**

**ABSTRAK**

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana perkembangan usaha waralaba dari aspek hukum di Indonesia dan bagaimana peranan pemerintah terhadap usaha waralaba di Indonesia yang dengan metode penelitian hukum normatif disimpulkan bahwa: 1. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba ditetapkan pada tanggal 23 Juli 2007. 2. Saat ini pemerintah sedang mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk dijadikan usaha waralaba dan juga mendorong usaha waralaba lokal agar mampu bersaing, mengingat pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia.

Kata kunci: waralaba;

**PENDAHULUAN**

**A. Latar Belakang**

Salah satu bentuk usaha baru yaitu usaha waralaba, di Indonesia pengaturannya baru dilakukan pada tahun 1997 yaitu dengan dikeluarkannya yang kemudian pada tahun 2007 dirubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba serta dilaksanakan dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dengan adanya landasan yuridis yang dikeluarkan pemerintah mengenai Waralaba maka mulai saat itu semua usaha Waralaba yang dilakukan oleh pemberi waralaba dan

penerima waralaba harus berdasarkan kepada ketentuan yang telah ditetapkan pemerintah artinya dalam melakukan Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dan penerima waralaba atau penerima waralaba lanjutan dibuat dalam bentuk tertulis kemudian harus didaftarkan kepada Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan yang sekarang dengan otonomi daerah yang seluas luasnya menjadi Dinas Perindustrian dan Perdagangan baik di Propinsi atau Kabupaten/Kota dimana usaha waralaba itu akan dijalankan.

**B. Perumusan Masalah**

1. Bagaimana perkembangan usaha waralaba dari aspek hukum di Indonesia?
2. Bagaimana peranan pemerintah terhadap usaha waralaba di Indonesia?

**C. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang termasuk jenis penelitian normatif.

**PEMBAHASAN**

**A. Perkembangan Usaha Waralaba Dari Aspek Hukum Di Indonesia**

Berkembangnya usaha waralaba membuat banyaknya usaha waralaba yang di ciplak baik, resepnya maupun sistemnya maka disini pentingnya mengetahui tentang rahasia dagang sebagaimana didefinisikan dalam Pasal 1 ayat (1) UURD, Rahasia Dagang adalah informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik Rahasia Dagang.<sup>3</sup>

Lingkup perlindungan Rahasia Dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum, termasuk resep makanan/minuman, formula, proses produksi, daftar klien atau rencana pemasaran. Perlindungan Rahasia Dagang walaupun tidak mensyaratkan pendaftaran di Ditjen HKI sebagaimana paten, namun tidak berarti dapat diperoleh secara otomatis. Pemilik rahasia dagang perlu

<sup>1</sup> Artikel Skripsi. Dosen Pembimbing: Prof. Dr. Telly Sumbu, SH, MH: Frans Maramis, SH, MH

<sup>2</sup> Mahasiswa pada Fakultas Hukum Unsrat, NIM. NIM : 14071101242

<sup>3</sup> Pasal 1 Ayat 1 Undang-Undang Rahasia Dagang.

memahami UU Rahasia Dagang untuk mengenali hal-hal yang harus dilakukan dan juga harus dihindari agar terhindar dari kehilangan perlindungan tersebut.

### 1. Rahasia Dagang Dan Paten

Perlindungan melalui Rahasia Dagang atau *Trade Secret* seringkali menjadi alternatif manakala sebuah penemuan tidak dapat diberi paten karena tidak memenuhi persyaratan paten. Namun, mekanisme perlindungan rahasia dagang banyak juga dipilih untuk penemuan-penemuan yang sesungguhnya dapat diberi paten, dengan alasan sebagai berikut:

- Perlindungan Rahasia Dagang tidak memiliki batas waktu perlindungan sebagaimana paten. Jangka waktu perlindungan paten dibatasi, hanya diberikan selama 20 tahun dan setelah masa perlindungan lewat, penemuan menjadi milik umum (*public domain*). Sebaliknya, sebuah rahasia dagang tidak ada batas waktu perlindungan. Selama pemiliknyanya menjaga rahasianya dari akses publik, selama itu pula rahasianya terlindungi
- Rahasia Dagang tidak mensyaratkan pendaftaran di institusi pemerintah tertentu sebagaimana paten sehingga perlindungan hukum dapat diperoleh segera;
- Berbeda dengan rahasia dagang, pemohon paten diwajibkan untuk mengungkapkan penemuannya secara detail kepada publik dalam permohonan patennya.

### 2. Bagaimana memperoleh Perlindungan Rahasia Dagang

Untuk dapat memperoleh perlindungan sebagai Rahasia Dagang, beberapa standar atau persyaratan umum yang harus dipenuhi di antaranya adalah:

- Informasi tersebut harus merupakan informasi yang dirahasiakan (tidak dapat diakses oleh pihak lain selain pemiliknyanya atau pihak-pihak tertentu yang diberi izin oleh pemiliknyanya)
- Informasi rahasia tersebut memiliki nilai komersial;
- Ada upaya-upaya dari pemiliknyanya untuk menjaga kerahasiaan (misalnya dengan membuat perjanjian kerahasiaan (*confidentiality agreement*) dengan pihak-

pihak yang diberi akses kepada informasi rahasia tersebut.<sup>4</sup>

### Bagaimana Rahasia Dagang Melindungi Formula Resep Pada Industri

Pemilik Rahasia Dagang memiliki hak untuk menggunakan sendiri Rahasia Dagang yang dimilikinya dan memberikan Lisensi kepada atau melarang pihak lain untuk menggunakan Rahasia Dagang atau mengungkapkan Rahasia Dagang itu kepada pihak ketiga untuk kepentingan yang bersifat komersial (*Pasal 4 UURD*).<sup>5</sup>

Apabila upaya-upaya menjaga kerahasiaan telah dilakukan sesuai UU Rahasia Dagang, maka jika terjadi penggunaan atau pengungkapan informasi rahasia tersebut kepada pihak ketiga untuk kepentingan komersial, dapat diduga telah terjadi pelanggaran rahasia dagang. Pemegang Hak Rahasia Dagang atau penerima Lisensi dapat mengambil tindakan hukum baik secara perdata (*Pasal 11 UURD*) atau pidana (*Pasal 17 UURD*) terhadap siapa pun yang dengan sengaja dan tanpa hak melakukan pelanggaran rahasia dagang dengan cara mengungkapkan Rahasia Dagang, mengingkari kesepakatan atau mengingkari kewajiban tertulis atau tidak tertulis untuk menjaga Rahasia Dagang yang bersangkutan secara sengaja. Pelanggaran juga dianggap terjadi pada saat seseorang memperoleh atau menguasai Rahasia Dagang tersebut dengan cara yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Namun demikian, ada beberapa kelemahan perlindungan rahasia dagang yang perlu dicermati pemilik rahasia dagang. Berbeda dengan paten, apabila ada pihak lain yang memperoleh teknologi yang sama dengan teknologi yang dirahasiakan, namun dengan iktikad baik (misalnya melalui penelitian sendiri), perlindungan rahasia dagang tidak dapat menghalangi pihak lain memiliki, mengkomersialkan bahkan memperoleh paten atas teknologi penemuannya tersebut jika

<sup>4</sup> Lucky Setiawati, SH, MH, Rahasia Dagang Dan Perlindungan Resep Makanan, diakses dari <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/lt4feadb7627be1/perlindungan-resep-kue> di Manado, tanggal 13 Maret.

<sup>5</sup> Pasal 4 Undang-Undang Rahasia Dagang.

penemuannya memenuhi persyaratan pemberian paten.

Begitu pula apabila informasi rahasia melekat pada sebuah produk sedemikian rupa sehingga memungkinkan pihak lain mempelajari, menelaah dan menganalisis rahasia tersebut (rekayasa ulang atau *reverse engineering*). Tindakan "Rekayasa Ulang" (*reverse engineering*), menurut UURD, adalah suatu tindakan analisis dan evaluasi untuk mengetahui informasi tentang suatu teknologi yang sudah ada. UURD tidak menganggap pelanggaran Rahasia Dagang manakala tindakan rekayasa ulang atas produk yang dihasilkan dari penggunaan Rahasia Dagang milik orang lain dilakukan semata-mata untuk kepentingan pengembangan lebih lanjut produk yang bersangkutan.

#### **Perlindungan HKI**

Contoh saja seperti produk Coca-Cola dengan formula minumannya yang terkenal yang dikemas dalam kaleng berwarna merah dan botol berdesain unik, telah memiliki resep rahasia yang berumur lebih dari 125 tahun. Dalam situs [www.thecocacolacompany.com](http://www.thecocacolacompany.com), dikabarkan bahwa resep formula asli saat ini disimpan di sebuah rumah di The World of Coca-Cola di Atlanta di mana sebelumnya disimpan di SunTrust Bank di Atlanta sejak 1925. Coca-Cola membatasi akses kepada formula tersebut dengan hanya mengizinkan beberapa orang eksekutifnya.

Selain mekanisme perlindungan rahasia dagang, Coca-Cola juga melindungi merek, simbol, logo, slogan dan kemasan minuman mereka yang terkenal melalui mekanisme perlindungan merek. Pendaftaran merek dapat melindungi pemilik rahasia dagang dari pihak-pihak yang ingin mengambil keuntungan ekonomi dengan memanfaatkan keterkenalan atau reputasi dari produk inovatifnya dengan memakai nama atau atribut pengenal dari produk tersebut. Berbeda dengan rahasia dagang, perlindungan merek diperoleh melalui pendaftaran. Pendaftaran merek dapat dimiliki selama mungkin selama pemilikinya memperpanjang pendaftaran mereknya setiap 10 tahun sekali.

Untuk memperoleh perlindungan merek, pencipta makanan/minuman perlu menciptakan nama yang unik untuk produk inovatifnya. Hindari pemberian nama yang

sifatnya menerangkan produk atau "*descriptive*" atau nama yang umum atau "*generic*". Merek "Martabak" untuk martabak, tentu saja tidak akan mendapat perlindungan hukum dan tidak dapat didaftarkan sebagai merek. Namun, nama-nama unik seperti "Rainbow" untuk cake atau "Crepes" untuk martabak tipis, misalnya, dapat didaftarkan sebagai merek.

Melakukan *search* atau penelusuran baik di internet maupun di Ditjen HKI juga disarankan sebelum memutuskan memakai dan mendaftarkan sebuah nama untuk produk, untuk menghindari konflik atau sengketa dengan pemilik merek yang terdaftar lebih dahulu, yang justru dapat merugikan di kemudian hari.<sup>6</sup>

#### **• Waralaba Di Indonesia**

Berdasarkan kriteria hukum yang digunakan di Indonesia sehingga waralaba bisa di bedakan secara umum, yaitu waralaba industrial dan waralaba komersial:

##### **1. Waralaba Industrial**

Adalah suatu bentuk kerjasama wirausaha antar pengusaha (manufacturer). Franchisor adalah pemilik sistem manufacture waralaba dan/atau brevet eksklusif. Di sini, franchisor memberikan pengusaha (manufacturer) lainnya hak mengeksploitasi sistem manufacture dan/atau brevet eksklusif dan mengoperasikannya di wilayah yang terbatas. Karena dengan semua sarana yang dimiliki akan memungkinkan franchisee melakukan bisnis usaha yang sama dengan franchisor, yaitu dengan mengkopi formula dan metodologi yang ditransferkan. Oleh karena itu, franchisor tidak menyerahkan kepada franchisee integralitas dari prosedur produksi melainkan hanya sebagian.

##### **2. Waralaba komersial, terdiri dari :**

- Waralaba distribusi produk: adalah waralaba yang bertujuan mengkomersialisasi satu atau beberapa produk, yang biasanya diproduksi oleh pemilik waralaba atau di distribusikan oleh pemilik waralaba secara eksklusif
- Waralaba distribusi jasa: obyek perusahaan terdiri dari satu atau

<sup>6</sup> Suryono Ekotama, *Cara Gampang Bikin Bisnis Frenchise*, Media Pressindo, Yogyakarta, 2014, hlm 165.

kesatuan dari jasa, yang dikomersialisasikan oleh sistem waralaba, berdasarkan metodologi yang dia terima dari pemilik waralaba. Jenis waralaba ini membutuhkan kontrol yang cukup ketat dari pemilik waralaba supaya kualitas servis yang memuaskan tercapai.

Dari beberapa sektor bisnis waralaba yang sudah ada di Indonesia, masing-masing memiliki peluang dan potensi keuntungan yang berbeda-beda. Mungkin beberapa data berikut bisa menjadi pertimbangan anda sebelum menentukan akan berinvestasi waralaba di sektor mana, berikut jenis sektor usaha di bidang waralaba yang bisa dijajaki:<sup>7</sup>

a) Jenis Usaha Waralaba Sektor Makanan

Pada tahun 2009, sektor makanan menjadi penyumbang terbesar dalam perputaran omzet bisnis waralaba di Indonesia. Menurut Dewan Pengarah WALI (Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia), Amir Karamoy sektor ini masih akan menjadi primadona di tahun mendatang. Pasalnya, kebutuhan akan makanan dan minuman menjadi harga mati setiap orang. Ia menyarankan, masyarakat yang tertarik terjun ke bisnis makanan dan minuman bisa mencoba peluang di usaha es krim, yoghurt, fast-food, atau makanan kecil seperti donat.

b) Jenis Usaha Waralaba Sektor Ritel

Peminat sektor ritel terbilang paling tinggi tahun ini. Kontribusinya dalam perputaran bisnis waralaba menduduki peringkat kedua. Dewan Pengarah WALI Amir Karamoy masih melihat, tawaran waralaba atau kemitraan minimarket masih prospektif tahun depan. Kebutuhan masyarakat akan barang sehari-hari turut menunjang perkembangan minimarket. Jangan heran, hampir di setiap lokasi perumahan selalu bisa kita jumpai minimarket. Tak jarang, letaknya saling berhimpitan.

c) Jenis Usaha Waralaba Sektor Jasa

Sepintas, sektor jasa terlihat sepele. Namun, justru karena sederhana, sektor ini bisa menjadi peluang yang sangat menarik di tahun 2010. Peluang usaha yang menarik

di sektor ini misalnya bisnis jasa pencucian mobil dan motor, termasuk di antaranya jasa cuci helm.

Banyak pihak meyakini, pemulihan ekonomi Indonesia akan mendongkrak pertumbuhan otomotif di Indonesia tahun depan. Ini menjadi berita baik bagi mereka yang ingin berusaha di sektor jasa otomotif.

d) Jenis Usaha Waralaba Sektor Farmasi

Salah satu subsektor bisnis ritel ini bakal menarik tahun depan. Terutama, bisnis apotek. Apalagi, pemerintah sudah menghapus ketentuan mengenai jarak antar apotek yang minimal 500 meter. Merujuk pengalaman pemilik jaringan waralaba apotek K-24 Gideon Hartono, omzet setiap gerai waralabanya bisa bertumbuh antara 15% hingga 60% dari tahun ke tahun. Ketergantungan masyarakat yang begitu tinggi terhadap obat-obatan dan vitamin menjadi penyebab utamanya.<sup>8</sup>

• **Membuat Waralaba Sesuai dengan perkembangan Hukum Di Indonesia**

1) Menyusun Konsep dan Model Bisnis

Konsep bisnis yang akan diwaralabakan adalah pondasi atau hal pertama yang harus dipersiapkan. Sederhananya, apakah usaha *franchise* yang akan kamu dirikan hanya sebatas menjual merk dagang kepada orang lain atau mereka harus membeli paket usaha secara lengkap, misalnya berupa *booth*, bahan baku, dan sebagainya. Sebaiknya tawarkan konsep usaha yang *simple* supaya kamu tidak mempersulit calon mitra.

2) Lakukan Kajian Kelayakan Usaha

Perhitungan lamanya modal agar bisa kembali terhitung sejak usaha mulai beroperasi merupakan salah satu poin kelayakan usaha yang harus diperhitungkan atau dikaji. Semakin pendek waktu pengembalian modal, artinya bisnis *franchise* yang di bangun dapat menarik minat para pembeli atau mitra usaha.

3) Menyusun Standar Operasional Prosedur (SOP)

Jangan pernah anggap sepele yang namanya SOP atau Standar Operasional

<sup>7</sup> *Ibid*, hlm 17.

<sup>8</sup> Ino Bhayangkara, *Kitab Super Lengkap Waralaba*, Laksana, Jakarta, 2014, hlm 36..

Prosedur apalagi untuk usaha makanan atau minuman. SOP yang harus dibuat meliputi beberapa aspek, diantaranya penyimpanan bahan baku, tata cara menyajikan, penanganan konsumen, dan sebagainya. Sehingga para mitra akan lebih dimudahkan dalam menjalankan kegiatan operasional usahanya.

- 4) Daftarkan Merk/Brand  
Tindakan plagiat yang marak terjadi sampai detik ini ternyata bisa menyentuh ranah bisnis juga. Supaya merk usaha yang di buat tidak di duplikasi oleh pihak lain, dan juga harus mendaftarkan merk produk ke Ditjen Kekayaan Intelektual (DJKI) demi menghindari terjadinya hal-hal yang tidak diharapkan.
- 5) Menyusun Perjanjian Usaha Kemitraan Franchise  
Sama halnya seperti perjanjian kerjasama pada umumnya, maka perjanjian kemitraan *franchise* juga mengatur kesepakatan dan peran masing-masing pihak (*franchisor* dan *franchisee*). Perjanjian tersebut nantinya bisa digunakan untuk memilah tanggung jawab dan wewenang dari masing-masing pihak. Poin dalam perjanjian bisa berupa bagaimana tata cara pembayaran paket usaha, berapa besar royalti, hingga apa yang dilakukan ketika kontrak kerjasama usai, dan sebagainya. Poin-poin yang ada di dalamnya merupakan kesepakatan antara dua belah pihak sehingga diharapkan kerjasama yang nantinya terjalin tidak menyalahi perjanjian tersebut.
- 6) Membuat Tim Dukungan Manajemen yang Berkelanjutan  
Umumnya *franchise* hanya terdiri dari investor sehingga tanggung jawab manajemen diberikan kepada pusat *franchise/franchisor*, oleh karena itu peran *franchisor* amat penting di tataran fungsi manajemen. Selama bisnis *franchise* berjalan, kamu perlu menyediakan dukungan manajemen kepada para mitra seperti contohnya dari segi *supply* bahan baku, pemasaran *online*, foto produk dan sebagainya.
- 7) Mewujudkan Badan Usaha Berpayung Hukum

Bisnis dalam bentuk badan usaha atau badan hukum bisa dalam bentuk CV atau PT karena bisnis memerlukan suatu badan berkekuatan hukum ketika diwaralabakan.

## B. Peranan Pemerintah Terhadap Usaha Waralaba Di Indonesia

Usaha waralaba merupakan usaha dalam bidang perdagangan dan jasa yang sedang berkembang di Indonesia. 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. Dalam menjalankan waralaba, usaha waralaba harus berpedoman kepada Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan waralaba di seluruh Indonesia maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai pemberi waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya produk dalam negeri. Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha pemberi waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan waralaba.

Di samping itu, pemerintah dapat memantau dan menyusun data waralaba baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, pemberi waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran waralaba kepada pemerintah dan calon penerima waralaba. Di sisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian waralaba, penerima waralaba harus menyampaikan perjanjian ke pemerintah.

Kamar Dagang dan Industri (Kadin) mendesak Pemerintah untuk merevisi Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba. Hal tersebut dilakukan untuk dapat lebih meningkatkan daya saing

pemilik waralaba local dari sebuhan waralaba asing.

Ketua Komisi Tetap Waralaba, Lisensi dan Kemitraan Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Amir Karamoy mengatakan diperlukan pemisahan aturan yang tegas antara usaha waralaba dengan usaha yang berbasis lisensi dan kemitraan.

Menurut Amir PP 42 tahun 2007 tidak mengatur dengan jelas bisnis waralaba dengan bisnis lisensi dan kemitraan, karena pada prakteknya merupakan bisnis yang berbeda. Dia menjelaskan

“Perusahaan asing yang masuk ke Indonesia sebenarnya lebih banyak menawarkan kerjasama berbentuk lisensi atau kemitraan yang berbeda dengan waralaba. Sebagai contoh saat ini banyak sekali perusahaan makanan dan minuman cepat saji asing yang dibeli lisensinya oleh mitra lokal. Dari sisi branding, permodalan, dan sebagainya jauh lebih besar. Akibatnya perusahaan waralaba lokal banyak yang kalah saing.”

Data dari Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan menyebutkan bisnis waralaba di Indonesia mencapai 2.250 merek, dengan komposisi merek local sebanyak 84,4 % dan 15,6% adalah waralaba asing. Meskipun merek local lebih banyak, realitanya pendapatan merek asing lebih banyak.

Namun, Amir mengingatkan bahwa tawaran waralaba asing juga terus meningkat. Saat membuka Franchise & License Expo Indonesia 2014 di Jakarta Convention Center (JCC) pada 12 September yang diikuti oleh 200 merek waralaba, Amir mencatat semakin banyak merek waralaba asing yang ikut serta.

“Stand perusahaan Malaysia, Filipina, dan bahkan Jepang ikut serta dalam pameran tahun ini. Hal ini membuktikan dengan jumlah penduduk mencapai 240 juta lebih, Indonesia merupakan pasar yang dinilai asing sangat menjanjikan bagi bisnis waralaba,” kata Amir. Tindakan daya saing selain mendesak dilakukannya revisi peraturan, Kadin menurut Amir juga meminta pemerintah bisa membantu meningkatkan daya saing pengusaha waralaba lokal. Seperti mempermudah akses dalam mendapatkan kredit, pendampingan dalam memulai atau

mengembangkan bisnis serta pelatihan Sumber Daya Manusia (SDM). “Aspek SDM ini penting jelang diberlakukannya Masyarakat Ekonomi Asean tahun depan. Kalau dari sisi perpajakan, pengusaha lokal tidak ada masalah,” kata Amir.<sup>9</sup>

- **Pemerintah Dorong UKM Melalui Waralaba**

Kementerian Perdagangan baru saja menerbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 7 Tahun 2013 mengenai Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman. Peraturan ini dibuat untuk mendorong pengembangan usaha kecil dan menengah (UKM).

Gita Wirjawan selaku Menteri Perdagangan mengatakan “Kami akan terus melakukan penertiban sesuai dengan ketentuan yang berlaku sehingga dapat menciptakan lingkungan usaha dengan sistem waralaba yang lebih kondusif, terutama untuk pengembangan usaha kecil dan menengah”

Pemerintah, khususnya Kementerian Perdagangan, berupaya untuk melakukan pembenahan dalam kebijakan waralaba. Pembenahan dilatarbelakangi oleh perkembangan dan pertumbuhan waralaba jenis usaha makanan dan minuman yang signifikan. “Perubahan kebijakan ini sudah direncanakan sejak tahun lalu terkait dengan tingginya pertumbuhan peluang bisnis maupun usaha waralaba itu sendiri dalam berbagai bentuk, termasuk usaha jasa rumah makan dan rumah minum (kafe)”.

Di tengah berkembang pesatnya waralaba, kondisi yang terjadi yakni masih banyak masyarakat yang tidak berhasil memiliki usaha waralaba di bidang jasa makanan dan minuman. Kementerian Perdagangan beranggapan, kondisi itu disebabkan oleh adanya perjanjian antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba yang hanya menunjuk satu penerima waralaba saja. Dan tidak memberikan hak kepada penerima waralaba untuk membuka *sub-franchise*.

---

<sup>9</sup> Genjot Pertumbuhan Industri Waralaba, AFI Selenggarakan IFRA 2019, Diakses dari [https://www.liputan6.com/bisnis/read/4005556/genjot-pertumbuhan-industri-waralaba-afi-selenggarakan-ifra-2019?related=dable&utm\\_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.liputan6.com/bisnis/read/4005556/genjot-pertumbuhan-industri-waralaba-afi-selenggarakan-ifra-2019?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F) di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

"Ini menunjukkan adanya dominasi kepemilikan di satu tangan dengan sistem waralaba yang justru keluar dari konsep waralaba itu sendiri". Oleh karena itu, pihak kementerian berupaya mendorong tumbuhnya kemitraan di antara para pelaku usaha. Waralaba, menurut dia, seharusnya bisa memberdayakan pelaku usaha lainnya. Untuk itu, keluarlah aturan Permendag Nomor 7 Tahun 2013. Peraturan ini ditujukan untuk mendorong pengembangan kemitraan dalam waralaba jenis usaha jasa makanan dan minuman.

Selain itu, dengan adanya aturan ini, kementerian ingin menciptakan iklim yang lebih kondusif bagi waralaba jenis ini, sehingga bisa tercipta wirausahawan dan inovator baru yang kreatif dan profesional yang dapat bersaing secara global. Melalui kebijakan waralaba ini, pemerintah pun berharap dapat mempromosikan produk-produk domestik dengan adanya penetapan kewajiban penggunaan bahan baku, peralatan yang digunakan, maupun barang yang dijual berasal dari dalam negeri.

Ketentuan lainnya yang terdapat dalam Permendag baru ini adalah pemberi atau penerima waralaba untuk jenis usaha makanan dan minuman yang telah mempunyai 250 gerai, dan akan melakukan penambahan gerai, maka dapat memilih apakah akan diwaralabakan atau dikerjasamakan dengan pola penyertaan modal.

Untuk pilihan kedua, yakni penyertaan modal, maka untuk nilai investasi kurang dari atau sama dengan Rp 10 miliar, jumlah penyertaan modal dari pihak lain minimal 40 persen. Sedangkan untuk nilai investasi lebih dari Rp 10 miliar maka jumlah penyertaan modal dari pihak lain minimal 30 persen. Srie Agustina, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Kementerian Perdagangan, menambahkan, "Pemberi waralaba atau penerima waralaba yang telah mempunyai gerai atau outlet lebih dari 250 harus menyesuaikan ketentuan penambahan gerai atau outlet dalam waktu lima tahun sejak Peraturan Menteri diberlakukan."<sup>10</sup>

<sup>10</sup> Iwan Kurniawan, Kepemilikan Waralaba Restoran Dibatasi 250 Gerai, Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/25093/kepemilikan->

### Kemendag Longgarkan Aturan Bisnis Waralaba

Regulasi waralaba dalam 4 peraturan menteri perdagangan dilonggarkan guna mendorong arus investasi dan jumlah pengajuan surat tanda pendaftaran waralaba (SPTW).

Aturan-aturan yang akan disimplifikasi tertuang dalam Permendag No.53/2012 tentang Penyelenggaraa Waralaba, Permendag No.68/2012 tentang Waralaba dan Jenis usaha Toko Modern, Permendag No.7/ 2013 tentang Kemitraan Waralaba, dan Permendag No.70/2013 tentang Pedoman Penataan dan Pembinaan Pasar Tradisional, Pusat perbelanjaan dan Toko Modern.

Kasubdit Distribusi Langsung dan Waralaba Kementerian Perdagangan Iqbal Shoffan Shofwan mengungkapkan, selama ini pemerintah ingin menggenjot jumlah pendaftaran waralaba. Namun, akibat rumitnya peraturan, pengusaha mengalami kesulitan. "Kita lihat saja, peraturan mana saja yang tidak relevan. Kalau tidak relevan, kenapa harus dipertahankan," tuturnya, Selasa (28/8/2018). Untuk itu, sebutnya, pemerintah melalui Kemendag bakal 'meliberalisasi' sejumlah aturan waralaba yang selama ini dianggap memberatkan pengusaha.

Pertama, pemerintah akan menghilangkan batas maksimum jumlah gerai, yakni 150 untuk waralaba toko ritel modern dan 250 untuk waralaba kuliner. "Dalam revisi, nanti kami hapuskan aturan batasan itu. Silakan saja kalau ada sektor usaha yang ingin berekspansi lebih jauh. Biarkan sektornya yang mengatur," tegasnya.

Kedua, pemberi waralaba bakal diperbolehkan untuk menunjuk lebih dari satu penerima waralaba, tetapi dengan pembagian wilayah yang sudah disetujui dalam perjanjian usaha waralaba. Dengan aturan master franchise agreement tersebut, ujarnya, pemberi waralaba dari luar negeri bisa ditanyai ketika hanya memberikan hak atau lisensi kepada satu penerima waralaba saja.<sup>11</sup>

[waralaba-restoran-dan-kafe-dibatasi-250-gerai](http://www.neraca.co.id/article/25093/kepemilikan-waralaba-restoran-dan-kafe-dibatasi-250-gerai), di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

<sup>11</sup> Empat Permendag Akan Direvisi, Pemerintah Bakal Permudah Pendaftaran Waralaba, Diakses Dari <https://moneter.id/57701/empat-permendag-akan-direvisi-pemerintah-bakal-permudah-pendaftaran-waralaba>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

Ketiga, pemerintah bakal menghapus aturan mandatori penggunaan 80% produk dalam negeri untuk bahan baku, peralatan, dan barang dagangan waralaba. Iqbal mengatakan, mandatori tersebut akan diganti menjadi 'imbauan' pengutamaan penggunaan barang/jasa produksi domestik. Selain itu, pelaku usaha waralaba akan diimbau untuk mengutamakan pengolahan bahan baku dari dalam negeri.<sup>12</sup>

### **Bisnis Waralaba Naik Signifikan**

Dari kalangan pengusaha, Ketua Umum Perhimpunan Waralaba dan Lisensi Indonesia (Wali) Levita Ginting Supit mengapresiasi langkah tersebut. Pasalnya, dengan peraturan yang lebih sederhana, tidak hanya STPW, iklim bisnis dan omzet waralaba akan naik signifikan. Berdasarkan data International Franchise Association (IFA), pada 2016, omzet waralaba di Indonesia mencapai Rp172 triliun. Sementara itu, Asosiasi Franchise Indonesia (AFI) memproyeksi nilai transaksi waralaba pada 2018 menembus Rp7,5 triliun dari capaian tahun lalu sejumlah Rp7 triliun.

Sementara itu, terkait dengan mandatori 80% produk domestik yang selama ini berlaku, Levita mengatakan banyak pewaralaba makanan dan minuman yang kesulitan, sehingga kemampuan ekspansinya berkurang. *"Tidak semua produk itu ada di Indonesia, itu kan menyulitkan pelaku usaha, dan dengan ditiadakannya itu, pasti akan membantu,"* katanya. Dia optimistis, penyederhanaan aturan itu akan mendorong lebih banyak pelaku waralaba untuk mendaftarkan usahanya. *"Banyak sekali usaha waralaba tetapi yang daftar sedikit,"* ucapnya.

Konsultan International Franchise Business Management Evi Diah Puspitawati menambahkan revisi aturan tersebut sudah seharusnya dilakukan. Menurutnya, peraturan tersebut terlalu usang dan tertinggal jika dibandingkan dengan di negara lain. *"Kalau tujuannya untuk menumbuhkan industri dan menambah jumlah entrepreneurship, memang sudah saatnya peraturan-peraturan itu direvisi."*

*Sebab di negara lain, pembatasan jumlah gerai waralaba itu telah ditinggalkan,"* katanya.

Sementara itu, terkait ancaman akan liberalisasi bisnis waralaba dan gempuran pemain asing, dia menilai ketakutan tersebut tidak mendasar. Menurutnya, kehadiran pelaku bisnis asing justru akan memacu persaingan yang lebih sehat di antara pelaku bisnis waralaba. *"Para pemain dari luar negeri ini kan masuk ke Indonesia untuk memasarkan produk dari negaranya, sehingga kalau selama ini dibatasi akibatnya bisnis mereka jadi terhambat, begitu pula dengan ekspansinya,"* jelas dia.

Direktur PT Sarimelati Kencana Tbk. (PZZA) Jeo Sasanto berpendapat, salah satu kebijakan yang akan menghapuskan batas maksimal gerai waralaba akan membantu menciptakan peluang bisnis baru bagi masyarakat. Kendati demikian, dia mengaku, kebijakan tersebut belum akan membuat perusahaan pemilik jaringan gerai waralaba asing, Pizza Hut, menjadi lebih ekspansif.

*"Kebijakan ini akan menjadi insentif bagus bagi kami. Namun, untuk ekspansi jumlah gerai, kami masih akan terus wait and see sebab pertimbangan terbesar kami masih pada kondisi ekonomi makro saat ini"* ujarnya. Terkait dengan revisi aturan yang memperbolehkan pemberi waralaba asing menunjuk lebih dari satu penerima waralaba, Jeo mengatakan kebijakan itu akan menciptakan persaingan bisnis yang lebih sehat. Dia menilai penetrasi pasar ke daerah yang belum terjangkau akan menjadi lebih mudah dengan adanya pelonggaran aturan tersebut.

Di lain pihak, Direktur Operasional PT Franchise Academy Indonesia berpendapat, pemerintah seharusnya memulai perubahan peraturan secara mendasar, dimulai dari definisi hingga tujuan dari terbentuknya waralaba. Corporate Affair Director PT Sumber Alfaria Trijaya Tbk. (Alfamart) Solihin juga berharap pemerintah dapat menetapkan peraturan yang bisa meningkatkan kontribusi pelaku UMKM dalam pengembangan bisnis waralaba. *"Kami berharap ada aturan-aturan yang dalam mengakomodasi pelaku usaha untuk dapat mengikuti usaha yang telah berhasil,"* ujarnya.

<sup>12</sup> M. Rhicard/Yustinus Andri DP, Bisnis Waralaba Kian Gurih, Kemendag Longgarkan Aturan, Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180829/12/832782/bisnis-waralaba-kian-gurih-kemendag-longgarkan-aturan>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.



Direktur PT Top Food Indonesia (Es Teler 77) Andrew Nugroho mengatakan, pelaku waralaba asing sangat diuntungkan dengan aturan Permendag yang berlaku saat ini. Padahal, pelaku lokal juga harus memiliki kesempatan yang sama dalam berbisnis. Oleh karena itu, rencana direvisinya sederet peraturan waralaba akan membawa angin segar bagi pelaku waralaba lokal untuk bisa lebih ekspansif.

"Sekarang memang belum terbentur peraturan, tetapi dengan penyederhanaan, ketika ada momentum untuk meningkat kami tidak terlalu khawatir," katanya.<sup>13</sup>

### **Cara Kemendag Menciptakan Waralaba Lokal Yang Berdaya Saing Tinggi**

Bisnis Opportunity (BO) adalah bentuk peluang usaha bagi investor yang mengadopsi sebagian konsep waralaba atau bentuk peralihan dari usaha konvensional menuju konsep waralaba. BO juga merupakan tahapan awal dalam menjalankan bisnis waralaba yang potensial. Oleh sebab itu dalam rangka menciptakan waralaba lokal yang berdaya saing tinggi, salah satu program yang harus diselenggarakan adalah memfasilitasi BO dalam pameran sehingga mereka dapat memperoleh akses pasar dan memperluas usahanya.

Pada bulan Mei, Kementerian Perdagangan (Kemendag), memfasilitasi BO pada pameran IFBC di Palembang, dan Pekan Inovasi di Sumatera Utara. Salah satu kegiatan dari sekian banyak program yang sudah dicanangkan Kemendag untuk menciptakan waralaba lokal yang berdaya saing tinggi. Kegiatan tersebut diharapkan dapat memberikan manfaat bagi UKM Waralaba atau potensial diwaralabakan, waralaba atau BO dapat menemukan calon investor yang potensial, memperoleh liputan media lokal maupun internasional, mendapatkan informasi, trend, dan kebutuhan pasar, dan memperoleh informasi untuk pengembangan usaha mereka serta memaksimalkan product branding.

Pada setiap pameran, Kemendag memfasilitasi 5 UKM Waralaba atau potensial diwaralabakan setelah melakukan seleksi bekerjasama dengan dinas yang membidangi Perdagangan dan asosiasi waralaba untuk

dapat merekomendasikan UKM Waralaba atau BO di wilayah penyelenggaraan pameran. Pemerintah berharap dengan fasilitas yang diberikan tersebut, setiap UKM Waralaba atau BO, dapat bertemu dengan calon investor yang berminat dan serius untuk bermitra atau melakukan kerjasama waralaba.

Bagi BO-BO yang lain yang berkeinginan untuk ikut serta dalam program tersebut, atau UKM waralaba atau BO yang ingin difasilitasi oleh Kementerian Perdagangan dalam pameran dapat menyampaikan company profile mereka.

UKM Wawaralaba atau BO yang akan difasilitasi wajib memiliki kriteria seperti berikut yakni,

- Memiliki Ciri Khas Usaha yaitu suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Misalnya, sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan, penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi Waralaba.
- Terbukti Memberikan Keuntungan yaitu, pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 3 (tiga) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.
- Memiliki Standar Atas Pelayanan Barang dan atau Jasa Yang ditawarkan Secara Tertulis. Standar secara tertulis supaya Penerima Waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (Standard Operational Procedure).
- Mudah Diajarkan dan Diaplikasikan, Mudah dilaksanakan sehingga Penerima Waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba.
- Dukungan Yang Berkesinambungan, yaitu dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan

<sup>13</sup> Oktavia Rachmawati, Kenaikan Omzet Waralaba, Diakses dari <https://bisniswaralaba.id/kenaikan-omzet-waralaba/>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

dan promosi. Keenam, HKI yang telah terdaftar, dimana Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang. Ir. Fetnayeti, MM Direktur Bina Usaha Perdagangan Kementerian Peragangan RI.<sup>14</sup>

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Kemudian Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba ini telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba ditetapkan pada tanggal 23 Juli 2007.
2. Saat ini pemerintah sedang mengembangkan usaha kecil dan menengah (UKM) untuk dijadikan usaha waralaba dan juga mendorong usaha waralaba lokal agar mampu bersaing, mengingat pesatnya perkembangan ekonomi di Indonesia.

### B. Saran

1. Pihak yang akan membeli merek dagang usaha waralaba perlu mengetahui tentang aturan-aturan yang berlaku di Indonesia mengenai waralaba, sehingga usaha tersebut tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku di Indonesia.
2. Pemerintah harus lebih mengedukasi masyarakat yang terlibat di usaha kecil dan menengah atau yang biasa disebut UKM, karena banyaknya masyarakat yang kurang memahami apa itu waralaba. Serta Pemerintah harus lebih memperhatikan mengenai izin mengenai usaha waralaba yang dirasakan pengusaha begitu sulit untuk didapatkan

## DAFTAR PUSTAKA

- Gunawan Widjaja, Lisensi Atau Waralaba, Rajawali Pers, Jakarta Barat, 2012.
- Ino Bhayangkara, Kitab Super Lengkap Waralaba, Laksana, Jakarta, 2014.
- Mahfud.M.D, Moch dan Marbun, Pokok-Pokok Hukum Administrasi Negara, Liberty, Yogyakarta, 2011.
- Sonny Sumarsono, Manajemen Bisnis Waralaba, Graha Ilmu, Bandung, 2015.
- Suryono Ekotama, Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise, Media Pressindo, Yogyakarta, 2014.

### Sumber-sumber lain :

- Cara Kemendag Menciptakan Waralaba Lokal Yang Berdaya Saing Tinggi, Diakses Dari <https://www.majalahfranchise.com/article/133/cara-kemendag-menciptakan-waralaba-lokal-yang-berdaya-saing-tinggi>, di Manado, tanggal 13 maret 2019.
- Empat Permendag Akan Direvisi, Pemerintah Bakal Permudah Pendaftaran Waralaba, Diakses dari <https://moneter.id/57701/empat-permendag-akan-direvisi-pemerintah-bakal-permudah-pendaftaran-waralaba>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.
- Genjot Pertumbuhan Industri Waralaba, AFI Selenggarakan IFRA 2019, Diakses dari [https://www.liputan6.com/bisnis/read/4005556/genjot-pertumbuhan-industri-waralaba-afi-selenggarakan-ifra-2019?related=dable&utm\\_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm\\_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F](https://www.liputan6.com/bisnis/read/4005556/genjot-pertumbuhan-industri-waralaba-afi-selenggarakan-ifra-2019?related=dable&utm_expid=.9Z4i5ypGQeGiS7w9arwTvQ.1&utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F) di Manado, tanggal 13 Maret 2019.
- Iwan Kurniawan, Kepemilikan Waralaba Restoran Dibatasi 250 Gerai, Diakses dari <http://www.neraca.co.id/article/25093/kepemilikan-waralaba-restoran-dan-kafe-dibatasi-250-gerai>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

<sup>14</sup> Cara Kemendag Menciptakan Waralaba Lokal Yang Berdaya Saing Tinggi, Diakses Dari <https://www.majalahfranchise.com/article/133/cara-kemendag-menciptakan-waralaba-lokal-yang-berdaya-saing-tinggi>, di Manado, tanggal 13 maret 2019.

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Lucky Setiawati, SH, MH, Rahasia Dagang Dan Perlindungan Resep Makanan, diakses dari <https://www.hukumonline.com/klinik/detail/ulasan/t4feadb7627be1/perindungan-resep-kue> di Manado, tanggal 13 Maret

M. Rhicard/Yustinus Andri DP, Bisnis Waralaba Kian Gurih, Kemendag Longgarkan Aturan, Diakses dari <https://ekonomi.bisnis.com/read/20180829/12/832782/bisnis-waralaba-kian-gurih-kemendag-longgarkan-aturan>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

Oktavia Rachmawati, Kenaikan Omzet Waralaba, Diakses dari <https://bisniswaralaba.id/kenaikan-omzet-waralaba/>, di Manado, tanggal 13 Maret 2019.

Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2007.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman.

Undang-undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.

Undang-undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2011 Tentang Pembentukan Peraturan Perundang-Undangan.

Waralaba di Indonesia, Diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>, diakses di Manado, tanggal 11 Maret 2019.

Waralaba, Diakses dari <https://id.wikipedia.org/wiki/Waralaba>

ba, diakses di Manado, tanggal 11 maret 2019.