

# PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PELAKSANAAN PERJANJIAN WARALABA<sup>1</sup>

Christianto Kansil<sup>2</sup>  
Donna O. Setiabudhi<sup>3</sup>  
Grace Karwur<sup>4</sup>

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami dasar hukum penyelenggaraan waralaba di Indonesia dan untuk mengetahui dan memahami perlindungan hukum bagi para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Dengan menggunakan metode penelitian normatif, dapat ditarik kesimpulan yaitu : 1. Dasar hukum penyelenggaraan waralaba di Indonesia, yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Selanjutnya, telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, dan akhirnya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. 2. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba haruslah memenuhi kriteria-kriteria waralaba sebagai terdapat dalam peraturan perundang-undangan tentang penyelenggaraan waralaba, dan syarat-syarat sahnya suatu perjanjian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan memperhatikan klausula-klausula yang terdapat di dalamnya.

Kata Kunci : *perlindungan hukum, perjanjian waralaba*

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dalam dunia usaha yang selalu bergerak dinamis, pelaku usaha selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan usahanya. Hal ini semakin terasa di era global saat ini di mana ekspansi dunia bisnis telah menembus batas ruang, waktu dan teritorial suatu negara. Salah

satu terobosan yang dilakukan oleh pelaku bisnis adalah pengembangan usaha melalui sistem *franchise* yang di Indonesia diistilahkan dengan waralaba.

Sistem ini bagi sebagian usahawan yang ingin mengembangkan usahanya dipandang efektif dan tepat guna dalam pengembangan suatu perusahaan karena tidak membutuhkan investasi langsung melainkan melibatkan kerja sama pihak lain. Munculnya bisnis waralaba tentu membawa suatu konsekuensi logis terhadap dunia hukum, diperlukan pranata hukum yang memadai untuk mengatur bisnis tersebut di suatu negara, demi terciptanya kepastian dan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam bisnis ini.

Dengan kemampuan teknologi dan pengetahuan atau penemuan yang spesifik, dan biasanya sedikit lebih maju atau inovatif, pengusaha dapat menawarkan kelebihan kemampuan yang dimiliki perusahaannya kepada pihak lain untuk menjalankan usahanya. Ternyata pemberian izin penggunaan teknologi dan atau pengetahuan itu saja dalam banyak hal masih dirasakan kurang cukup oleh kalangan usahawan, khususnya bagi mereka yang berorientasi internasional. Usahawan merasakan perlunya suatu bentuk penyeragaman total, agar masyarakat konsumen dapat mengenal produk yang dihasilkan atau dijual olehnya secara luas, sehingga maksud pengembangan usaha yang ingin dicapai olehnya dapat terwujud. Hingga kemudian terjadilah bentuk-bentuk lisensi seperti yang kita kenal dewasa ini, yang bersifat komprehensif.<sup>5</sup>

Perkembangan dunia usaha ternyata tidak berhenti sampai di situ, usahawan kemudian tidak hanya berbicara soal keseragaman dalam bentuk Hak atas Kekayaan Intelektual yang dilisensikan, tetapi juga kewajiban-kewajiban untuk mematuhi dan menjalankan segala dan setiap perintah yang dikeluarkan, termasuk sistem pelaksanaan operasional kegiatan yang diberikan lisensi tersebut. Untuk itu maka mulai dikembangkanlah *franchise* (waralaba) sebagai alternatif pengembangan usaha, khususnya yang dilakukan secara internasional. Sebagaimana halnya pemberian lisensi, waralaba inipun sesungguhnya mengandalkan para kemampuan mitra usaha dalam mengembangkan dan menjalankan kegiatan usaha waralaba melalui tata cara, proses serta suatu aturan dan yang telah ditentukan oleh pengusaha pemberi waralaba. Dalam waralaba ini, sebagaimana halnya lisensi dapat dikatakan, sebagai bagian dari kepatuhan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh

<sup>1</sup> Artikel Skripsi

<sup>2</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 17071101306

<sup>3</sup> Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

<sup>4</sup> Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum

<sup>5</sup> Gunawan Widjaya. (2001). *Waralaba*. Jakarta: Rajawali Pers.

pengusaha pemberi waralaba, mitra usaha diberikan hak untuk memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional dari pengusaha pemberi waralaba, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang.

Pengusaha pemberi waralaba selanjutnya memperoleh imbalan *royalty* atas penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual dan sistem kegiatan operasional mereka oleh penerima waralaba. Demikian dapat kita lihat bahwa ternyata waralaba juga dapat dipakai sebagai sarana pengembangan usaha secara tanpa batas ke seluruh bagian dunia. Ini berarti seorang pemberi waralaba harus mengetahui secara pasti ketentuan-ketentuan hukum yang berlaku di negara dimana waralaba akan diberikan atau dikembangkan, agar nantinya penerima waralaba tidak beralih wujud dari mitra usaha menjadi kompetitor.<sup>6</sup>

*Franchise* atau waralaba dalam praktek dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Selanjutnya, telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, dan akhirnya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Waralaba sebagai suatu bentuk pengembangan usaha telah mendapat perhatian dari para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks. Secara singkat dikatakan oleh Keegen dalam Gunawan Wijaya bahwa ada lima macam cara pengembangan usaha, yaitu:<sup>7</sup>

1. Melalui perdagangan internasional dengan cara ekspor impor;
2. Dengan pemberian lisensi;
3. Melakukan *franchising* (pemberian waralaba);
4. Membentuk perusahaan patungan

5. Melakukan penanaman modal langsung dengan kepemilikan yang menyeluruh, atau melalui merger, konsolidasi maupun akuisisi.

Dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba dikatakan bahwa:

Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan atau jasa (Pasal 1 angka 1).

Sedangkan Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan definisi 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.

Sejak satu dekade terakhir, bisnis waralaba sangat marak di Indonesia. Banyak perusahaan dan industri, seperti makanan, salon, bengkel, apotik, pendidikan dan sebagainya dikembangkan melalui sistem yang disebut dengan istilah waralaba ini. Peluang bisnis ini sendiri sangat terbuka lebar mengingat kalangan pemilik waralaba selalu membantu pengembangan pemegang hak waralabanya dengan berbagai cara. Pewaralaba lokal pun bermunculan ikut serta meramaikan persaingan bisnis waralaba. Hal ini menunjukkan waralaba diminati oleh para pelaku bisnis dalam pengembangan usahanya. Waralaba dalam dunia perdagangan merupakan salah satu sistem yang dianggap sangat menguntungkan ini telah dibuktikan oleh berbagai perusahaan nasional maupun perusahaan berkaliber internasional.

Di Indonesia aturan hukum mengenai waralaba (*franchise*) belum lengkap. Memang ada peraturan dari Departemen teknis yang bersangkutan, namun pengaturan ini sama sekali belum memadai mengingat bisnis melalui sistem waralaba ini selalu berkembang secara dinamis sesuai perkembangan dunia usaha, dan membentuk model-model baru dalam prakteknya. Padahal kalau terjadi sesuatu yang menyangkut perjanjian mereka, maka para pihak memerlukan pranata hukum yang komperhensif sebagai panduan atau *guidelines* baik pra pembuatan perjanjian maupun pasca perjanjian. Hal ini diperlukan untuk menghindari pemegang dan penerima waralaba dari kerugian yang tidak

<sup>6</sup> Gunawan Widjaya, *Ibid.*

<sup>7</sup> Gunawan Widjaya, *Ibid.*

diinginkan karena belum lengkapnya perangkat hukum yang melindungi mereka.

Oleh karena itu, pengaturan tentang waralaba bagi para pihak yang akan menjalankan usahanya sangat ditentukan oleh perjanjian waralaba itu sendiri yang dibuat oleh kedua belah pihak. Pembuatan suatu kontrak bisnis merupakan momentum terpenting dalam suatu proses kerja sama bisnis mengingat dalam kontrak tersebut akan dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya.

Secara umum, yang dimaksud dengan perjanjian *franchise* adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis di bidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk di usahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu, saat, jam operasional, pakaian, dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang dan jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang atau jasa milik dagang *franchisor*.<sup>8</sup>

Dari kedua pengertian di atas ada dua pihak dalam perjanjian waralaba ini, yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Yang dimaksud dengan *franchisor* adalah pihak atau para pihak yang memberikan izin kepada pihak lain (*franchisee*) untuk menggunakan kekhasan usaha dan spesifikasi (ciri pengenal) bisnis miliknya. Sedangkan yang dimaksud dengan *franchisee* adalah pihak atau para pihak yang mendapat izin atau lisensi waralaba dari pihak *franchisor* untuk menggunakan kekhasan usaha atau spesifikasi usaha *franchisor* tersebut.

Pada dasarnya, *franchise* adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen. *Franchisor* dalam jangka waktu tertentu memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa atas nama *franchisor*.<sup>9</sup> Dalam perumusan dan pembuatan suatu kontrak masyarakat diberikan kebebasan oleh undang-undang untuk menentukan materi perjanjian dan dengan siapa mereka akan saling mengikatkan diri dalam suatu perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan syarat sah perjanjian sebagaimana dimaksud dalam Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perjanjian yang dibuat tersebut mempunyai kekuatan mengikat sebagai undang-undang bagi

<sup>8</sup> [www.santoslolowang.com](http://www.santoslolowang.com). Diakses Tanggal 6 November 2023, Pukul 16.51 WITA.

<sup>9</sup> [www.santoslolowang.com](http://www.santoslolowang.com), *Ibid*.

kedua pihak.

Asas kebebasan berkontrak bukan berarti tanpa pembatasan dalam perkembangannya telah terdapat campur tangan pemerintah dalam suatu perjanjian yang akan diselenggarakan. Dalam perjanjian waralaba pembatasan tersebut dapat dilihat dari kewajiban para pihak untuk mencantumkan klausula-klausula tertentu dalam perjanjian yang dibuatnya. Hal ini dimaksudkan oleh pembentuk undang-undang untuk memberikan perlindungan hukum.

Pembatasan lainnya dalam kebebasan berkontrak adalah dengan munculnya bentuk kontrak-kontrak *standard* atau baku. Perjanjian baku adalah perjanjian yang ditentukan secara apriori oleh salah satu pihak. Dengan demikian isi perjanjiannya hanya ditentukan oleh salah satu pihak saja. Pihak lainnya hanya dapat memilih untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut tanpa ikut menentukan isinya.<sup>10</sup>

Menurut Badruzaman, asas kebebasan berkontrak tidak berarti tidak terbatas akan tetapi terbatas oleh tanggung jawab para pihak, sehingga kebebasan berkontrak sebagai asas diberi sifat yang bertanggung jawab. Asas ini mendukung kedudukan yang seimbang di antara para pihak sehingga sebuah kontrak akan bersifat stabil dan memberikan keuntungan bagi kedua pihak.<sup>11</sup>

Hukum pada dasarnya adalah untuk perlindungan kepentingan manusia. Dalam setiap hubungan hukum, termasuk perjanjian harus ada keseimbangan antara para pihak supaya tidak terjadi konflik kepentingan. Namun dalam realitasnya tidak selalu demikian. Selalu terdapat kemungkinan salah satu pihak mempunyai posisi yang lebih kuat baik dari sisi ekonomis maupun dari penguasaan teknologi atau suatu penemuan yang spesifik. Dalam kondisi ini salah satu pihak lebih mempunyai peluang untuk lebih diuntungkan dalam suatu perjanjian.

Seringkali pihak penyusun menentukan syarat-syarat yang cukup memberatkan apalagi kontrak tersebut disajikan dalam bentuk kontrak standar, karena ketentuan-ketentuan dalam perjanjian dapat dipakai untuk mengantisipasi kemungkinan terjadinya kerugian pada pihaknya. Dalam hal demikian salah satu pihak hanya punya pilihan untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut.<sup>12</sup>

<sup>10</sup> Siti Malikhatun Badriyah. (2001). *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku*. Jurnal, 30(1). Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.

<sup>11</sup> Mariam D. Badruzaman. (1994). *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumnus.

<sup>12</sup> Siti Malikhatun Badriyah, *Op. Cit*.

Kerja sama bisnis yang saling menguntungkan dalam sistem waralaba merupakan suatu kebutuhan karena baik pemberi maupun penerima waralaba mempunyai kepentingan yang sama untuk mengembangkan usahanya dalam suatu kerangka sistem yang terpadu dan terkait satu sama lain. Dalam merealisasikan hal tersebut penyusunan dan pembuatan perjanjian waralaba secara seimbang antara para pihak sebagai dasar pelaksanaan kerja sama menjadi hal yang menarik untuk dikaji lebih lanjut.

Pada dasarnya setiap perikatan, termasuk perjanjian waralaba memiliki jangka waktu berlakunya, dan akan berakhir dengan sendirinya dengan habisnya jangka waktu pemberian waralaba yang diatur dalam perjanjian pemberian waralaba, kecuali jika diperpanjang atau diperbaharui oleh para pihak. Dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/KEP/1997 Pasal 8 yang mengatur waralaba disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba ditentukan berlaku sekurang-kurangnya lima tahun.

## B. Perumusan Masalah

1. Bagaimana dasar hukum penyelenggaraan waralaba di Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba?

## C. Metode Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah dan tujuan penelitian, maka metode pendekatan yang digunakan adalah pendekatan yuridis empiris.

## PEMBAHASAN

### A. Pengaturan Bisnis Waralaba Di Indonesia

Kepastian hukum akan waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah ini selanjutnya dicabut, dan diganti dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba yang telah ditetapkan pada tanggal 23 Juli 2007.<sup>13</sup>

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba ini dikeluarkan untuk mengembangkan kegiatan waralaba sebagai upaya Pemerintah dalam memperluas kesempatan kerja, kesempatan berusaha, meningkatkan pelaksanaan alih teknologi, serta memberikan kepastian hukum

bagi dunia usaha yang menjalankan usaha waralaba, terutama pengaturan, pembinaan, dan pengembangan waralaba.<sup>14</sup>

Rumusan waralaba yang berkaitan dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba selanjutnya dapat diuraikan sebagai berikut:<sup>15</sup>

#### 1. Waralaba Adalah Suatu Perikatan

Rumusan tersebut menyatakan, bahwa waralaba tunduk kepada ketentuan umum mengenai perikatan yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

2. Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan, dan menggunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, atau penemuan, maupun ciri khas usaha. Adapun Hak atas Kekayaan Intelektual, meliputi merk, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang, serta paten. Penemuan atau ciri khas usaha, contohnya, sistem manajemen atau cara penjualan, penataan, maupun ciri distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

3. Waralaba diberikan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan/atau penjualan barang, maupun jasa. Ketentuan ini mensyaratkan, bahwa waralaba tidaklah diberikan dengan cuma-cuma. Pemberian waralaba senantiasa dikaitkan dengan imbalan, atau kompensasi yang diminta oleh pemberi waralaba dari penerima waralaba.

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba *juncto* Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Lahirnya Peraturan Pemerintah ini dilandasi oleh kehendak Pemerintah untuk meningkatkan pembinaan usaha waralaba di seluruh Indonesia, sehingga perlu mendorong pengusaha nasional, terutama Usaha Kecil dan Menengah tumbuh sebagai usaha waralaba nasional yang andal, mempunyai daya saing, baik di dalam, maupun luar negeri, khususnya saat memasarkan produk dalam negeri.<sup>16</sup>

Pemerintah memandang perlu untuk mengetahui legalitas dan bonafiditas *franchisor*, baik dalam negeri, maupun dari luar negeri, guna menciptakan transformasi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional untuk memasarkan barang dan/atau jasa melalui bisnis waralaba. Di samping itu,

<sup>13</sup> Abdulkadir Muhammad. (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

<sup>14</sup> M. Muchtar Rivai. (2012). *Pengaturan Waralaba Di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis*. Jurnal, 1(2). Jakarta: STIE Ahmad Dahlan.

<sup>15</sup> M. Muchtar Rivai, *Ibid*.

<sup>16</sup> M. Muchtar Rivai, *Ibid*.

Pemerintah perlu menyusun data waralaba, baik jumlah, maupun jenis yang diwaralabakan.<sup>17</sup>

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, waralaba didefinisikan sebagai berikut: Hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha memasarkan barang dan jasa yang telah terbukti berhasil dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sesuai definisi di atas, maka berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba *juncto* Pasal 2 Ayat (1) tersebut, maka bisnis waralaba apabila memenuhi persyaratan:

1. Bisnis itu memiliki ciri khas usaha.
2. Terbukti telah memiliki keuntungan.
3. Memiliki standar atas pelayanan barang dan/atau jasa ditawarkan yang dibuat secara tertulis.
4. Mudah diajarkan, dan diaplikasikan.
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan.
6. Hak atas Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Selain itu, berdasarkan Pasal 8 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba, pemberi waralaba harus memberikan pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. Hal ini karena apabila hal ini tidak dilakukan pemberi waralaba dapat dikenakan sanksi administrative, berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

Waralaba ketika keberadaannya berstatus sebagai Perseroan Terbatas yang berbadan hukum, maka harus mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, sesuai dengan Pasal 7 Ayat (4) Undang-Undang Republik Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas yang menyatakan, bahwa perseroan memperoleh status badan hukum pada tanggal diterbitkannya Keputusan Menteri mengenai pengesahan badan hukum perseroan.

Dalam penyelenggaraan waralaba di Indonesia harus mendapatkan persetujuan Menteri Perdagangan, bukan mendapatkan persetujuan dari Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia, karena penyelenggaraan waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Pelaksanaan pembinaan, evaluasi, dan pengawasan penyelenggaraan waralaba dilakukan oleh Pemerintah juga Pemerintah Daerah. Pembinaan

dan evaluasi dilakukan oleh Pemerintah dalam hal ini menjadi kewenangan Menteri Perdagangan.

Pelaksanaan penyelenggaraan waralaba yang dilakukan oleh Menteri Perdagangan, Bupati atau Walikota terbukti dari adanya penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana diatur dalam Pasal 11 Ayat (2) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Isinya menyatakan, bahwa Surat Tanda Pendaftaran Waralaba diterbitkan oleh Lembaga *Online Single Submission* untuk dan atas nama Menteri, Bupati atau Walikota.<sup>18</sup>

Bisnis waralaba juga mempunyai kaitan dengan peraturan perundang-undangan lainnya sebagaimana dijelaskan berikut:<sup>19</sup>

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 Tentang Merk  
Merk adalah tanda berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda, dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang, maupun jasa didaftarkan kepada Direktur Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia. Selanjutnya, Pasal 40 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk menyatakan, bahwa dimana salah satu perolehan hak merk bisa diperoleh dengan cara perjanjian, selain waris, hibah, dan wasiat. Salah satu cara memperoleh hak merk dengan perjanjian lisensi izin penggunaan merk. Hal ini karena apabila seseorang yang menggunakan merk orang lain tanpa izin, maka pemilik merk dapat menuntut secara perdata (lihat dan bandingkan Pasal 76 juga Pasal 77 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk), dan pidana (lihat dan bandingkan Pasal 90 sampai dengan Pasal 93 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk).
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten Paten adalah hak eksklusif diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi yang selama waktu tertentu melaksanakan invensinya tersebut, atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya (lihat dan bandingkan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Republik

<sup>17</sup> M. Muchtar Rivai, *Ibid*.

<sup>18</sup> Yuni Artha Manalu. (2022). *Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia*. Jurnal, 32(2). Jakarta: Universitas Kristen Indonesia.

<sup>19</sup> M. Muchtar Rivai, *Op. Cit*.

Indonesia Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten). Paten dapat berupa:

- a. Proses produksi.
  - b. Hasil produksi.
  - c. Penyempurnaan proses produksi.
  - d. Penyempurnaan hasil produksi.
  - e. Pengembangan proses produksi.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta  
Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta, atau penerima hak untuk mengumumkan, maupun memperbanyak ciptaannya, serta memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku (lihat dan bandingkan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta ). Ciptaan adalah hasil karya setiap pencipta yang menunjukkan keasliannya dalam lapangan ilmu pengetahuan, seni, dan sastra (lihat dan bandingkan Pasal 1 Ayat (3) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta). Pemegang hak cipta adalah pencipta sebagai pemilik hak cipta, atau pihak menerima hak tersebut dari pencipta, maupun pihak lain yang menerima lebih lanjut hak dari pihak menerima hak tersebut (lihat dan bandingkan Pasal 1 Ayat (4) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta). Setiap orang yang menggunakan ciptaan orang lain tanpa izin pencipta dapat dituntut sebagai perbuatan pidana sebagaimana diatur dalam Pasal 72 sampai dengan Pasal 73 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2002 Tentang Hak Cipta.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang  
Hukum rahasia dagang terbentuk dari berbagai kasus yang memiliki elemen kontrak, kejujuran kekayaan, kewajiban berdasarkan kepercayaan, dan itikad baik. Secara konsep, rahasia dagang adalah informasi termasuk di dalamnya adalah formula, pola, kumpulan data (informasi), program, alat, metode (cara), proses yang memiliki nilai ekonomis, karena tidak diketahui oleh umum, dan diupayakan tetap terjaga kerahasiannya.<sup>20</sup> Istilah rahasia dagang kadang-kadang juga digantikan dengan istilah *confidential information*. Unsur rahasia dagang memegang peranan sangat penting terutama dalam waralaba yang termasuk *chain*

*style business*, seperti resep pembuatan dalam waralaba di bidang kuliner seperti *Kentucky Fried Chicken*, *Pizza Hut*, Restoran Padang Garuda, Sederhana, dan lain-lain.<sup>21</sup> Rahasia dagang mendapat perlindungan apabila informasi tersebut bersifat rahasia, mempunyai nilai ekonomi, serta dipertahankan kerahasiannya melalui upaya-upaya sebagaimana mestinya atau pihak-pihak yang menguasainya telah melakukan langkah-langkah layak, dan patut. Dalam ketentuan ini, tidak ada pendaftaran rahasia dagang pada Direktur Jenderal Hak atas Kekayaan Intelektual, hanya perjanjian lisensinya dapat dialihkan, atau disewakan dengan cara memberikan persetujuan pada pihak lain untuk membuat, menjual, menyewakan, memakai, menyediakan agar dijual, maupun disewakan hasil produksi yang menggunakan rahasia dagang (desain industry) sebagaimana diatur dalam perjanjian lisensi.<sup>22</sup>

Selain peraturan perundang-undangan di atas, waralaba juga berhubungan dengan beberapa ketentuan berikut.<sup>23</sup>

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan  
Hukum ketenagakerjaan pada hakikatnya punya peranan untuk menjamin kedudukan sosial ekonomi tenaga kerja serta arah yang harus ditempuh dalam mengatur hubungan sosial ekonomi, melindungi hak-hak fundamental tenaga kerja, seperti hak atas upah, hak atas keselamatan kerja, dan kesehatan kerja. Dengan demikian, Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 13 Tahun 2003 Tentang Ketenagakerjaan menetapkan standar minimal, keseimbangan antara hak dan kewajiban, serta menciptakan ketenangan kerja, juga ketentraman usaha. Hukum ketenagakerjaan berlaku pada perjanjian waralaba karena penerima waralaba dalam menjalankan usaha waralaba memperkerjakan orang lain sebagai pekerja, sehingga tercipta hubungan kerja, dimana antara keduanya memiliki hak dan kewajiban. Pengusaha waralaba selain mempunyai kewajiban kepada pekerja juga memiliki kewajiban kepada Pemerintah setiap tahun dalam laporan kegiatan usahanya berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 7 Tahun 1981 tentang Wajib Laporan Ketenagakerjaan di Perusahaan.
2. Undang-Undang Di Bidang Perpajakan

<sup>20</sup> Suyud Margono, Dan Amir Angkasa. (2002). *Komersialisasi Aset Intelektual (Aspek Hukum Bisnis)*. Jakarta: Penerbit Gramedia Widiasarana Indonesia.

<sup>21</sup> Adrian Sutedi. (2008). *Hukum Waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

<sup>22</sup> Suyud Margono, Dan Amir Angkasa, *Ibid*.

<sup>23</sup> M. Muchtar Rivai, *Op. Cit*.

Dalam bisnis waralaba terdapat transaksi yang terutang, yaitu:

- a. Penyerahan jasa dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba berupa penggunaan hak merk.
  - b. Penyerahan Barang Kena Pajak.
  - c. Penghasilan yang diterima dalam kegiatan usaha sebagai Pajak Penghasilan.
  - d. Pajak Pertambahan Nilai.
3. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan
- Pasal 1 Huruf a Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan menjelaskan, bahwa daftar perusahaan adalah daftar catatan resmi yang diadakan menurut, atau berdasarkan ketentuan undang-undang ini, serta peraturan pelaksanaan undang-undang ini, juga memuat hal-hal wajib didaftarkan oleh setiap perusahaan, untuk selanjutnya disahkan oleh pejabat berwenang dari kantor pendaftaran perusahaan. Pasal 7 dan Pasal 8 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 Tahun 1982 Tentang Wajib Daftar Perusahaan menyatakan, bahwa perusahaan wajib didaftarkan adalah perusahaan berkedudukan, dan menjalankan usahanya di wilayah Republik Indonesia, termasuk kantor cabang, anak perusahaan, agen, dan perwakilan dari perusahaan yang mempunyai kewenangan untuk mengadakan perjanjian, termasuk koperasi, persekutuan, perorangan, juga perusahaan lainnya, baik sudah berbadan hukum, maupun bukan. Selain mempunyai daftar perusahaan, usaha waralaba diwajibkan mempunyai Surat Izin Usaha Perdagangan, sesuai keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 289/Mpp/kep/2001 tentang Ketentuan Standar Pemberian Surat Izin Usaha dan Perdagangan.
4. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 Tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat
- Undang-undang ini memberikan pengecualian untuk tidak memberlakukan ketentuan-ketentuan yang dilarang, dan berkaitan dengan waralaba sebagaimana diatur dalam Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat.

Selanjutnya, agar tidak terjadi penyalahgunaan ketentuan tersebut, maka Komisi Pengawas Persaingan Usaha mengeluarkan

Peraturan Nomor 6 Tahun 2009 tentang Pedoman Pengecualian Penerapan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat terhadap perjanjian yang berkaitan dengan waralaba. Dalam menerapkan ketentuan Pasal 50 Huruf b yang berupa pengecualian Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, khususnya berkaitan dengan perjanjian waralaba, Komisi Pengawas Persaingan Usaha dalam melaksanakan tugas juga wewenangnya menggunakan pertimbangan sebagai berikut:<sup>24</sup>

1. Kriteria waralaba sebagaimana yang diatur dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba.
2. Kriteria perjanjian waralaba dan pendaftarannya sebagaimana diatur dalam Pasal 4, Pasal 5, Pasal 10, dan Pasal 11 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba terpenuhi.
3. Pembuatan perjanjian harus tetap mengacu pada ketentuan Pasal 1 Ayat (7) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat, Pasal 1320, serta Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
4. Perjanjian waralaba merupakan bentuk kemitraan sebagaimana diatur dalam Pasal 26 Huruf c *juncto* Pasal 29, Pasal 35, dan Pasal 36 Ayat (1) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.
5. Isi perjanjian waralaba tidak berpotensi melanggar prinsip larangan praktik monopoli, dan persaingan usaha tidak sehat.
6. Beberapa contoh kriteria perjanjian waralaba yang berpotensi melanggar prinsip larangan praktik monopoli dan persaingan usaha tidak sehat, sehingga ketentuan Pasal 50 Huruf b Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 5 Tahun 1999 tentang Larangan Praktik Monopoli dan Persaingan Usaha Tidak Sehat tidak dapat diterapkan.

## **B. Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba**

Sejak tahun 1983 melalui Yurisprudensi Mahkamah Agung Nomor 3051/K/Sip/1981 tanggal 26 Desember 1983 dalam perkara merk *Gold Bond* mengawali adanya pemberian lisensi

---

<sup>24</sup> M. Muchtar Rivai, *Ibid.*

merk di Indonesia karena salah satu dari aspek hukum waralaba, yaitu pemakaian merk lisensi oleh pemberi lisensi kepada penerima lisensi. Sebelum adanya Yurisprudensi Mahkamah Agung tersebut, perlindungan hukum tentang waralaba dilakukan melalui kontrak waralaba yang dibuat oleh para pihak dengan menggunakan Buku Ketiga tentang Perikatan, dan pasal-pasal terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, atau *Burgelijke Wet Boek* yang mengatur tentang perjanjian, seperti Pasal 1320, Pasal 1338, dan Pasal 1365 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Pasca Yurisprudensi Mahkamah Agung tersebut, terdapat beberapa regulasi yang berupa Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor M.02-HC.01.01 tanggal 16 Juni 1987 tentang Pedoman Pemakaian Nama Perseroan Terbatas. Keputusan Menteri tersebut, berarti bahwa akta Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga yang mendaftar akan ditolak jika nama perseroan terbatas yang baru mendaftar memiliki kemiripan dengan nama PT yang telah mendaftar terlebih dahulu dari perseroan terbatas yang baru mau mendaftar nama perseroannya.

Aturan itu kemudian dikuatkan dengan Keputusan Menteri Kehakiman No: M.03-HC.02.01 tahun 1991, selain itu perseroan yang telah mendaftar terlebih dahulu dapat menuntut/menggugat berdasarkan pasal 1365 KUH Perdata, jika suatu perseroan yang belum terdaftar tersebut telah beroperasi dan memperoleh keuntungan secara ekonomi dari pemakaian nama yang mirip tersebut.<sup>25</sup>

Dalam perkembangannya, lisensi merk juga mendapat pengakuan dalam UU Merek No: 19/1992 yang diperbaharui dengan UU. No: 14/1997 dalam Bab V, bagian kedua dari pasal 44 sampai dengan pasal 50. Demikian pula halnya dengan logo-tipe memperoleh pengakuan secara hukum dalam putusan Mahkamah Agung Nomor 1237/K/Sip/1982 tertanggal 31 Januari 1983 dalam perkara merk Columbus, dimana logo-tipe dirumuskan sebagai "sifat lahiriah mengenai bentuk gambar, simbol, desain, serta hurup-hurup yang dijadikan merk dan sifat lahiriah itulah yang menjadi alat pembeda antara merk yang satu dengan merk yang lainnya."<sup>26</sup>

Kemudian terkait perlindungan desain produk industri (tekait dengan merk jasa) pemerintah mengeluarkan UU. No. 5/1984 tentang Perindustrian, sedangkan terkait dengan hak cipta diatur dalam UU. No. 6/1982 yang diubah dengan UU No. 7/1987. Dengan demikian

secara historis bisnis waralaba memiliki perlindungan hukum, walaupun Peraturan Pemerintah tentang Waralaba baru diatur secara implisit dalam PP. No. 16/1997 tentang Waralaba.

Sebagaimana dalam perjanjian pada umumnya, perjanjian waralaba (*franchise agreement*), tunduk pada buku III KUHPerdata sebagai pengaturan secara umum dan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 sebagai pengaturan secara khusus. Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh para pihak. Penerima waralaba atau franchisee adalah pihak baik itu individu perorangan atau badan usaha baik yang berbadan hukum atau tidak yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.<sup>27</sup> Sebaliknya, pemberi waralaba atau biasa disebut juga franchisor adalah individu perorangan atau badan usaha baik yang berbadan hukum atau tidak yang memberikan hak untuk memanfaatkan waralaba yang dimilikinya kepada pihak penerima waralaba. Dua pihak inilah yang terdapat dalam setiap perjanjian waralaba. Adapun ketentuan-ketentuan yang umumnya diatur dalam suatu perjanjian waralaba yakni terkait dengan hak dan kewajiban para pihak, biaya-biaya yang harus ditanggung dan juga terkait jangka waktu perjanjian waralaba tersebut.<sup>28</sup>

Perlindungan hukum yang dapat dilakukan kepada para pihak yakni subjek pelaku penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) yakni perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan Hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa yang dilakukan kedua belah pihak pelaku bisnis waralaba serta memberikan ramburambu atau batasan dalam melaksanakan kewajiban dalam waralaba. Sedangkan perlindungan hukum represif menitikberatkan pada mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi permasalahan di kemudian hari (Sari, 2016: 3).<sup>29</sup> Perlindungan hukum ini adalah perlindungan hukum akhir dimana perlindungan yang diberikan berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah menjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran.

<sup>27</sup> Zil Aidi, Dan Hasna Farida. (2019). *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan*. Jurnal Hukum, 4(2). Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.

<sup>28</sup> Zil Aidi, Dan Hasna Farida. *Ibid*.

<sup>29</sup> Putu Prasmita Sari, Dan I Gusti Ngurah Parwata. (2016). *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise*. Jurnal Hukum, 4(5). Bali: Universitas Udayana.

<sup>25</sup> Sudargo Gautama. (1985). *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*. Bandung: PT Alumni.

<sup>26</sup> M. Muchtar Rivai, *Op. Cit*.

Sekalipun suatu perjanjian dibuat berdasarkan asas kebebasan berkontrak atau asas *pacta sunt servanda* dimana setiap orang bebas untuk menentukan isi perjanjian yang dibuat, namun untuk perjanjian waralaba telah ditentukan kerangka perjanjiannya secara imperatif dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pengaturan mengenai klausula minimal dalam sebuah perjanjian waralaba dimaksudkan untuk memberikan upaya perlindungan hukum terhadap kedua pihak khususnya penerima waralaba yang pada umumnya memiliki kedudukan atau posisi yang lemah dibanding pemberi waralaba. Dengan adanya pengaturan mengenai klausula minimal dalam sebuah perjanjian waralaba diharapkan tidak ada pihak yang dirugikan atau terpaksa.

Berdasarkan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit:

1. Nama dan alamat para pihak.
2. Jenis dan Hak Kekayaan Intelektual.
3. Kegiatan usaha.
4. Hak dan kewajiban para pihak.
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi waralaba kepada Penerima waralaba.
6. Wilayah usaha.
7. Jangka waktu perjanjian.
8. Tata cara pembayaran imbalan.
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris.
10. Penyelesaian sengketa.
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Di samping itu, pengaturan mengenai klausula minimum yang harus dimuat dalam suatu perjanjian waralaba jugadiatur dalam Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Akan tetapi, terdapat perbedaan antara Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Pada Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba memuat 2 (dua) klausul tambahan mengenai klausula yang harus dimuat dalam perjanjian waralaba, dimana hal tersebut tidak

diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Klausula tersebut yakni adanya klausul mengenai jaminan dari pihak pemberi waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada penerima waralaba sesuai dengan isi perjanjian hingga jangka waktu perjanjian berakhir dan mengenai Jumlah gerai yang akan dikelola oleh penerima waralaba.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengharuskan adanya klausul mengenai kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, dimana hal tersebut tidak termasuk klausula minimum yang harus dimuat dalam suatu perjanjian waralaba dalam Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba

Perlindungan Hukum bagi Pemberi Waralaba (Franchisor) dan Penerima Waralaba (Franchisee) dalam Perjanjian Waralaba dalam Ketentuan Undang-Undang Hukum Perdata telah mengatur mengenai perlindungan terhadap bisnis waralaba, diantaranya tentang perjanjian atau kontrak, dimana kontrak merupakan dasar hukum yang memberikan perlindungan bagi para pihak dalam melakukan perjanjian bisnis waralaba. Secara umum dalam membuat perjanjian kontrak dalam usaha waralaba, harus memenuhi syarat sah sebuah perjanjian tertulis yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Dengan adanya suatu kontrak perjanjian waralaba yang telah disepakati, maka para pihak tidak diperbolehkan untuk menarik diri dari perjanjian yang telah disepakati. Hal ini sesuai dengan Ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cakap untuk itu.

Selain perlindungan hukum terhadap para pihak dalam bisnis di atas, Pemerintah juga telah mengeluarkan ketentuan khusus terhadap usaha bisnis waralaba, dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Usaha Waralaba (Franchise). Tujuan peraturan tersebut untuk menciptakan tertib usaha, serta upaya perlindungan terhadap penerima waralaba (franchisee) dan pemberi waralaba (franchisor).

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, juga telah memberikan perlindungan hukum khususnya bagi para pihak yang melakukan perjanjian waralaba. Ketentuan dalam Pasal 8 menyebutkan, bahwa jangka waktu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (franchisor) dengan penerima waralaba utama

berlaku selama 5 tahun dan terbuka bagi para pihak untuk memperpanjang jika para pihak sepakat.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Salah satu bentuk perlindungan hukum terhadap waralaba telah dijelaskan dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/MDAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba, Pasal 8 mengatur bahwa, jika penyajian waralaba diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlakunya berakhir, maka pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama sebelum tercapai kesepakatan penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak atau sampai ada keputusan pengadilan yang berkekuatan hukum tetap

Perjanjian waralaba dengan demikian harus memenuhi semua syarat-syarat sahny suatu perjanjian. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu mengenai syarat-syarat sahny perjanjian yaitu:

1. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya.
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan.
3. Suatu hal tertentu.
4. Suatu sebab yang halal.

Perlindungan hukum sangat penting untuk mengetahui dan memberikan kepastian bahwa seseorang akan mendapatkan apa yang menjadi hak dan kewajibannya. Dengan adanya perlindungan hukum yang memadai, akan tercipta rasa aman dan percaya bagi para pihak dalam perjanjian waralaba serta diharapkan bisnis waralaba akan berkembang lebih pesat dan dapat terus berkontribusi bagi sektor ekonomi domestik Indonesia.

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

1. Dasar hukum penyelenggaraan waralaba di Indonesia, yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Selanjutnya, telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba, dan akhirnya Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang

Penyelenggaraan Waralaba.

2. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam pelaksanaan perjanjian waralaba haruslah memenuhi kriteria-kriteria waralaba sebagai terdapat dalam peraturan perundang-undangan tentang penyelenggaraan waralaba, dan syarat-syarat sahny suatu perjanjian menurut Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dengan memperhatikan klausula-klausula yang terdapat di dalamnya.

### B. Saran

1. Beberapa dasar hukum penyelenggaraan waralaba masih memerlukan evaluasi dan pengawasan agar tidak ada pihak-pihak dalam perjanjian waralaba yang dirugikan.
2. Perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba harus mendapat perhatian agar tercipta rasa aman dan percaya bagi para pihak dalam perjanjian waralaba.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aidi, Zil, Dan Farida, Hasna. (2019). *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba Makanan*. Jurnal Hukum, 4(2). Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.
- Badriyah, Siti Malikhathun. (2001). *Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku*. Jurnal, 30(1). Semarang: Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.
- Badruzaman, Mariam D. (1994). *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni.
- Baron. (2003). *Membeli Dan Menjual Bisnis Franchise*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Gautama, Sudargo. (1985). *Aneka Masalah Hukum Perdata Internasional*. Bandung: PT Alumni.
- Guritno, T. (1992). *Kamus Ekonomi Bisnis Perbankan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Hadi, Sutrisno. (2000). *Metodologi Research Jilid I*. Yogyakarta: ANDI.
- Harjowidigno, Rooseno. (1993). *Aspek-Aspek Hukum Tentang Franchising*. Surabaya: Seminar Ikadin.
- Manalu, Yuni Artha. (2022). *Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia*. Jurnal, 32(2). Jakarta: Universitas Kristen Indonesia.
- Mancuso, Joseph, Dan Boroian, Donald. (1995). *Pedoman Membeli Dan Mengelola Franchise*. Jakarta: Delapratasa.
- Margono, Suyud, Dan Angkasa, Amir. (2002). *Komersialisasi Aset Intelektual (Aspek Hukum Bisnis)*. Jakarta: Penerbit Gramedia Widiasarana Indonesia.

- Meliala, A. Qiram Syamsudin. (1985). *Pokok-Pokok Hukum Perjanjian Beserta Perkembangannya*. Yogyakarta: Liberty.
- Mendelsohn, Martin. (1997). *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor Dan Franchise*. Jakarta: PT. Pustaka Binaman Perssindo.
- Moleong, Lexy J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Muhammad, Abdul Kadir. (1992). *Hukum Perikatan*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_. (2010). *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Patrik, Purwahid. (1986). *Asas-Asas Itikad Baik Dan Kepatutan Dalam Perjanjian*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- \_\_\_\_\_. (1994). *Dasar-Dasar Hukum Perikatan (Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian Dan Dari Undang-Undang)*. Bandung: Mandar Maju.
- Prodjodikoro, R. Wirjono. (1993). *Asas-Asas Hukum Perjanjian*. Bandung: Sumur.
- Rivai, M. Muchtar. (2012). *Pengaturan Waralaba Di Indonesia: Perspektif Hukum Bisnis*. Jurnal, 1(2). Jakarta: STIE Ahmad Dahlan.
- Sari, Putu Prasmita, Dan Parwata, I Gusti Ngurah. (2016). *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise*. Jurnal Hukum, 4(5). Bali: Universitas Udayana.
- Setiawan, R. (1994). *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*. Bandung: Bina Cipta.
- Soekanto, Soerjono. (1986). *Pengantar Penelitian Hukum*. Jakarta: UIPress.
- Soemitro, Ronny Hanitijo. (1990). *Metodologi Penelitian Hukum Dan Jurimetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Subekti, R. (1987). *Hukum Perjanjian*. Jakarta: Intermasa.
- Sutedi, Adrian. (2008). *Hukum Waralaba*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Sumardi, Juarjir. (1995). *Aspek-Aspek Hukum Franchise Dan Perusahaan Trans Nasional*. Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti.
- Widjaya, Gunawan. (2001). *Waralaba*. Jakarta: Rajawali Pers.

### Sumber-Sumber Hukum

- Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

### Sumber-Sumber Internet

- Raharjo, Tri. [www.salamfranchise.com](http://www.salamfranchise.com). Diakses Tanggal 8 November 2023, Pukul 18.56 WITA.
- [www.santoslolowang.com](http://www.santoslolowang.com). Diakses Tanggal 6 November 2023, Pukul 16.51 WITA.