

TRANSFORMASI SISTEM HUKUM ANGLO-SAXON DALAM PRAKTIK BISNIS WARALABA (*FRANCHISE*) DI INDONESIA

Elshaddai Imanuela Maria Kountul¹

elshafrzn11@gmail.com

Cornelis Dj. Massie²

Thor B. Sinaga³

Abstrak

Waralaba atau *Franchise* merupakan praktek bisnis yang diadopsi negara Indonesia dari negara – negara penganut sistem hukum common law. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaturan Hukum mengenai waralaba di Indonesia dan Transformasi Sistem Hukum *Anglo-Saxon* dalam Praktik Bisnis Waralaba di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan yakni yuridis normatif dengan pendekatan perundang-undangan. Poin penting dari pengaturan hukum mengenai *Franchise* di Indonesia yakni, Pedoman Pelaksanaan *Franchise*, Kewajiban Pendaftaran, Perjanjian *Franchise*, Hak Kekayaan Intelektual, Pengawasan dan Penegakan Hukum serta Perlindungan Konsumen. Transformasi Sistem Hukum *Anglo-Saxon* dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia menunjukkan penyesuaian sistem hukum negara untuk mengakomodir kebutuhan dan praktik bisnis internasional. Indonesia telah mengadaptasi prinsip-prinsip hukum *Anglo-Saxon*, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual dan kepastian hukum, untuk meningkatkan kejelasan dan keamanan dalam kontrak waralaba.

Kata Kunci: Transformasi, Anglo-Saxon, Waralaba, *Franchise*, Bisnis.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis Waralaba atau yang lebih dikenal dengan *Franchise* pada saat ini semakin banyak berkembang di Indonesia. Hal ini ditandai dengan maraknya masuk usaha retail, bisnis makanan minuman, jasa antar-kirim barang dan usaha bisnis lain yang merupakan perwujudan dari *Franchise*. Pada tahun 2021, Bisnis waralaba di Indonesia

meningkat 5% dengan pendapatan mencapai Rp 31,1 triliun juga mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 682.292 orang.⁴

Dari data Kementerian Perdagangan, bidang usaha bisnis waralaba atau *Franchise* ini dikuasai oleh jasa makanan dan minuman yang mencapai 44,09% kemudian ada usaha ritel 14,17%, disusul oleh jasa Pendidikan nonformal 11,02%, ada juga jasa kecantikan dan Kesehatan 11,02% yang terakhir terdapat bisnis binatu atau cuci pakaian 7,09%.⁵ Selain itu, Bisnis waralaba memberikan keuntungan bagi setiap pelaku usaha yang menjalankan baik sebagai *Franchisor* maupun sebagai pembeli *Franchise*. Strategi pemasaran cenderung lebih mudah, karena produk sudah dikenal oleh masyarakat luas serta lebih menghemat biaya dan tenaga dibandingkan harus membangun bisnis baru. Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mengajak para generasi muda saat ini untuk produktif dengan mencoba melakukan bisnis waralaba karena potensi bisnis ini sangat besar di Indonesia karena termasuk juga dalam bisnis daerah, yaitu tersebar di berbagai daerah yang ada di Indonesia maupun dunia.⁶ Terdapat juga lima kelebihan bisnis waralaba yakni *pertama*, bisnis telah dikenal luas sehingga penetrasi pasar lebih cepat. *Kedua*, penerima waralaba tidak perlu membangun bisnis dari awal. *Ketiga*, Tingkat risiko lebih kecil. *Keempat*, Bisnis waralaba memiliki ciri khas usaha atau keunikan. *Kelima*, Adanya pelatihan dan dukungan berlanjut dari pemberi waralaba.⁷

Di Indonesia aturan mengenai per-waralabaan diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 42 Tahun 2007 tentang Wara Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 7 2019 Penyelenggaraan Waralaba. Sebelum adanya Peraturan Menteri perdagangan ini, aturan mengenai waralaba di Indonesia diawali oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan tata cara Penerbitan surat tanda pendaftaran usaha. Setelah 3 tahun diberlakukan Permendag ini dicabut dan diganti oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan Waralaba. 5 tahun kemudian Permendag tersebut dicabut dan digantikan oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang penyelenggaraan Waralaba. Di tahun yang sama, peraturan ini pun

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat NIM 20071101002.

² Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

³ Fakultas Hukum Unsrat, Magister Ilmu Hukum.

⁴ Nadya Zahira, *Tumbuh 5% Omzet Bisnis Waralaba di Indonesia Capai 31 Triliun*, <https://katadata.co.id/berita/industri> diakses pada 16 April 2024.

⁵ Satu Data Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia, <https://satudata.kemendag.go.id/> diakses pada 16 April 2024.

⁶ *Op.Cit.*

⁷ *Ibid.*

dicabut dan diganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba untuk jenis usaha toko modern. Setelah berlaku satu tahun peraturan ini diganti oleh Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang pengembangan kemitraan dalam Waralaba untuk jenis usaha jasa makanan dan minuman. Di tahun yang sama pula diterbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 60/M-DAG/PER/9/2013 tentang kewajiban penggunaan logo Waralaba yang selanjutnya dicabut dan diganti dengan peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang perubahan atas Permendag No. 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang penyelenggaraan Waralaba. Berselang dua tahun diterbitkanlah peraturan baru yaitu Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 58/M-DAG/PER/9/2014 tentang perubahan Atas Permendag No. 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang pengembangan kemitraan dalam Waralaba untuk jenis usaha jasa makanan dan minuman. Pada akhirnya pemerintah menyederhanakan pengaturan yang berkaitan dengan waralaba ke dalam suatu payung hukum yang mengakomodir secara rinci tentang segala hal yang berkaitan dengan waralaba yakni dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan Waralaba.

Beberapa contoh waralaba yang berkembang di Indonesia antara lain,⁸ PT. Indomarco Prisma atau yang biasa kita kenal dengan Indomaret. Selanjutnya datang dari PT Kulo Group atau Xiboba, dimana usaha ini termasuk dalam waralaba minuman boba yang sedang populer di Indonesia. Praktek bisnis waralaba lainnya dari PT Top Food Indonesia yakni Es teller 77 yang berdiri sejak tahun 1987. Bisnis ini merupakan pelopor lahirnya *Franchise* atau bisnis perwaralabaan di Indonesia. Selanjutnya ada bisnis makanan cepat saji dari PT. Pioneerindo Gourmet International yaitu CFC. California Fried Chicken atau yang kita kenal dengan CFC merupakan produk waralaba lokal Indonesia. Memakai nama salah satu kota di Amerika yakni, California dimaksudkan untuk menasar pasar mancanegara. Hal ini terbukti dengan banyaknya cabang CFC yang tersebar di negara lain. Kini Jumlah cabang *Franchise* CFC yang tersebar di berbagai negara

sudah ratusan.⁹ Contoh terkakhir waralaba yang sukses berkembang di Indonesia adalah Jco Donuts. Memulai peruntungan bisnisnya sejak 2005, Jco Donuts menghadirkan berbagai pilihan donat, kopi dan *yoghurt*. Saking pesatnya perkembangan waralaba ini, dalam 2 tahun usahanya sudah sampai ke mancanegara antara lain Singapura, Australia dan Hongkong. Hingga pada saat ini sudah tersebar 60 gerai Jco Donuts di Mancanegara dan ratusan Gerai yang tersebar di berbagai daerah di Indonesia.

Meskipun perkembangan waralaba terbilang sangat pesat di Indonesia, tak jarang ada beberapa waralaba yang terjaring konflik antara lain kasus pelanggaran kontrak atau wanprestasi. Salah satu kasus perwaralabaan di Indonesia adalah sengketa jual beli *Franchise* gerai pinky guard di kota Manado dengan putusan pengadilan nomor 18/PDT.G/2018/PN SKH.¹⁰ Pada tahun 2018 Pengadilan Negeri Sukoharjo terdapat kasus masalah perjanjian waralaba terkait sengketa jual beli *Franchise*. Penggugat yang disebut sebagai terwaralaba (*Franchisee*) melakukan kerjasama bisnis *Franchise* di Surakarta yang disebut pinky Guard. Bisnis *Franchise* Pinky Guard ini rencananya akan dibuka dan beroperasi di Manado. Setelah penggugat memenuhi kewajibannya dengan menyerahkan pembayaran pada bisnis *Franchise* tersebut, Tergugat yang berada di Surakarta tidak memenuhi hak dari penggugat untuk menyediakan peralatan yang dibutuhkan. Maka dari itu tergugat telah melakukan wanprestasi dikarenakan tidak memenuhi atau lalai dalam memenuhi kewajiban yang telah ditentukan dalam perjanjian yang telah disepakati bersama.¹¹ Tindakan Wanprestasi atau ingkar janji dapat dilakukan dengan sengaja maupun tidak sengaja. Pasal 1267 KUHPerdata menjelaskan bahwa jika pihak yang terhadapnya perikatan tidak dipenuhi dapat memilih, memaksa pihak yang lain untuk memenuhi persetujuan jika hal itu masih dapat dilakukan atau menuntut pembatalan persetujuan dengan penggantian biaya, kerugian dan bunga.¹² Perjanjian jual beli *Franchise* outlet Pinky Guard antara Penggugat dengan Tergugat jika dilihat berdasarkan Pasal 7 PP No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba j.o Pasal 5 Permendag No.12M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha

⁸ Rifda, *10 Contoh Waralaba Sukses di Indonesia yang Menginspirasi: Peluang Bisnis yang Patut Dicoba*, <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2023/06/09/10-contoh-waralaba-sukses> diakses pada 16 April 2024.

⁹ *Ibid*

¹⁰ Lihat Putusan Nomor 18/PDT.G/2018/PN SKH

¹¹ Furqon Romadhoni, *Proses Penyelesaian Perkara Wanprestasi Dalam Jual Beli Franchise Outlet Pinky Guard (Studi Kasus Di Pengadilan Negeri Sukoharjo)*, <https://eprints.ums.ac.id/84537/1/pdf> diakses pada 16 Maret 2024.

¹² Pasal 1267 KUH Perdata.

Waralaba menyatakan bahwa Tergugat melakukan wanprestasi. Hakim dalam pembuktian menilai jawaban Tergugat tidak membantah keseluruhan gugatan Penggugat. Tergugat dalam eksepsinya menyatakan bahwa Penggugat mengembalikan Outlet Pinky Guard Manado kepada Tergugat, Hakim dalam pertimbangan hukum menyatakan bahwa Tergugat dianggap melakukan wanprestasi karena tidak mengembalikan sejumlah uang yang telah disepakati dalam perjanjian jual beli *Franchise* Akibat hukum dari perbuatan wanprestasi yang dilakukan tergugat maka hukuman atau sanksi yang diberikan adalah berupa ganti rugi. Isi daripada putusan hakim diantaranya adalah mengabulkan gugatan Penggugat Sebagian, menyatakan Tergugat telah melakukan wanprestasi terhadap Penggugat, menghukum Tergugat untuk membayar uang dan barang yang telah diterima oleh Tergugat senilai Rp155.000.000,00 (seratus lima puluh lima juta rupiah) kepada Penggugat, menolak gugatan Penggugat selain dan selebihnya Selanjutnya Menghukum Tergugat untuk membayar biaya yang timbul dalam perkara ini. sebesar Rp1.006.000,00 (satu juta enam ribu rupiah)

Diketahui *Franchise* atau bisnis waralaba merupakan salah satu contoh praktek bisnis dari Amerika yang berbasis pada sistem hukum *common law*. Bisnis *Franchise* pertama kali diperkenalkan di Amerika oleh Isaac Singer pada tahun 1851. Praktek bisnis ini mengacu pada hukum kontrak bisnis yang dimana sesuai dengan definisi dan arti dari *Franchise* yaitu perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak memanfaatkan atau menggunakan Hak dari penyelenggara, atau pertemuan dari ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pihak lain tersebut dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan jasa. Secara Legal *Franchise* atau waralaba berarti persetujuan hukum atas pemberian hak atau keistimewaan untuk memasarkan suatu produk atau jasa dari pemilik (pemberi waralaba, *Franchisor*) kepada pihak lain (penerima waralaba, *Franchisee*) yang diatur dalam suatu peraturan tertentu.¹³

Sistem hukum Anglo – Saxon atau *common law* berasal dari yurisprudensi Pengadilan Amerika. Dalam memutus perkara, hakim harus membuat hukum atau dalil-dalil sendiri berdasarkan nilai keadilan masyarakat dan yurisprudensi. Oleh karena itu, peran hakim jauh

lebih besar daripada peran peraturan perundang-undangan. Ciri utama sistem hukum ini adalah lebih mengutamakan pada hukum tidak tertulis atau *common law*. Kebenaran hukum dan keadilan enggak ditentukan oleh teks Undang-Undang, tapi pada kemampuan menggali alat bukti. Sistem hukum ini lebih mengutamakan rasa keadilan dibandingkan kepastian hukum.¹⁴

Indonesia merupakan negara yang menganut sistem hukum eropa continental, sebagai negara yang menganut Sistem Hukum Eropa Kontinental (*civil law system*), eksistensi peraturan perundang-undangan sangatlah penting, karena bila dikaitkan dengan asas legalitas yang berarti setiap tindakan pemerintah harus memiliki dasar pada peraturan perundang-undangan yang berlaku. Maka, tanpa adanya dasar wewenang yang diberikan oleh suatu peraturan, segala macam aparat pemerintah tidak akan memiliki wewenang yang dapat mempengaruhi atau mengubah keadaan atau posisi hukum warga masyarakatnya. Berbeda halnya dengan sistem hukum *common law* yang menitikberatkan pada putusan hakim, sehingga dapat dikatakan bahwa perbedaan keduanya antara lain didasarkan pada peranan hukum perundang-undangan dan yurisprudensi putusan hakim dan badan peradilan. Negara-negara yang tergolong ke dalam sistem hukum *civil law* menempatkan hukum atau peraturan perundang-undangan sebagai sendi utama sistem hukumnya. Sedangkan negara-negara yang menganut sistem hukum *common law* menjadikan yurisprudensi sebagai sendi utama sistem hukumnya.

Adapun yang membahas mengenai peranan sistem *Civil law* atau Eropa Kontinental pada sistem hukum di Indonesia yaitu, yang pertama penelitian dari Novi Eka Saputri dan Eny Kusdarini, dengan judul “*Kontribusi Sistem Hukum Eropa Kontinental Terhadap Pembangunan Sistem Hukum Nasional Di Indonesia*”. Penelitian ini menjelaskan mengenai cikal-bakal hukum Eropa Kontinental yang turut membangun sistem hukum Indonesia. jenis atau karakteristik sistem hukum Eropa Kontinental dalam karakteristik hukumnya, yakni secara mendasar mengutamakan suatu hukum tertulis. Kedua, dalam Sejarah perkembangan sistem hukum yang dianut oleh bangsa Indonesia, pada awalnya cenderung berkarakter Eropa Kontinental. Seiring berjalannya waktu, berbagai macam sistem hukum saling melengkapi dan mewarnai pembangunan sistem hukum Indonesia. Dengan

¹³ Erlina, *Aspek Hukum Kontrak Bisnis Waralaba (Franchise) di Indonesia*, <https://media.neliti.com/media/publications/26684-ID-aspek-hukum-.pdf> diakses 17 April 2024.

¹⁴ Danasti Putri, *Sistem Hukum Anglo Saxon: Kelebihan dan Kekurangannya* <https://kids.grid.id/read/473538110/sistem-hukum-Anglo-Saxon- =all> diakses pada 16 Maret 2024.

adanya hal tersebut, memberikan bukti mengenai Indonesia yang sedang mengusahakan suatu sistem hukum yang memiliki karakteristik nasional dalam sebuah sistem hukum yang berlaku di Indonesia. Sepanjang sejarah Indonesia, berbagai sistem hukum telah bersaing memperebutkan posisi baik dalam sistem hukum nasional maupun sistem hukum Barat. Oleh karena itu, konsep paham atau aliran filsafat yang mengambil yang terbaik dari semua sistem dalam hukum nasional digunakan sebagai solusi yang memenuhi karakteristik dan sifat hukum nasional.

Meskipun pada dasarnya Indonesia menganut Sistem hukum Eropa Kontinental atau *Civil law* yang dibawa oleh kolonial Belanda dibuktikan dengan adanya peraturan perundang – undangan yang jelas beserta kodifikasinya, namun seiring berjalannya waktu dan pengaruh globalisasi dan kemajuan zaman, pada saat ini terdapat beberapa praktek – praktek dalam berbagai bidang dari negara penganut sistem *common law* yang diterapkan di Indonesia di antaranya dalam bidang bisnis. Beberapa praktek bisnis berbasis sistem hukum Anglo – Saxon atau *common law* dianggap lebih memberikan kemudahan pada masyarakat antara lain contohnya yang berkembang pada saat ini seperti bisnis usaha waralaba atau *Franchise*.

Walaupun *Franchise* diadopsi dari negara penganut sistem *common law*, namun karena perikatan yang lahir dari kontrak mengacu pada Hukum di Indonesia maka berlaku pasal 1320 KUHPerdata dalam rezim sistem hukum *Civil law* atau Eropa Kontinental yang menyebutkan bahwa syarat sah dari suatu perjanjian yaitu adanya kata sepakat bagi mereka yang mengikatkan dirinya, cakap untuk membuat suatu perjanjian, mengenai suatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.¹⁵ Kemudian terdapat juga pasal 1338 yang menyebutkan semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.¹⁶ Sehingga praktek bisnis *Franchise* jelas keberadaannya karena diatur dalam beberapa peraturan di Indonesia diantaranya dalam peraturan menteri perdagangan republik Indonesia nomor 71 tahun 2019 tentang penyelenggaraan waralaba atau *Franchise*.

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis terdorong untuk mencoba mengelaborasi transformasi sistem hukum dalam kaitan dengan Waralaba serta pengaturan waralaba di Indonesia. Dengan demikian, judul karya tulis ilmiah dalam

bentuk skripsi yang diangkat adalah “**Transformasi Sistem Hukum Anglo-Saxon Dalam Praktik Bisnis Waralaba (*Franchise*) Di Indonesia**”.

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaturan Hukum mengenai waralaba di Indonesia?
2. Bagaimana Transformasi Sistem Hukum *Anglo-Saxon* dalam Praktik Bisnis Waralaba di Indonesia?

PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum mengenai Waralaba di Indonesia

Waralaba atau *Franchise* merupakan praktek bisnis yang diadopsi negara Indonesia dari negara – negara penganut sistem hukum *common law*. Pengaturan mengenai franchise di Indonesia diawali dengan adanya Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1847 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dalam KUH Perdata terdapat pasal 1313 mengenai perjanjian, pasal 1320 tentang syarat sahnya suatu perjanjian, Pasal 1338 tentang kebebasan berkontrak, pasal 1339 & pasal 1347 mengenai asas kebiasaan serta pasal 1365 mengenai asas ganti kerugian. Pasal – pasal dalam undang – undang tersebut dijadikan pijakan peraturan mengenai waralaba (*franchise*) di Indonesia yang diawali oleh Undang – Undang nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba.

Franchise atau waralaba adalah bentuk kerjasama bisnis di mana satu pihak (*Franchisor*) memberikan hak kepada pihak lain (*Franchisee*) untuk menjalankan usaha dengan menggunakan merek, sistem, dan dukungan yang telah dikembangkan oleh *Franchisor*.¹⁷ Di Indonesia, pengaturan hukum mengenai *Franchise* diatur dalam beberapa peraturan perundang-undangan yang bertujuan untuk melindungi kedua belah pihak dan memastikan kepatuhan dalam pelaksanaan *Franchise*. Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba adalah aturan utama yang mengatur mengenai *Franchise* di Indonesia.¹⁸ Beberapa poin penting dari Peraturan Pemerintah (PP) ini adalah:

1. Pendaftaran *Franchise*: *Franchisor* wajib mendaftarkan usaha *Franchise* mereka ke Kementerian Perdagangan. Pendaftaran ini bertujuan untuk mencatatkan usaha waralaba dan memberikan perlindungan hukum bagi *Franchisor* dan *Franchisee*. Pendaftaran

¹⁵ Pasal 1320 KUH Perdata.

¹⁶ Pasal 1338 KUH Perdata.

¹⁷ Bowe, NJ (Nick) R, *Memahami Waralaba*, Routledge, 2014, hal 24

¹⁸ Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Franchise di Indonesia, berdasarkan Peraturan Pemerintah (PP) Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, adalah langkah penting untuk memastikan legalitas dan kepatuhan usaha waralaba, diantaranya:

- a) Kewajiban Pendaftaran: *Franchisor* harus mendaftarkan usaha *Franchise* mereka kepada Kementerian Perdagangan dengan mengajukan permohonan dan melampirkan dokumen yang diperlukan.
- b) Dokumen yang Diperlukan: Profil *Franchisor*, perjanjian waralaba, *disclosure document*, dan standar operasional serta prosedur.
- c) Proses Evaluasi: Kementerian Perdagangan akan mengevaluasi dan memverifikasi dokumen sebelum menerbitkan sertifikat pendaftaran.
- d) Pemberitahuan Perubahan: *Franchisor* harus memberitahukan setiap perubahan informasi terkait *Franchise* kepada Kementerian Perdagangan.¹⁹
- e) Sanksi: Pelanggaran terhadap kewajiban pendaftaran dapat dikenakan sanksi administratif.

Peraturan Pemerintah ini menetapkan berbagai ketentuan terkait pendaftaran yang harus diikuti oleh *Franchisor*, berikut peraturannya:

a. Pasal 5

Franchisor yang akan menjalankan usaha

Franchise di Indonesia wajib mendaftarkan

1. usaha waralabanya kepada Kementerian Perdagangan.
 2. Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan mengajukan permohonan secara tertulis kepada Menteri dengan melampirkan dokumen-dokumen yang diperlukan.
- b. Pasal 6
1. Dokumen yang harus disertakan dalam permohonan pendaftaran *Franchise* meliputi:
 - a. Profil *Franchisor*.
 - b. Salinan perjanjian waralaba.
 - c. *Disclosure document*.
 - d. Standar operasional dan prosedur.
 2. Dokumen-dokumen tersebut harus memenuhi syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh Kementerian Perdagangan.

c. Pasal 7

1. Kementerian Perdagangan akan melakukan evaluasi dan verifikasi atas dokumen yang diajukan.
2. Setelah dokumen dinyatakan lengkap dan memenuhi syarat, Kementerian Perdagangan akan menerbitkan sertifikat pendaftaran *Franchise*.

d. Pasal 8

1. *Franchisor* wajib memberitahukan setiap perubahan data atau informasi yang berkaitan dengan *Franchise* kepada Kementerian Perdagangan.
2. Kewajiban pemberitahuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilakukan dalam jangka waktu tertentu sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

e. Pasal 9

1. *Franchisor* yang tidak memenuhi kewajiban pendaftaran atau melanggar ketentuan yang berlaku dapat dikenakan sanksi administratif sesuai dengan peraturan perundang-undangan.
 2. Sanksi administratif sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa teguran, denda, atau pencabutan sertifikat pendaftaran.
2. Perjanjian Waralaba: Peraturan Pemerintah ini mengharuskan adanya perjanjian tertulis antara *Franchisor* dan *Franchisee* yang memuat ketentuan-ketentuan seperti hak dan kewajiban masing-masing pihak, sistem *Franchise*, biaya dan royalti, serta durasi perjanjian. Perjanjian waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah (PP) No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba pada beberapa pasal yang menetapkan kewajiban dan ketentuan terkait perjanjian tersebut, seperti:²⁰
- a. Bentuk dan Isi Perjanjian: Perjanjian waralaba harus tertulis dan memuat ketentuan tentang hak dan kewajiban masing-masing pihak, sistem waralaba, biaya dan royalti, jangka waktu, standar operasional, serta ketentuan pemutusan dan penyelesaian sengketa.
 - b. Informasi dan Transparansi: *Franchisor* harus memberikan informasi yang benar dan lengkap kepada *Franchisee* mengenai profil perusahaan, sistem operasional, kinerja keuangan, dan risiko serta keuntungan yang mungkin dihadapi.
 - c. Pelatihan dan Dukungan: *Franchisor* wajib menyediakan pelatihan dan dukungan untuk

¹⁹ Tanudjaya, Eddy Soeryanto. *Peraturan Perundang-Undangan tentang Waralaba: Panduan Praktis dan Komprehensif*. Gramedia Pustaka Utama, 2018

²⁰ Hadi, Pius L. *Hukum Waralaba di Indonesia*. Sinar Grafika, 2020

memastikan *Franchisee* dapat mematuhi standar operasional.

- d. Kepatuhan Hukum: Perjanjian harus mematuhi ketentuan hukum yang berlaku, termasuk perlindungan konsumen dan peraturan perdagangan.
- e. Pengawasan: *Franchisor* harus melakukan pengawasan untuk memastikan *Franchisee* mengikuti standar yang ditetapkan dalam perjanjian.

Berikut adalah pasal-pasal yang mengatur tentang perjanjian waralaba dalam Peraturan Pemerintah Nomor. 42 Tahun 2007 yang bertujuan untuk melindungi kepentingan kedua belah pihak dalam hubungan waralaba dan memastikan bahwa sistem waralaba dijalankan dengan standar yang sesuai dan sesuai dengan peraturan yang berlaku:²¹

a. Pasal 8

1. Perjanjian waralaba antara *Franchisor* dan *Franchisee* harus dibuat secara tertulis.
2. Perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat ketentuan mengenai:
 - a. Hak dan kewajiban masing-masing pihak.
 - b. Sistem waralaba yang diberikan oleh *Franchisor*.
 - c. Biaya dan royalti yang harus dibayar oleh *Franchisee*.
 - d. Jangka waktu perjanjian.
 - e. Standar operasional dan prosedur yang harus diikuti oleh *Franchisee*.
 - f. Ketentuan tentang pemutusan perjanjian dan penyelesaian sengketa.
3. *Franchisor* wajib memberikan salinan perjanjian waralaba kepada *Franchisee* sebelum perjanjian ditandatangani.

b. Pasal 9

1. Dalam perjanjian waralaba, *Franchisor* harus memberikan informasi yang benar dan lengkap mengenai:
 - a. Profil perusahaan *Franchisor*.
 - b. Sistem dan prosedur operasional.
 - c. Kinerja keuangan yang relevan.
 - d. Risiko dan keuntungan yang mungkin dihadapi oleh *Franchisee*.
2. *Franchisor* harus menyediakan pelatihan dan dukungan yang diperlukan kepada *Franchisee* untuk memastikan kepatuhan terhadap standar operasional yang telah ditetapkan.

c. Pasal 10

1. *Franchisor* wajib memastikan bahwa perjanjian waralaba mematuhi ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, termasuk perlindungan konsumen dan peraturan perdagangan.
2. *Franchisor* harus melakukan pengawasan untuk memastikan bahwa *Franchisee* mematuhi standar operasional dan prosedur yang telah disepakati dalam perjanjian.
3. Disclosure Document: Tujuan dari *Disclosure document* yakni:
 - a) Transparansi: Memberikan informasi yang transparan kepada calon *Franchisee* untuk membuat keputusan yang terinformasi.
 - b) Perlindungan: Melindungi calon *Franchisee* dari potensi risiko dan memastikan mereka memahami seluruh aspek dari sistem *Franchise* yang akan mereka ikuti.

Franchisor diwajibkan memberikan informasi yang transparan mengenai usaha *Franchise*, termasuk informasi keuangan, operasional, dan dukungan yang akan diberikan kepada *Franchisee*. Hal-hal penting yang patut diperhatikan didalamnya terdapat:

- a. Kewajiban Penyampaian: *Franchisor* harus menyediakan *Disclosure document* kepada calon *Franchisee*, memuat informasi yang jelas dan komprehensif tentang sistem waralaba.
- b. Isi Dokumen: Dokumen ini harus mencakup profil *Franchisor*, sistem operasional, kinerja keuangan, biaya dan royalti, risiko dan keuntungan, serta hak dan kewajiban kedua belah pihak.
- c. Akurasi dan Transparansi: *Franchisor* bertanggung jawab memastikan bahwa informasi dalam *Disclosure document* adalah akurat dan tidak menyesatkan.
- d. Waktu Peninjauan: Calon *Franchisee* harus diberikan waktu yang memadai untuk meninjau dan memahami *Disclosure document* sebelum menandatangani perjanjian.

Dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, *Disclosure document* (Dokumen Pengungkapan) merupakan bagian penting dari pendaftaran *Franchise*. Dokumen ini bertujuan untuk memberikan informasi yang transparan dan lengkap tentang sistem *Franchise* kepada calon *Franchisee*. Ketentuan mengenai *Disclosure document* diatur dalam pasal-pasal

²¹ Soerjono, R. A., dan Hidayah, Nurul. *Franchising di Indonesia: Praktik dan Regulasi*. Alfabeta, 2019

tertentu dalam Peraturan Pemerintah (PP) tersebut yakni:²²

a. Pasal 6

1. *Franchisor* wajib menyediakan *Disclosure document* kepada calon *Franchisee*.
2. *Disclosure document* sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus memuat informasi yang mencakup:
3. Profil *Franchisor*: Informasi mengenai sejarah, struktur organisasi, dan pengalaman usaha *Franchisor*.
4. Sistem dan Prosedur Operasional: Detail tentang sistem waralaba yang akan diberikan kepada *Franchisee*, termasuk standar operasional, pelatihan, dan dukungan yang tersedia.
5. Kinerja Keuangan: Informasi mengenai proyeksi keuangan, kinerja keuangan historis, dan estimasi biaya awal serta biaya operasional.
6. Biaya dan Royalti: Penjelasan tentang biaya yang harus dibayar oleh *Franchisee*, termasuk biaya awal, biaya royalti, dan biaya lainnya.
7. Risiko dan Keuntungan: Informasi mengenai potensi risiko yang mungkin dihadapi oleh *Franchisee* serta manfaat yang diharapkan dari bergabung dengan sistem *Franchisee*.
8. Hak dan Kewajiban: Hak dan kewajiban baik *Franchisor* maupun *Franchisee* menurut perjanjian waralaba.

b. Pasal 7

1. *Franchisor* harus memastikan bahwa *Disclosure document* yang disampaikan kepada calon *Franchisee* adalah akurat dan tidak menyesatkan.
2. Calon *Franchisee* diberikan waktu untuk meninjau dan memahami *Disclosure document* sebelum menandatangani perjanjian waralaba.

Dengan mematuhi ketentuan mengenai *Disclosure Document*, *Franchisor* dapat membangun hubungan yang baik dengan *Franchisee* dan memastikan bahwa kedua belah pihak memiliki pemahaman yang sama tentang syarat dan ketentuan waralaba.²³

4. Standar Operasional: Peraturan Pemerintah ini menetapkan kewajiban bagi *Franchisor* untuk menyediakan standar operasional dan sistem

yang jelas untuk dipatuhi oleh *Franchisee*. Dengan tujuan 1. Memastikan bahwa semua unit *Franchisee* beroperasi dengan cara yang konsisten dan sesuai dengan standar yang ditetapkan, 2. Menjaga kualitas produk atau jasa yang ditawarkan di semua lokasi *Franchisee* dan serta, 3. Meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memastikan bahwa pengalaman yang diberikan di semua lokasi *Franchisee* seragam dan memenuhi standar yang telah ditetapkan.²⁴ Dalam Peraturan Pemerintah (PP) Nomor. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, ketentuan mengenai standar operasional diatur untuk memastikan bahwa sistem waralaba dijalankan sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh *Franchisor* diantaranya:

- a. Kewajiban Penetapan: *Franchisor* wajib menetapkan dan menyediakan standar operasional yang harus diikuti oleh *Franchisee*. Standar ini meliputi prosedur operasional, kualitas produk atau jasa, dan metode pelayanan.
- b. Pengaturan dalam Perjanjian: Dalam perjanjian waralaba, *Franchisor* harus menjelaskan dengan rinci mengenai standar operasional yang berlaku serta memberikan pelatihan dan dukungan yang diperlukan.
- c. Pemantauan dan Evaluasi: *Franchisor* bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi penerapan standar operasional oleh *Franchisee* melalui inspeksi berkala.
- d. Tindakan Korektif: Jika *Franchisee* tidak mematuhi standar operasional, *Franchisor* dapat memberikan teguran atau melakukan tindakan korektif sesuai dengan ketentuan yang berlaku dalam perjanjian.

Maka dalam hal ini Pasal-pasal yang relevan mengenai standar operasional dalam Peraturan Pemerintah ini adalah sebagai berikut:

a. Pasal 5

1. *Franchisor* wajib menetapkan dan menyediakan standar operasional yang jelas untuk dipatuhi oleh *Franchisee*.
2. Standar operasional tersebut mencakup prosedur operasional, kualitas produk atau jasa, dan metode pelayanan yang harus diterapkan oleh *Franchisee*.

b. Pasal 6

²² Sutanto, J. B. *Franchise Law and Practice in Indonesia*. Jakarta Law Review, 2017

²³ Emerson, Robert W, *Dokumen Pengungkapan Waralaba: Panduan Komprehensif*, Wiley, 2015, hal 27

²⁴ Rosen, Richard H, *Dokumen Pengungkapan Waralaba: Kunci Waralaba yang Sukses Layanan Waralaba*, 2021, hal 231

1. Dalam perjanjian waralaba, *Franchisor* harus menjelaskan dengan rinci standar operasional yang berlaku.
2. *Franchisor* wajib memberikan pelatihan dan dukungan kepada *Franchisee* untuk memastikan pemahaman dan penerapan standar operasional yang benar.

c. Pasal 7

1. *Franchisor* bertanggung jawab untuk memantau dan mengevaluasi penerapan standar operasional oleh *Franchisee*.
2. *Franchisor* harus melakukan inspeksi secara berkala untuk memastikan bahwa *Franchisee* mematuhi standar operasional yang telah ditetapkan.

d. Pasal 8

1. Jika *Franchisee* tidak mematuhi standar operasional, *Franchisor* dapat memberikan teguran atau tindakan perbaikan.
2. *Franchisor* memiliki hak untuk melakukan tindakan korektif sesuai dengan ketentuan dalam perjanjian waralaba.

Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2018 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga mempengaruhi pengaturan *Franchise* di Indonesia, terutama yang berkaitan dengan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Yang meskipun undang-undang ini tidak secara khusus mengatur *Franchise*, beberapa pasalnya relevan dalam konteks pengaturan *Franchise*, terutama dalam hal penyediaan, perlindungan, dan pengembangan UMKM yang sering terlibat dalam sistem *Franchise*.²⁵ Berikut adalah pasal-pasal dari Undang-Undang Nomor. 20 Tahun 2018 yang relevan dan mempengaruhi pengaturan *Franchise*:

1. Pasal 1: Pasal ini mendefinisikan berbagai istilah penting dalam undang-undang, termasuk definisi tentang usaha mikro, kecil, dan menengah yang bisa jadi penting dalam memahami posisi *Franchise* dalam kategori UMKM.
2. Pasal 5: Pasal ini mengatur tentang pemberdayaan dan perlindungan UMKM yang mencakup berbagai bentuk dukungan dari pemerintah. *Franchise* yang melibatkan UMKM dapat memperoleh manfaat dari kebijakan ini, terutama dalam hal pembiayaan, pelatihan, dan dukungan lainnya.
3. Pasal 8: Pasal ini menetapkan kebijakan pemerintah dalam rangka pengembangan dan

pembinaan UMKM. *Franchise* yang dikelola oleh UMKM mungkin mendapatkan dukungan atau bantuan dari kebijakan yang diatur dalam pasal ini.

4. Pasal 14 - Hak dan Kewajiban Pelaku Usaha: Pasal ini mengatur hak dan kewajiban pelaku usaha dalam konteks pengelolaan UMKM. *Franchisee* (penerima waralaba) dan *Franchisor* (pemilik waralaba) harus memperhatikan hak dan kewajiban mereka sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam undang-undang ini.
5. Pasal 15: Pasal ini membahas tentang strategi pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah. *Franchise* sebagai salah satu bentuk pengembangan usaha dapat diuntungkan dengan adanya strategi pengembangan yang diatur dalam pasal ini.
6. Pasal 18: Pasal ini mengatur tentang pembiayaan usaha UMKM, yang dapat mencakup pembiayaan untuk membuka atau mengembangkan usaha *Franchise*. Adanya dukungan pembiayaan ini dapat mempermudah *Franchisee* dalam memulai usaha.
7. Pasal 19: Pasal ini menjelaskan tentang pembinaan dan pengawasan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap UMKM. *Franchisee* dan *Franchisor* harus mengikuti aturan pembinaan dan pengawasan ini untuk memastikan kepatuhan terhadap ketentuan yang berlaku.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor. 53 Tahun 2018 tentang Waralaba juga memiliki peran penting dalam memberikan rincian tambahan mengenai pelaksanaan *Franchise* di Indonesia, yang didalamnya terdapat:

- a) Dalam Pasal 8 mengenai Pengawasan dan Penilaian: Permendag ini menetapkan mekanisme pengawasan dan penilaian yang lebih rinci terhadap pelaksanaan *Franchise*, termasuk kewajiban pelaporan dan audit.
- b) Dalam Pasal 10 diatur mengenai Kewajiban *Franchisor*: *Franchisor* diharuskan untuk menyediakan pelatihan dan dukungan yang memadai kepada *Franchisee* serta menjaga kualitas standar yang telah ditetapkan.

Selain peraturan-peraturan utama di atas, terdapat beberapa regulasi dan pedoman lain yang juga mempengaruhi pelaksanaan *Franchise*, termasuk didalamnya peraturan-peraturan local yang mungkin memiliki peraturan tambahan terkait usaha *Franchise* yang perlu dipatuhi oleh

²⁵ Syahrir, M. *Hukum Ekonomi dan Usaha: Perspektif Peraturan Perundang-undangan*. Rajawali Pers, 2019, hal 37

Franchisee. Selain itu Regulasi perpajakan, dimana *Franchisee* harus mematuhi ketentuan perpajakan yang berlaku, termasuk kewajiban membayar pajak sesuai dengan jenis usaha dan lokasi. Maka untuk memastikan kepatuhan dan keberhasilan dalam menjalankan *Franchise*, baik *Franchisor* maupun *Franchisee* disarankan untuk:²⁶

1. Memahami Kontrak dengan Baik: Membaca dan memahami kontrak *Franchise* secara menyeluruh sebelum menandatangani.
2. Konsultasi Hukum: Menggunakan jasa konsultan hukum yang berpengalaman dalam bidang *Franchise* untuk memastikan semua aspek hukum telah dipenuhi.
3. Mengikuti Pelatihan: Mengikuti pelatihan dan bimbingan yang disediakan oleh *Franchisor* untuk menjalankan usaha sesuai standar.

B. Transformasi Sistem Hukum Anglo-Saxon dalam Praktik Bisnis Waralaba di Indonesia

Indonesia mengikuti sistem hukum *civil law* yang berbasis pada kodifikasi dan peraturan tertulis. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata) dan undang-undang lainnya adalah sumber hukum utama. Meskipun demikian, Indonesia juga mengadopsi beberapa prinsip internasional, terutama dalam bisnis dan kontrak internasional, yang kadang-kadang mencerminkan prinsip-prinsip dari sistem hukum *Anglo-Saxon*.

Transformasi sistem hukum *Anglo-Saxon* ke dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia adalah topik yang menarik dan kompleks, mengingat perbedaan mendasar antara sistem hukum *Anglo-Saxon* dan sistem hukum yang berlaku di Indonesia, yang sebagian besar berbasis pada hukum *civil law*. Namun karena perikatan yang mengacu pada kontrak tepatnya pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya suatu perjanjian, maka praktik bisnis waralaba ini yang menjadi salah satu objek pelaksanaan dari pasal tersebut.²⁷

1. Perbedaan Dasar antara Hukum *Anglo-Saxon* dan Hukum *Civil law* yakni hukum *Anglo-Saxon* (*common law*) dan hukum *civil law* memiliki prinsip dasar yang berbeda yaitu:
 - a. Hukum *Anglo-Saxon*:
 1. Berbasis pada keputusan pengadilan sebelumnya (*preseden*). Putusan-putusan pengadilan (*case law*) memiliki kekuatan hukum dan menjadi referensi untuk kasus-kasus selanjutnya. Pengadilan

mengembangkan hukum melalui interpretasi dan aplikasi kasus-kasus sebelumnya.

2. Statuta: Undang-undang tertulis juga ada, tetapi mereka seringkali bersifat umum dan dapat diinterpretasikan lebih lanjut oleh pengadilan. Dimana pengadilan memiliki peran besar dalam mengembangkan hukum melalui putusan mereka.
 3. Fleksibilitas: Hukum dapat berubah dengan cepat sesuai dengan keputusan pengadilan yang baru.
 4. Lebih fleksibel dan dapat beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan sosial dan ekonomi.
 5. Pengembangan Hukum: Pengadilan memiliki peran besar dalam mengembangkan hukum melalui keputusan mereka. Pengadilan dapat menciptakan preseden yang mengikat bagi kasus-kasus berikutnya.
 6. Kebebasan Kontrak: Ada kebebasan yang luas dalam merumuskan kontrak. Pengadilan sering kali mengedepankan prinsip otonomi kontrak, selama kontrak tersebut tidak melanggar hukum atau kebijakan publik.
 7. Eksekusi Kontrak: Fokus pada interpretasi dan penegakan ketentuan kontrak berdasarkan keputusan preseden.
 8. *Adversarial System*: Proses hukum bersifat *adversarial*, di mana pengacara dari kedua belah pihak berargumen di depan pengadilan, dan hakim berfungsi sebagai arbiter yang netral.
 9. Pembuktian: Fokus pada pengumpulan dan penyajian bukti oleh pihak-pihak yang bersengketa.
 10. Kewenangan Mengikat: Pengadilan dapat membuat keputusan yang mengikat berdasarkan preseden, yang dapat memiliki dampak jangka panjang pada perkembangan hukum.
- b. Hukum *Civil law*:
 1. Berbasis pada kode hukum tertulis (kodifikasi) seperti KUHPerdata.
 2. Pengadilan memiliki peran terbatas dalam mengembangkan hukum; lebih mengacu pada teks hukum yang telah ditetapkan.

²⁶ Sutrisno, Hadi. *Praktik Hukum Franchise di Indonesia: Analisis dan Implementasi*. Penerbit Erlangga, 2019, hal 54

²⁷ Tanudjaya, Eddy Soeryanto. *Hukum Waralaba di Indonesia*. Gramedia Pustaka Utama, 2018

3. Terstruktur dengan jelas dan terperinci dalam kode hukum.
 4. Interpretasi dan Aplikasi: Pengadilan memiliki peran yang lebih terbatas dalam mengembangkan hukum. Fokus utama mereka adalah menerapkan dan menginterpretasikan teks undang-undang yang ada.²⁸
 5. Struktur Tertutup: Hukum diatur secara terstruktur dalam kode-kode, dan perubahan harus dilakukan melalui legislasi.
 6. Regulasi Kontrak: Kontrak diatur dengan lebih detail dalam kode-kode dan undang-undang. Banyak aspek kontrak yang telah diatur oleh undang-undang, dan peraturan ini harus diikuti.
 7. Penegakan: Pengadilan mengacu pada teks undang-undang dan aturan yang mengatur kontrak.
 8. *Inquisitorial System*: Proses hukum lebih bersifat *inquisitorial*, di mana hakim memiliki peran aktif dalam menyelidiki dan mengumpulkan bukti.
 9. Pengumpulan Bukti: Hakim mengumpulkan dan menilai bukti secara langsung dan memiliki peran dalam mengarahkan jalannya proses hukum.
 10. Kewenangan Terbatas: Pengadilan berfungsi untuk menerapkan hukum yang telah ada, dan keputusan mereka tidak menciptakan preseden yang mengikat untuk kasus-kasus mendatang.
2. Transformasi dan adopsi sistem *Anglo-Saxon* dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia
- Peraturan Menteri Perdagangan tentang waralaba di Indonesia, seperti yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/M-DAG/PER/8/2012, mengadopsi beberapa prinsip dari sistem *Anglo-Saxon* meskipun tetap berada dalam kerangka hukum *civil law*. Peraturan ini mencakup aspek-aspek seperti *disclosure document* dan perlindungan bagi *Franchisee*, yang merupakan elemen penting dalam *common law*. Dalam sistem *common law*, *disclosure document* atau dokumen pengungkapan adalah elemen penting dalam *Franchise*. *Franchise* internasional yang beroperasi di Indonesia sering kali membawa

serta prinsip-prinsip dari *common law* dalam kontrak mereka, seperti klausul arbitrase dan persyaratan *disclosure document*. Ini membantu dalam memastikan bahwa standar internasional dipatuhi dan memfasilitasi integrasi bisnis global. Dengan mengadopsi mekanisme arbitrase yang umum digunakan dalam sistem *Anglo-Saxon*, Indonesia mempermudah penyelesaian sengketa bagi *Franchisee* dan *Franchisor* yang terlibat dalam transaksi internasional.²⁹

Dokumen ini memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang hak dan kewajiban *Franchisor* dan *Franchisee* sebelum perjanjian dilakukan. Meskipun Indonesia mengikuti sistem hukum *civil law* pengadilan di Indonesia memiliki peran terbatas dalam mengembangkan hukum. Namun, dengan adanya prinsip-prinsip internasional dan elemen dari *common law*, ada pengaruh pada cara kontrak waralaba diatur dan diterapkan. Beberapa prinsip dari sistem hukum *Anglo-Saxon* telah mempengaruhi praktik hukum waralaba di negara ini.³⁰

Prinsip-prinsip dari *disclosure document* diadopsi melalui Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor. 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Pedoman Waralaba. Dokumen ini mencakup informasi mengenai syarat dan ketentuan *Franchise* yang harus diungkapkan kepada calon *Franchisee*. Ini dapat dilihat dalam beberapa aspek:

- a. Pengaruh Prinsip Kontrak dalam Sistem Waralaba: Prinsip Kontrak dalam sistem *Anglo-Saxon*, prinsip kontrak sangat dominan. Kontrak waralaba diatur dengan ketat berdasarkan perjanjian antara pihak-pihak yang terlibat. Di Indonesia, prinsip ini juga penting dalam perjanjian waralaba, meskipun dasar hukumnya adalah Undang-Undang Nomor. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan dan peraturan terkait lainnya. Namun dalam praktiknya meskipun Indonesia menggunakan hukum *civil law*, perjanjian waralaba sering kali mencerminkan elemen-elemen dari sistem hukum *Anglo-Saxon* seperti pengaturan rinci mengenai hak dan kewajiban, mekanisme penyelesaian sengketa, dan penegakan kontrak.
- b. Pengaruh Pengaturan dan Standar Internasional: Banyak praktik waralaba global mengikuti standar internasional yang dipengaruhi oleh sistem *Anglo-Saxon*.³¹ Standar

²⁸ Cairns, John W., dan Smith, Paul C. T. M. B. *Introduction to the Comparative Study of Law*. Routledge, 2014, hal 28

²⁹ Friedman, Lawrence M., dan Poser, Norman S, *Hukum dan Praktek Waralaba*, LexisNexis, 2019, hal 142

³⁰ Smith, James R. *Hukum Waralaba Internasional: Panduan untuk Praktisi*. Hukum Kluwer Internasional, 2016, hal 217

³¹ Ashford, Petrus. *Memahami Arbitrase Komersial Internasional*. Routledge, 2018, hal 81

ini meliputi ketentuan tentang transparansi, pengungkapan informasi, perlindungan *Franchisee*, dan mekanisme penyelesaian sengketa. *Franchisor* internasional yang beroperasi di Indonesia sering kali membawa serta elemen-elemen dari sistem hukum *Anglo-Saxon* dalam kontrak dan pengaturan mereka. Sehingga Indonesia mengadopsi beberapa praktik internasional, seperti disclosure document, meskipun dalam kerangka hukum *civil law*. Pemerintah Indonesia juga menyelaraskan peraturan waralaba dengan standar internasional untuk memudahkan bisnis internasional beroperasi di negara ini.³²

- c. Penanganan Sengketa dan Penyelesaian: Dalam sistem hukum *Anglo-Saxon*, penyelesaian sengketa melalui pengadilan dan arbitrase merupakan aspek penting. Di Indonesia, walaupun sistem hukum *civil law* dominan, banyak perjanjian waralaba mencakup klausul arbitrase yang mencerminkan praktik internasional, termasuk mekanisme penyelesaian sengketa yang sering digunakan dalam sistem *Anglo-Saxon*.³³ Pada praktiknya *Franchisor* dan *Franchisee* di Indonesia sering memilih arbitrase sebagai metode penyelesaian sengketa, terinspirasi oleh praktik internasional yang sering mengadopsi sistem *Anglo-Saxon*.

PENUTUP

A..Kesimpulan

1. Pengaturan hukum mengenai *Franchise* di Indonesia diatur dalam beberapa peraturan yang bertujuan untuk memberikan kepastian hukum bagi pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan *Franchise*. beberapa poin penting dari pengaturan hukum mengenai *Franchise* di Indonesia yakni, Pedoman Pelaksanaan *Franchise*, Kewajiban Pendaftaran, Perjanjian *Franchise*, Hak Kekayaan Intelektual, Pengawasan dan Penegakan Hukum serta Perlindungan Konsumen serta. Secara keseluruhan, pengaturan hukum mengenai *Franchise* di Indonesia bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang adil dan transparan bagi semua pihak yang terlibat dalam bisnis *Franchise*, serta untuk melindungi kepentingan konsumen.
2. Transformasi Sistem Hukum *Anglo-Saxon* dalam praktik bisnis waralaba di Indonesia

menunjukkan penyesuaian sistem hukum negara tersebut untuk mengakomodasi kebutuhan dan praktik bisnis internasional. Indonesia telah mengadaptasi prinsip-prinsip hukum *Anglo-Saxon*, seperti perlindungan hak kekayaan intelektual dan kepastian hukum, untuk meningkatkan kejelasan dan keamanan dalam kontrak waralaba. Dengan mengadopsi elemen dari sistem hukum *Anglo-Saxon*, Indonesia berusaha memperbaiki kepatuhan terhadap standar internasional dalam kontrak waralaba, termasuk transparansi dan perlindungan bagi pihak-pihak yang terlibat. Transformasi ini mencakup upaya untuk mengintegrasikan prinsip-prinsip hukum *Anglo-Saxon* ke dalam kerangka hukum nasional yang ada, sambil tetap mempertahankan elemen-elemen lokal yang relevan. Meskipun ada kemajuan, terdapat tantangan dalam penyesuaian sistem hukum nasional dengan prinsip-prinsip internasional, terutama terkait dengan perbedaan budaya dan praktik lokal. Secara keseluruhan, transformasi ini bertujuan untuk menciptakan lingkungan yang lebih kondusif bagi perkembangan industri waralaba di Indonesia, dengan menggabungkan praktik terbaik dari sistem hukum *Anglo-Saxon* dengan kebutuhan dan konteks lokal.

B. Saran

1. Untuk memperbaiki pengaturan hukum mengenai *Franchise* (waralaba) di Indonesia diperlukan, Klarifikasi Definisi dan Regulasi, Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual, Transparansi Kontrak, Regulasi dan Pengawasan, Dukungan dan Fasilitas serta Peninjauan dan Pembaruan Regulasi, Dengan ini, diharapkan pengaturan hukum mengenai *Franchise* di Indonesia dapat menjadi lebih efektif, transparan, dan adil bagi semua pihak yang terlibat.
2. Untuk menghadapi transformasi sistem hukum *Anglo-Saxon* dalam praktik hukum waralaba di Indonesia diperlukan Penguatan Regulasi untuk memastikan bahwa elemen-elemen hukum *Anglo-Saxon* seperti perlindungan kekayaan intelektual dan transparansi kontrak diterapkan secara konsisten, pelatihan dan edukasi bagi praktisi hukum dan pelaku bisnis tentang prinsip-prinsip hukum *Anglo-Saxon* agar mereka dapat mengimplementasikannya dengan efektif untuk memastikan relevansi dan efektivitasnya.

³² Smith, James R., *Hukum Waralaba Internasional: Panduan untuk Praktisi*. Hukum Kluwer Internasional, 2016, hal 34

³³ Born. Gary B. *Hukum dan Praktek Arbitrase Komersial Internasional*. Hukum Kluwer Internasional, 2020, hal 22

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku

- Asyahadie, Zaeni *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2014
- Ashford, Petrus. *Memahami Arbitrase Komersial Internasional*. Routledge, 2018
- Badruzaman, Mariam Darus, *Aneka Hukum Bisnis*. Bandung: Alumni, 1994
- Born. Gary B. *Hukum dan Praktek Arbitrase Komersial Internasional*. Hukum Kluwer Internasional, 2020
- Basrah, Moch dan Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2008
- Bowe, NJ (Nick) R, *Memahami Waralaba*, Routledge, 2014
- Cairns, John W., dan Smith, Paul C. T. M. B. *Introduction to the Comparative Study of Law*. Routledge, 2014
- Emerson, Robert W, *Dokumen Pengungkapan Waralaba: Panduan Komprehensif*, Wiley, 2015
- Friedman, Lawrence M., dan Poser, Norman S, *Hukum dan Praktek Waralaba*, LexisNexis, 2019
- Hartanto, *Pengantar Ilmu Hukum*. Medan: Umsu Press, 2022
- Hadi, Pius L. *Hukum Waralaba di Indonesia*. Sinar Grafika, 2020
- Komariah, *Hukum Perdata*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2002
- Mallor, Jane dkk, *Business Law and The Regulatory Environment*. Amerika: United States of America, 1986
- Rosen, Richard H, *Dokumen Pengungkapan Waralaba: Kunci Waralaba yang Sukses. Layanan Waralaba*, 2021
- Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2018
- Sutanto, J. B. *Franchise Law and Practice in Indonesia*. Jakarta Law Review, 2017
- Smith, James R. *Hukum Waralaba Internasional: Panduan untuk Praktisi*. Hukum Kluwer Internasional, 2016
- Sutrisno, Hadi. *Praktik Hukum Franchise di Indonesia: Analisis dan Implementasi*. Penerbit Erlangga, 2019
- Soerjono, R. A., dan Hidayah, Nurul. *Franchising di Indonesia: Praktik dan Regulasi*. Alfabeta, 2019
- Syahrir, M. *Hukum Ekonomi dan Usaha: Perspektif Peraturan Perundang-undangan*. Rajawali Pers, 2019
- Sukandar, Anang, *Sejarah Asosiasi Franchise Indonesia dan Perjalanan Franchise Indonesia*. Jakarta: Majalah Franchise Indonesia, 2015
- Sulaiman, *Pengantar Ilmu Hukum*. Jakarta: UIN Jakarta & YPPSDM Jakarta, 2019
- Sumardi, Juajir, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 1995
- Syahmin, *Hukum Kontrak Internasional*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2006
- Smith, James R., *Hukum Waralaba Internasional: Panduan untuk Praktisi*. Hukum Kluwer Internasional, 2016
- Tunggal, Hadi Setia, *Dasar-Dasar Pewaralabaan (Franchising)*. Pekanbaru: Harvarindo, 2006
- Tanudjaya, Eddy Soeryanto. *Peraturan Perundang-Undangan tentang Waralaba: Panduan Praktis dan Komprehensif*. Gramedia Pustaka Utama, 2018
- Widijawan, Dhanang, *Dasar-Dasar Hukum Kontrak Bisnis, Transaksi, dan Sistem Elektronik*. Bandung: CV Keni Media, 2018
- Yuhelson, *Pengantar Ilmu Hukum*. Gorontalo: Ideas Publishing, 2017

B. Jurnal

- Najon, Stephanie Jill, *Transformasi sebagai strategi desain*. Media Matrasain. Bolume 8. Nomor 2, 2016
- Slamet, Sri Redjeki, *Waralaba (Franchise) di Indonesia*. Lex Jurnalica. Volume 8. Nomor 2, 2011

C. Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Undang-Undang Nomor 23 Tahun 1847 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Pasal 1320 KUH Perdata.

Undang-Undang nomor 4 tahun 1971 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha kecil.

Undang-Undang nomor 4 tahun 1971 tentang Kitab Undang-Undang Hukum Dagang.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 58/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan Atas Permendag No. 07/M-DAG/PER/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan Atas Permendag No. 53/M-DAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 60/M-DAG/PER/9/2013 tentang Kewajiban Penggunaan Logo Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

D. Internet

Zahira, Nadya. (2024). Tumbuh 5% Omzet Bisnis Waralaba di Indonesia Capai 31 Triliun <https://katadata.co.id/berita/industri> diakses pada 16 April 2024.

Satu Data Perdagangan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia <https://satudata.kemendag.go.id/> diakses pada 16 April 2024.

Rifda. (2023). 10 Contoh Waralaba Sukses di Indonesia yang Menginspirasi: Peluang Bisnis yang Patut Dicoba, <https://izin.co.id/indonesia-business-tips/2023/06/09/10-contoh-waralaba-sukses> diakses pada 16 April 2024.