

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PIHAK FRANCHISOR DAN PIHAK LAUNDRY KLIN SEBAGAI FRANCHISEE DI KOTA MANADO DALAM PERJANJIAN WARALABA

Oleh :

Angelika Novelia Toliaso¹
Jacobus R. Mawuntu²
Grace H. Tampongangoy³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada franchisor dan franchisee, khususnya Laundry Klin di Kota Manado, dalam perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba merupakan kontrak bisnis yang mengikat kedua belah pihak, namun dalam praktiknya sering terjadi ketidakseimbangan posisi hukum antara franchisor dan franchisee. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan yuridis empiris dengan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku, seperti Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, serta wawancara dengan pihak-pihak terkait di Manado. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum terhadap franchisor dan franchisee telah diatur secara normatif, namun masih terdapat celah hukum dalam pelaksanaannya, terutama terkait transparansi informasi, mekanisme penyelesaian sengketa, dan ketentuan sanksi. Oleh karena itu, dibutuhkan penguatan aspek pengawasan dari pemerintah serta peningkatan pemahaman hukum bagi para pelaku usaha waralaba agar tercipta hubungan kemitraan yang adil dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Perlindungan Hukum, Franchisor, Franchisee, Waralaba, Laundry Klin, Kota Manado.

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia sebagai makhluk dinamis, selalu mengalami perkembangan seiring dengan perjalanan waktu. Terlebih di era globalisasi dengan berbagai produknya yang berimplikasi pada penemuan berbagai perangkat informasi, ternyata membawa dampak cukup signifikan terhadap perkembangan perilaku manusia.⁴

Banyak brand dagang lokal maupun brand dagang asing, mulai dari brand dagang kelas atas, menengah, hingga kelas bawah telah menggunakan konsep waralaba dalam konsep berbisnisnya yang telah banyak berdiri disetiap sudut pertokoan, kios maupun di dalam pusat perbelanjaan. Seperti pada saat ini khususnya di wilayah Jakarta sedang diramaikan dengan usaha kedai kopi yang mana dari pelaku usaha tersebut ada yang menerapkan sistem waralaba sebagai sistem untuk mengembangkan bisnisnya seperti Kopi Kulo, Anomali Coffee, Coffee Toffee, Janji Jiwa, Lain Hati pada pelaku bisnis kedai kopi lokal maupun kedai kopi asing seperti Starbucks Coffee.

Pada bisnis waralaba lainnya yang sudah banyak diketahui seperti McDonald's, KFC, Circle K pada contoh bisnis waralaba asing ataupun bisnis waralaba lokal seperti Es Teler 77, Indomaret, Alfamart, hingga pada salah satu warung makan sasaran kelas menengah kebawah yang biasa dikenal dengan sebutan "Warteg" pun ada yang telah menggunakan konsep waralaba untuk mengembangkan bisnisnya.

Saat ini segala sesuatunya telah berkembang dengan pesat. Hal tersebut dapat

¹ Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat, NIM 210711010173

² Fakultas Hukum Unsrat, Professor Ilmu Hukum
³ Fakultas Hukum Unsrat, Doktor Ilmu Hukum

⁴ Imam Mustofa, Kajian Fikih Kontemporer, (Yogyakarta: Idea Press, 2017)

dilihat dari berbagai bidang, seperti yang terlihat pada bidang ilmu pengetahuan dan teknologi, bidang pembangunan serta kemajuan di bidang ekonomi. Kemajuan di dalam bidang ekonomi, dapat dilihat dari mulai banyaknya masyarakat yang mencoba-coba suatu bisnis baik yang telah ada, sedang berkembang, maupun menciptakan suatu bisnis yang baru. Hal tersebut disebabkan pada zaman globalisasi ini, mendorong masyarakat untuk terus berpikir keras agar terus menciptakan sesuatu hal yang baru, sehingga secara tidak langsung mendorong masyarakat untuk berlomba-lomba pula menciptakan suatu kreatifitas baru yang tentunya tujuannya adalah untuk mendapatkan suatu pemasukan baru guna memenuhi kebutuhan mereka tersebut.

Kata “bisnis” itu sendiri diambil dari bahasa Inggris business yang berarti kegiatan usaha. Secara luas, kata bisnis sering diartikan sebagai keseluruhan kegiatan usaha yang dijalankan oleh orang atau badan secara teratur dan terus menerus, yaitu berupa kegiatan mengadakan barang-barang atau jasa-jasa maupun fasilitas-fasilitas untuk diperjual-belikan, dipertukarkan, atau disewagunakan dengan tujuan mendapatkan keuntungan.⁵

Dalam tiga tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada 2 (dua) cermin yakni: Jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (business opportunity) yang terkonversi menjadi waralaba. Waralaba atau dalam Bahasa Inggris disebut franchisee sendiri berasal dari Bahasa Latin yakni francorum rex yang artinya “bebas dari ikatan”, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian Franchising (pewaralaba) memanfaatkan dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang atau jasa. Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha

komprehensif dan siap pakai yang mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen.⁶

Franchise dapat didefinisikan sebagai suatu sistem pemasaran atau distribusi barang dan jasa, di mana sebuah perusahaan induk (franchisor) memberikan kepada individu atau perusahaan lain yang berskala kecil atau menengah (franchisee) dengan hak-hak istimewa untuk melaksanakan suatu sistem usaha tertentu melalui cara yang sudah ditentukan, selama waktu tertentu dan di suatu tempat tertentu pula.⁷

Legalitas keberadaan waralaba baru dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 Tentang Waralaba. Disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran UsahaWaralaba. Peraturan ini kemudian dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Waralaba didasarkan pada suatu perjanjian waralaba sebagaimana diatur di dalam pasal 4 pada Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang berbunyi “Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia”

Waralaba pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Waralaba bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuat dan strategis dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem waralaba dianggap memiliki banyak

⁵ Richard Burton Simatupang, Aspek Hukum dalam Bisnis, (Jakarta: Rineka Cipta, 2007), hlm 1

⁶ Epiden Tren Konsep Bisnis Waralaba, Yohanes Heidy Purnama, diakses pada tanggal 1 Desember 2017 dari www.salamfranchise.com

⁷ Ibid., 57

kelebihan terutama menyangkut pendanaan, Sumber Daya Manusia (SDM) dan manajemen. Waralaba juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan penerima waralaba.⁸

Bisnis penatu atau *laundry* kini banyak diminati orang-orang yang baru terjun ke dunia usaha. Bisnis *laundry* dianggap bisa mendatangkan keuntungan yang besar karena permintaan yang juga makin meningkat. Biasanya, tempat *laundry* banyak ditemukan di kawasan kampus, kos-kosan, atau perkantoran. Tidak hanya *laundry* biasa, saat ini juga sudah menjamur tempat *laundry* koin yang memungkinkan konsumen mencuci pakaianya sendiri di mesin cuci yang telah disediakan. Saat ini ada beberapa perusahaan yang membuka kemitraan atau *franchise*.

Mengapa banyak yang memilih Bisnis *Laundry*? Sebab, Bisnis Laundry ini adalah bisnis yang cukup terbilang sustain karena permintaan yang selalu tinggi, tidak mustahil bahwa bisnis laundry adalah bisnis yang sangat menjanjikan dan terus berkembang. Bisnis laundry sangat dibutuhkan oleh masyarakat karena dengan adanya laundry memudahkan pekerjaan masyarakat. Kemudian bisnis laundry ini juga sangat dibutuhkan di area-area kost, kontrakan atau apartement. Bisnis laundry memiliki keuntungan yang akan di dapatkan untuk jangka panjang karena mempunyai prospek yang pasti dan bisnis laundry tidak membutuhkan banyak modal.⁹

Apa yang membuat *Laundry Klin* berbeda, yakni: SDM yang terverifikasi oleh *Laundry Klin Academy*; Operasional manajemen oleh KDN; Bisnis *Laundry Klin* merupakan bisnis *franchise*. Bisnis seperti ini sangat diminati pada saat ini. Menjalankan bisnis berkonsep *franchisee* itu sangat mudah. Selain bisnisnya sudah dikenal, telah

memiliki segmen pasar yang jelas tentunya telah memiliki standard operational yang tinggal dijalankan.

Walaupun terkesan sangat mudah dan gampang, tentunya sebagai seorang *franchisee/penerima waralaba* pasti tetap membutuhkan dukungan dan bantuan dalam menjalankan bisnis itu di lokasi yang sudah dipilih.

Kehadiran waralaba juga menghadirkan suatu permasalahan hukum. Hal ini disebabkan oleh hubungan waralaba yang didasarkan oleh suatu perjanjian yaitu perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba merupakan suatu pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik waralaba (*franchisor*) dan pemegang waralaba (*franchisee*).¹⁰ Perjanjian waralaba akan menjadi dasar hukum yang kuat untuk memberikan perlindungan hukum bagi pihak. Apabila salah satu pihak merasa haknya telah dilanggar, maka ia dapat menuntut pihak yang melanggar sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian waralaba (*franchise agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitment yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor dan franchisee.

Franchise merupakan salah satu bisnis yang didasarkan pada perjanjian antara dua belah pihak yaitu antara pemilik hak (*franchisor*) dan yang diberi hak (*franchisee*) untuk menjalankan suatu bisnis dari franchisor menurut sistem dan standar tertentu. Model bisnis waralaba melibatkan sejumlah aspek yang menciptakan kerangka kerja untuk kolaborasi antara pemilik merek (*franchisor*) dan pemilik waralaba (*franchisee*). Berikut adalah elemen-elemen utama dari model bisnis waralaba:

1. Franchisee mendapatkan akses ke sistem operasional yang telah teruji dan terbukti berhasil yang dikembangkan oleh franchisor. Ini termasuk prosedur operasional standar, teknologi, dan metode bisnis.
2. Franchisor memberikan pelatihan kepada franchisee untuk memastikan bahwa mereka memahami

⁸ Majalah Info Franchise, www.majalahfranchise.com, diakses pada tanggal 16 November 2020

⁹ LaundryKlin Mekarsari Bekasi Bekasi Jaya, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat diakses dari <https://www.laundryklin.com>

¹⁰ Dewi, Hartani, Bisnis Franchise Modal 2 Juta. (Penerbit Indonesia Cerdas, Yogyakarta, 2009), hlm.12.

dan mampu menjalankan operasi sesuai dengan standar merek tersebut. Pelatihan ini dapat mencakup manajemen operasional, pemasaran, dan aspek-aspek lainnya. 3. Franchisor biasanya memberikan dukungan kontinu kepada franchisee, termasuk bantuan pemasaran, dukungan teknis, dan layanan pelanggan. Tujuan dari dukungan ini adalah untuk membantu franchisee mencapai kesuksesan. 4. Franchisee membayar biaya awal untuk mendapatkan lisensi waralaba dan sering kali membayar royalti berkelanjutan kepada franchisor, yang biasanya merupakan persentase dari penjualan. 5. Semua aspek kerjasama diatur dalam perjanjian kontrak waralaba. Ini mencakup detail mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak, durasi kerjasama, biaya, dan berbagai aspek lainnya. 6. Franchisor mempertahankan kantongkat kontrol terhadap merek dan standar operasional untuk memastikan konsistensidan kualitas di seluruh jaringan waralaba. 7. Franchisor dapat menggunakan model bisnis ini untuk mengembangkan jaringan waralaba mereka dengan lebih cepat daripada jika mereka menjalankan outlet sendiri. Mereka juga memiliki tanggung jawab untuk memelihara dan meningkatkan kualitas seluruh jaringan. Model bisnis waralaba memberikan peluang bagi pihak-pihak yang terlibat untuk saling mendapatkan keuntungan. Franchisor mendapatkan ekspansi cepat tanpa mengeluarkan modal besar, sementara franchisee mendapatkan kesempatan untuk memiliki dan mengelola bisnis dengan dukungan merek yang sudah mapan. Franchisor dapat mencapai efisiensi dalam pengelolaan rantai pasokan karena adanya konsolidasi pembelian dan distribusi di seluruh jaringan waralaba. Bagi franchisee yang belum memiliki pengalaman dalam menjalankan bisnis, waralaba memberikan peluang untuk mengembangkan keterampilan pengusaha dengan dukungan dan panduan dari franchisor.¹¹

¹¹ Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia, Inovasi Manajemen, Kewirausahaan,

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaturan Hukum tentang perjanjian waralaba?
2. Bagaimana Perlindungan Hukum bagi Pihak *Franchisor* Dan Pihak *Laundry Klin* sebagai *franchisee* Di Kota Manado Dalam Perjanjian Waralaba?

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode penelitian yuridis normative.

PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Tentang Perjajian Waralaba

Pengaturan hukum perjanjian waralaba di Indonesia diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Kedua peraturan ini mengatur berbagai aspek perjanjian waralaba, termasuk hak dan kewajiban para pihak, pendaftaran, dan larangan tertentu.

Ada beberapa unsur penting yang terdapat dalam waralaba berdasarkan Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yaitu:

1. Waralaba adalah hak khusus yang merupakan suatu Hak Kekayaan Intelektual yang dimiliki oleh seseorang dan atau badan hukum tertentu;
2. Waralaba diselenggarakan atas dasar perjanjian.

Waralaba di Indonesia secara terbaru diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Penyelenggaraan waralaba didasarkan pada perjanjian waralaba yang dibuat antara para pihak yang mempunyai kedudukan hukum yang setara. Pengaturan Utama dalam Perjanjian Waralaba, yaitu:

1. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007:

Merupakan landasan utama dalam mengatur penyelenggaraan waralaba di Indonesia.

- a. Mengatur tentang definisi waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba, syarat-syarat perjanjian waralaba, dan kewajiban pendaftaran.

- b. Mengatur tentang definisi waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba, syarat-syarat perjanjian waralaba, dan kewajiban pendaftaran.

2. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 71 Tahun 2019:

- a. Merupakan aturan turunan dari PP Nomor 42 Tahun 2007 yang mengatur lebih detail mengenai tata cara penyelenggaraan waralaba.
- b. Mengatur tentang pendaftaran waralaba, persyaratan pendaftaran, dan tata cara perpanjangan perjanjian waralaba.

Aspek-aspek Penting yang Diatur dalam Perjanjian Waralaba, yakni:

a. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba (Franchisor):

- 1) Memberikan hak untuk menggunakan merek, nama, sistem, dan prosedur bisnis.
- 2) Memberikan pelatihan dan dukungan teknis kepada penerima waralaba.
- 3) Melindungi rahasia dagang waralaba.

b. Hak dan Kewajiban Penerima Waralaba (Franchisee):

- 1) Menggunakan merek, nama, sistem, dan prosedur bisnis yang diberikan oleh franchisor.

- 2) Membayar imbalan waralaba (royalti).

- 3) Mematuhi standar kualitas produk dan layanan yang ditetapkan oleh franchisor.

- 4) Melindungi rahasia dagang waralaba.

c. Pendaftaran Waralaba:

- 1) Pendaftaran dilakukan dengan mengajukan permohonan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

- 2) STPW diterbitkan oleh Menteri Perdagangan atau Bupati/Walikota setempat.

d. Larangan:

- 1) Larangan melakukan praktik monopoli atau persaingan usaha tidak sehat.

- 2) Larangan melakukan penggabungan atau peleburan badan usaha yang dapat mengakibatkan praktik monopoli.

Tujuan dari pada peraturan perundang-undangan dibuat adalah untuk lebih meningkatkan tertib usaha dengan cara Waralaba serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Waralaba. Selanjutnya Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba dengan mempertimbangkan hal-hal sebagai berikut:

- 1. bahwa dalam rangka lebih meningkatkan kegiatan usaha Waralaba dan kemitraan usaha antara Pemberi Waralaba dengan pengusaha kecil dan menengah, serta meningkatkan kemudahan berusaha di bidang usaha Waralaba, perlu mengatur kembali serta menyederhanakan ketentuan mengenai Waralaba;
- 2. bahwa Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang

Penyelenggaraan Waralaba, telah tidak sesuai lagi dengan kebutuhan hukum Masyarakat.

Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan Waralaba di seluruh Indonesia maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai Pemberi Waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri. Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha Pemberi Waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba. Disamping itu, Pemerintah dapat memantau dan menyusun data Waralaba baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, Pemberi Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran Waralaba kepada Pemerintah dan calon Penerima Waralaba. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba harus menyampaikan perjanjian Waralaba tersebut kepada Pemerintah. Peraturan Pemerintah ini diharapkan dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam memasarkan produknya.

Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba dalam Lampiran 1 mengatur tentang Materi Atau Klausula Prospektus Penawaran Waralaba Prospektus Penawaran Waralaba paling sedikit memuat:

1. Data identitas Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan, yaitu fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor pemilik usaha apabila perseorangan dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk atau paspor para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.
2. Legalitas usaha Waralaba, yaitu izin teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan, atau izin usaha yang berlaku di negara Pemberi Waralaba.
3. Sejarah kegiatan usahanya, yaitu uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.
4. Struktur organisasi Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan, yaitu struktur organisasi usaha Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan mulai dari komisaris dan direksi sampai dengan ke tingkat operasionalnya. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir, yaitu laporan keuangan atau neraca keuangan Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan 2 (dua) tahun terakhir yang telah diaudit oleh akuntan publik. Bagi Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan yang termasuk dalam skala usaha mikro dan kecil, laporan keuangan dimaksud tidak perlu diaudit.
5. Jumlah tempat usaha, yaitu gerai/tempat usaha Waralaba sesuai dengan kabupaten/kota domisili untuk Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari dalam negeri dan sesuai dengan negara domisili gerai/tempat usaha untuk Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan berasal dari luar negeri.
6. Daftar Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, yaitu daftar nama dan alamat Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, baik yang berdomisili di Indonesia maupun di luar negeri.
7. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, yaitu hak dan kewajiban yang meliputi:
 - a. Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan:
 - 1) hak untuk menerima fee atau royalty dari Penerima Waralaba

- atau Penerima Waralaba Lanjutan; dan
- 2) kewajiban untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan.
- b. Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan:
- 1) hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba; dan
 - 2) kewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang diberikan Pemberi Waralaba.
8. Hak Kekayaan Intelektual yang memuat informasi mengenai Hak Kekayaan Intelektual sebagai Ciri Khas Usaha yang diberikan Pemberi Waralaba, termasuk status pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual.

Selanjutnya dalam Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 71 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Waralaba Materi Atau Klausula Perjanjian Waralaba Perjanjian Waralaba paling sedikit memuat:

1. Nama dan alamat para pihak, yaitu nama dan alamat jelas pemilik/penanggung jawab perusahaan yang mengadakan Perjanjian Waralaba, yaitu Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan.
2. Jenis Hak Kekayaan Intelektual, yaitu jenis Hak Kekayaan Intelektual Pemberi Waralaba, seperti merk dan logo perusahaan, desain gerai/tempat usaha, sistem manajemen atau pemasaran atau racikan bumbu masakan yang diwaralabakan.
3. Kegiatan usaha, yaitu kegiatan usaha yang diperjanjikan seperti perdagangan eceran/ritel, pendidikan, restoran, apotek, atau bengkel.

4. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, yaitu hak dan kewajiban yang meliputi:
- a. Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan:
 - 1) hak untuk menerima fee atau royalty dari Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan; dan
 - 2) kewajiban untuk memberikan pembinaan secara berkesinambungan kepada Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan.
 - b. Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan
 - 1) hak untuk menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba; dan
 - 2) kewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan Hak Kekayaan Intelektual atau Ciri Khas Usaha yang diberikan Pemberi Waralaba.
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan oleh Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, seperti bantuan fasilitas berupa penyediaan dan pemeliharaan komputer dan program IT pengelolaan kegiatan usaha.
6. Wilayah usaha, yaitu batasan wilayah yang diberikan oleh Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan untuk mengembangkan bisnis Waralaba seperti wilayah Sumatra, Jawa, dan Bali atau di seluruh wilayah Indonesia.
7. Jangka Waktu Perjanjian Waralaba, yaitu batasan mulai dan berakhir Perjanjian Waralaba terhitung sejak surat perjanjian ditandatangani oleh Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba

- Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Tata cara pembayaran imbalan, yaitu tata cara atau ketentuan, termasuk waktu dan cara perhitungan besarnya imbalan, seperti fee atau royalty apabila disepakati dalam Perjanjian Waralaba yang menjadi tanggung jawab Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan.
 9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, yaitu kepemilikan atas Waralaba dan peralihan Waralaba apabila terjadi perubahan kepemilikan karena pengalihan kepemilikan atas Waralaba atau meninggalnya pemilik Waralaba.
 10. Penyelesaian sengketa, yaitu penetapan forum penyelesaian sengketa; dengan menggunakan pilihan hukum Indonesia.
 11. Tata cara perpanjangan dan pengakhiran Perjanjian Waralaba, seperti pengakhiran Perjanjian Waralaba tidak dapat dilakukan secara sepihak atau Perjanjian Waralaba berakhir dengan sendirinya apabila jangka waktu yang ditetapkan dalam Perjanjian Waralaba berakhir. Perjanjian Waralaba dapat diperpanjang kembali apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak dengan ketentuan yang ditetapkan bersama.
 12. Jaminan dari Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan untuk tetap menjalankan kewajibannya kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan sesuai dengan isi Perjanjian Waralaba hingga jangka waktu Perjanjian Waralaba berakhir. Jumlah gerai/tempat usaha yang akan dikelola oleh Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan dalam jangka waktu Perjanjian Waralaba.
 13. Jumlah gerai/tempat usaha yang akan dikelola oleh Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan dalam jangka waktu Perjanjian Waralaba.

B. Perlindungan Hukum Bagi Pihak Franchisor Dan Pihak Laundry Klin Sebagai Franchisee Di Kota Manado Dalam Perjanjian Waralaba

Perlindungan hukum dalam suatu perjanjian merupakan unsur yang sangat penting yang harus ada. Perlindungan hukum disini terkait dengan masalah perlindungan hak bagi para pihak dalam perjanjian tersebut. Apabila ada salah satu pihak dalam perjanjian dirugikan oleh pihak lain dalam suatu perjanjian, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut haknya agar tetap dipenuhi.

Teori-Teori Perlindungan Hukum menurut Para Ahli, adalah sebagai berikut:¹²

1. Teori perlindungan hukum menurut Philipus M. Hadjon

Diungkapkan Hadjon, perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subjek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan. Hadjon mengklasifikasikan dua bentuk perlindungan hukum bagi rakyat berdasarkan sarananya, yakni perlindungan preventif dan represif.

Arti perlindungan preventif adalah rakyat diberikan kesempatan untuk mengajukan pendapatnya sebelum keputusan pemerintah mendapat bentuk yang definitif untuk mencegah terjadinya sengketa.

Kemudian, perlindungan represif bertujuan untuk menyelesaikan sengketa. Perlindungan hukum adalah suatu jaminan yang diberikan oleh negara kepada semua pihak untuk dapat melaksanakan hak dan kepentingan hukum yang dimilikinya dalam kapasitas sebagai subjek hukum.

2. Teori perlindungan hukum menurut Satjipto Rahardjo

Teori perlindungan hukum Satjipto Rahardjo ini terinspirasi dari tujuan hukum yang dikemukakan Fitzgerald.

¹² Tim Hukumonline, (30 September 2022)

Tujuan hukum menurut Fitzgerald adalah untuk mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat dengan cara mengatur perlindungan dan pembatasan terhadap berbagai kepentingan tersebut.

Dari konsep itu, Rahardjo mengartikan perlindungan hukum sebagai upaya melindungi kepentingan seseorang dengan cara mengalokasikan suatu hak asasi manusia kekuasaan kepadanya untuk bertindak dalam rangka kepentingan tersebut.

3. Teori perlindungan hukum menurut Soerjono Soekanto

Perlindungan hukum menurut Soekanto pada dasarnya merupakan perlindungan yang diberikan kepada subyek hukum dalam bentuk perangkat hukum. Selanjutnya, Soekanto menerangkan bahwa selain peran penegak hukum, ada lima lain yang mempengaruhi proses penegakan hukum dan perlindungannya sebagai berikut.

- a. Faktor undang-undang, yakni peraturan tertulis yang berlaku umum dan dibuat oleh penguasa yang sah.
 - b. Faktor penegak hukum, yakni pihak-pihak yang terlibat dalam penegakan hukum, baik langsung dan tidak langsung.
 - c. Faktor sarana atau fasilitas yang mendukung penegakan hukum, seperti sumber daya manusia yang terampil atau alat-alat yang memadai.
 - d. Faktor masyarakat, yakni lingkungan tempat hukum berlaku dan diterapkan. Penerimaan dalam masyarakat akan hukum yang berlaku diyakini sebagai kunci kedamaian.
 - e. Faktor kebudayaan, yakni sebagai hasil karya, cipta, dan rasa yang didasarkan pada karsa manusia dalam pergaulan hidup.
4. Teori perlindungan hukum menurut C.S.T. Kansil

C.S.T Kansil menerangkan bahwa perlindungan hukum adalah berbagai upaya hukum yang harus diberikan oleh aparat penegak hukum untuk

memberikan rasa aman; baik secara pikiran maupun fisik dari gangguan dan berbagai ancaman dari pihak manapun.

5. Teori perlindungan hukum menurut Setiono Menurut Setiono, perlindungan hukum adalah tindakan atau upaya untuk melindungi masyarakat dari perbuatan sewenang-wenang oleh penguasa yang tidak sesuai dengan aturan hukum. Lebih lanjut, fungsi perlindungan hukum menurut Setiono adalah untuk mewujudkan ketertiban dan ketentraman sehingga memungkinkan manusia untuk menikmati martabatnya sebagai manusia. Naik turunnya perkembangan franchise tak memudarkan daya tarik bentuk usaha ini, franchise tetap menjadi pilihan menarik bagi siapapun yang ingin berwirausaha.¹³ Perjanjian franchisem merupakan salah satu bentuk perjanjian innominaatau perjanjian tidak bernama.¹⁴

Perjanjian bisnis franchise tersebut dilakukan oleh kedua belah pihak yang bersangkutan. Dimana dalam membuat kontrak atau perjanjian adanya syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yang pada intinya mengatur tentang kesepakatan para pihak, kecakapan para pihak, objek tertentu, dan sebab yang halal.¹⁵

Dalam melakukan perjanjian bisnis franchise terhadap para pihak, dibutuhkan suatu tempat dalam pelaksanaannya sebagai perlindungan hukum. Perlindungan hukum yang dapat dilakukan kepada para pihak yakni subyek pelaku franchisee dan franchisor seperti perlindungan hukum

¹³ Franky Slamet, 2016, Pengantar Manajemen Waralaba, PT. Indeks, Jakarta, hal.18.

¹⁴ Ferry Lasamahu, ‘Perlindungan Hukum Terhadap Franchise dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus: Analisis Putusan Pengadilan antara PT Lingkar Natura Inti dan Natasha Kasakeyan’ (2006)36 (3) Jurnal Hukum dan Pembangunan 306, 308.

¹⁵ Ahmadi Miru, 2011, Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak, Rajawali Pers, Jakarta, hal. 148.

preventif dan represif.¹⁶ Hubungan antara Franchisor (Pemberi Waralaba) dengan Franchisee (Penerima Waralaba) dijembatani oleh suatu kontrak yang disebut franchisee agreement tidak ada hubungan lain selain dari itu. Oleh sebab itu setiap tindakan yang dilakukan masing-masing pihak ketiga akan dipertanggung jawabkan oleh masing – masing pihak tersebut dan biasanya prinsip – prinsip tanggung jawab masing – masing ini diatur dengan tegas dalam kontrak franchisee tersebut.¹⁷

Perjanjian franchisee dibuat oleh para pihak, yaitu franchisor dan franchisee yang keduanya berkualifikasi sebagai subjek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. Perjanjian franchisee adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik franchise (franchisor) dengan pemegang franchise (franchisee) dimana pihak franchisor memberikan hak kepada pihak franchisee untuk memproduksi atau memasarkan barang – barang (produk) dan atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati dibawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Perlindungan hukum bagi franchisor dan franchisee Laundry Klin sebagai *franchisee* Di Kota Manado Dalam Perjanjian Waralaba melibatkan beberapa aspek. Franchisor (pemberi waralaba) memiliki perlindungan hukum atas hak merek, rahasia dagang, dan sistem operasional, yang dapat dilindungi melalui perjanjian waralaba dan undang-undang. Sementara itu, Laundry Klin sebagai franchisee (penerima waralaba) memiliki perlindungan terkait hak untuk menjalankan bisnis dengan standar yang telah ditetapkan,

serta hak untuk mengajukan keberatan jika terjadi sengketa.

Perlindungan Hukum bagi Franchisor:

- a. Hak Merek:
Franchisor berhak atas perlindungan hak mereknya, yang meliputi desain logo, nama merek, dan identitas visual lainnya.
- b. Rahasia Dagang:
Franchisor juga berhak melindungi rahasia dagang, seperti resep khusus, sistem operasional, atau metode pemasaran yang unik.
- c. Perjanjian Waralaba:
Perjanjian waralaba yang jelas dan terinci memberikan dasar hukum bagi franchisor untuk menuntut franchisee jika terjadi pelanggaran atau wanprestasi.
- d. Pengawasan:
Franchisor berhak melakukan pengawasan atas kinerja franchisee untuk memastikan standar merek dan kualitas layanan tetap terjaga.

Perlindungan Hukum bagi Laundry Klin (Franchisee):

- a. Perjanjian Waralaba:
Franchisee memiliki perlindungan hukum melalui perjanjian waralaba yang memuat tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.
- b. Hak atas Bisnis:
Franchisee berhak menjalankan bisnis sesuai dengan sistem dan standar yang telah ditetapkan oleh franchisor.
- c. Dukungan dari Franchisor:
Franchisee berhak mendapatkan dukungan dari franchisor, seperti pelatihan, pemasaran, dan penyediaan bahan baku.
- d. Keberatan atas Sengketa:
Franchisee memiliki hak untuk mengajukan keberatan atau sengketa jika terjadi masalah atau ketidaksepakatan dengan franchisor.
- e. Perlindungan Konsumen:

¹⁶ Putu Prasmita Sari, I Gusti Ngurah Parwata, Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise, E_ISSN: 2303 – 0569, <https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthasemaya>

¹⁷ Ni Nyoman Triana Suskendariani, Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dalam Perjanjian Waralaba Universitas Lakidende Unaaha nyomantriana@gmail.com Volume 2 Nomor 1 (2019). ISSN: 2615-1913

Franchisee juga dilindungi sebagai konsumen dalam perjanjian waralaba, sehingga tidak ada klausul yang merugikan atau memberatkan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah Penulis jabarkan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Memberikan kepastian hukum serta melindungi hak dan kewajiban para pihak dalam hubungan waralaba. Pengaturan tersebut antara lain terdapat dalam Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, serta prinsip-prinsip hukum perjanjian dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Aspek penting yang diatur meliputi hak kekayaan intelektual, sistem bisnis yang terstandar, ketentuan pendaftaran, serta ketentuan mengenai isi perjanjian dan tanggung jawab masing-masing pihak. Pengaturan ini menjadi dasar untuk menjamin kelangsungan dan kepastian usaha waralaba secara adil dan seimbang.
2. Perlindungan hukum bagi pihak franchisor dan franchisee, termasuk Laundry Klin sebagai franchisee di Kota Manado, diberikan melalui perjanjian waralaba yang disusun berdasarkan atas kebebasan berkontrak dan prinsip keadilan. Perjanjian ini harus memuat hak dan kewajiban secara jelas, serta tunduk pada ketentuan dalam KUHPerdata dan peraturan khusus seperti Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Bagi franchisor, perlindungan hukum meliputi hak atas kekayaan intelektual, sistem operasional bisnis, dan kepastian kerja sama yang sesuai dengan standar merek. Sementara itu, franchisee seperti Laundry Klin dilindungi melalui kejelasan sistem bisnis, pelatihan,

dukungan teknis, serta kepastian usaha dan pembagian keuntungan yang adil. Perlindungan hukum menjadi efektif apabila perjanjian dilakukan secara tertulis, didaftarkan sesuai ketentuan, serta dilandasi itikad baik dan keterbukaan informasi oleh kedua belah pihak. Dengan demikian, hubungan waralaba dapat berjalan secara profesional dan saling menguntungkan.

Saran

Adapun saran yaitu antara lain sebagai berikut :

1. Pemerintah sebaiknya terus memperkuat dan menyempurnakan pengaturan hukum mengenai perjanjian waralaba melalui regulasi yang lebih rinci dan komprehensif, guna memberikan kepastian hukum dan perlindungan yang seimbang bagi franchisor dan franchisee. Selain itu, para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba disarankan untuk memahami dengan baik isi perjanjian, serta berkonsultasi dengan ahli hukum agar tidak terjadi sengketa di kemudian hari.
2. Agar perlindungan hukum bagi franchisor dan Laundry Klin sebagai franchisee di Kota Manado disarankan agar perjanjian waralaba dibuat secara jelas, dan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan yang berlaku. Kedua belah pihak juga perlu memahami hak dan kewajiban masing-masing serta melakukan pendaftaran perjanjian sesuai aturan. Selain itu perlu ditingkatkan untuk memastikan kepatuhan terhadap regulasi dan mencegah potensi sengketa.

DAFTAR PUSTAKA

Abdul kadir Muhammad,(2009) *Hukum Perikatan*

Adrian Sutedi, Hukum Waralaba, (Bogor: Ghalia Indonesia, 2008)

Ahmadi Miru (2011), Hukum Kontrak dan Perancangan Kontrak, Rajawali Pers, Jakarta

Asri Wijayanti, Hukum Ketenagakerjaan Pasca Reformasi, (Jakarta. Sinar Grafika,2009)

Bambang N. Rachmadi, *Membedah Tawaran Franchise Lokal Indonesia*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2007)

C.S.T. Kansil. Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Indonesia, Balai Pustaka, (Jakarta : 1980)

Dewi, Hartani, Bisnis Franchise Modal 2 Juta. (Penerbit Indonesia Cerdas, Yogyakarta, 2009),

Franky Slamet (2016), Pengantar Manajemen Waralaba, PT. Indeks, Jakarta,

Imam Mustofa, Kajian Fikih Kontemporer, (Yogyakarta: Idea Press, 2017)

Kaelola, A, (2010), Rahasia Sukses Memenangkan Persaingan Bisnis Laundry Kiloan. Jakarta: Pustaka Fahima

Lili Rasjidi dan I.B Wysa Putra, Hukum Sebagai Suatu Sistem, Bandung : Remaja Rusdakarya (1993)

Lindati P. Sewu, *Franchise, Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi*, (Bandung: CV. Utomo, 2004)

Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, (Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2001)

Pada Bisnis Jasa Bagyono, (2006). Manajemen Housekeeping Hotel, Bandung: Alfabeta

Pandji Anoraga, *Manajemen Bisnis*, Cetakan Ketiga, (Jakarta: Rineke Cipta, 2005)

Pendit, Nyoman S. (2005). Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana. Jakarta : Pradnya Paramita

Peter Mahmud Marzuki. Pengantar Ilmu Hukum, Kencana. (Jakarta : 2008)

R. Subekti, (Jakarta : Intermasa, 2005) *Hukum Perjanjian*

Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum , PT. Citra Aditya Bakti, Cet-IV, (Bandung : 2000)

Undang-Undang

Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba .

Media Elektronik

Amalia, L. N, 2008, Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Penerapan Akad Ijaroh Pada Bisnis Jasa Laundry (Studi Kasus Di Desa Kedung Rejo Kecamatan Muncar). Banyuwangi: STAIDU

Epiden Tren Konsep Bisnis Waralaba, Yohanes Heidy Purnama, diakses pada tanggal 1 Desember 2017 dari www.salamfranchise.com

<https://palembang.tribunnews.com/2019/01/07/laundry-swalayan-pertama-di-palembang-jugaterima-pencucian-sepatu-dan-tas-branded>

LaundryKlin Mekarsari Bekasi Bekasi Jaya, Kec. Bekasi Timur, Kota Bekasi, Jawa Barat diakses dari <https://www.laundryklin.com>

Majalah Info Franchise, www.majalahfranchise.com, diakses pada tanggal 16 November 2020

Marikxon, "Peluang Usaha Laundry Kiloan",
diakses dari
<https://www.maxmanroe.com/superwash-laundry-peluang-usaha-laundry-kiloan.html>, pada tanggal 3 Juli 2019
pukul 13.00 WIB

<https://ojs.unud.ac.id/index.php/kerthes-emaya>

Tim Hukumonline, 30 September 2022

Wawancara dengan Mia, Karyawan Roket Laundry, Hari Rabu 3 Juli 2019, Bertempat di Roket Laundry di jalan Sultan Muhammad Mansyur Palembang. B. Visi dan Misi

Jurnal

Asosiasi Riset Ilmu Manajemen dan Bisnis Indonesia, Inovasi Manajemen, Kewirausahaan, Manajemen Sumber Daya Manusia, Manajemen Keuangan, Manajemen Pemasaran, Manajemen Sektor Publik, Manajemen Operasi, Manajemen Rantai Pasokan, Tata Kelola Perusahaan, Etika Bisnis, Akuntansi Manajemen dan Pasar Modal dan Investasi e-ISSN : 3047-1184, p-ISSN 3047-1575 <https://doi.org/10.61132/jimakebi.v1i2>

Ferry Lasamahu, 'Perlindungan Hukum Terhadap Franchise dalam Perjanjian Waralaba (Studi Kasus: Analisis Putusan Pengadilan antara PT Lingkar Natura Inti dan Natasha Kasakeyan' (2006)36 (3) Jurnal Hukum dan Pembangunan 306, 308.

Ni Nyoman Triana Suskendariani, Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee) Dalam Perjanjian Waralaba Universitas Lakidende Unaaha nyomantriana@gmail.com Volume 2 Nomor 1 (2019). ISSN: 2615-1913

Putu Prasmita Sari, I Gusti Ngurah Parwata, Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise, E_ISSN: 2303 – 0569,