PERLINDUNGAN HUKUM BAGI *FRANCHISOR* DAN *FRANCHISEE* DALAM PERJANJIAN *FRANCHISE* BERDASARKAN HUKUM POSITIF DI INDONESIA[1]

oleh **Keisha Ahsannah Paturusi**/Nim. **220711010064**[2]

Betsy A. Kapugu
Edwin N. Tinangon

ABSTRAK

Perjanjian *franchise* merupakan bentuk kerja sama bisnis yang didasarkan pada asas kebebasan berkontrak dan memiliki peran penting dalam perkembangan dunia usaha di Indonesia. Dalam praktiknya, hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee* berpotensi menimbulkan ketidakseimbangan hak dan kewajiban yang dapat berujung pada sengketa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam perjanjian *franchise* berdasarkan hukum positif di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perlindungan hukum diwujudkan melalui pengaturan hak dan kewajiban para pihak dalam perjanjian berdasarkan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata dan peraturan perundang-undangan mengenai waralaba. Perlindungan tersebut bersifat preventif melalui penyusunan klausul perjanjian yang jelas, seimbang, dan beritikad baik, serta represif melalui penyelesaian sengketa melalui litigasi maupun alternatif penyelesaian sengketa. Dengan demikian, hukum positif di Indonesia telah memberikan dasar perlindungan hukum bagi para pihak, yang efektivitasnya bergantung pada kepatuhan terhadap ketentuan hukum dan pelaksanaan perjanjian secara beritikad baik.

Kata Kunci: perlindungan hukum; *franchisor*; *franchisee*; perjanjian *franchise*; hukum positif Indonesia.

ABSTRACT

Franchise agreements are a form of business cooperation based on the principle of freedom of contract and play an important role in the development of the business sector in Indonesia. In practice, the legal relationship between the franchisor and the franchisee may give rise to an imbalance of rights and obligations, potentially leading to disputes. This study aims to analyze the forms of legal protection available to franchisors and franchisees in franchise agreements under the positive law of Indonesia. The findings indicate that legal protection is implemented through the regulation of the parties' rights and obligations in franchise agreements based on the Indonesian Civil Code and the prevailing laws and regulations governing franchising. Such protection is preventive in nature through the drafting of clear, balanced, and good faith contractual clauses, and repressive through dispute resolution mechanisms, including litigation and alternative dispute resolution. Therefore, Indonesian positive law provides a legal framework for the protection of both parties, the effectiveness of which depends on compliance with the applicable legal provisions and the good faith performance of the agreement.

Keywords: legal protection; franchisor; franchisee; franchise agreement; Indonesian positive law.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

[1] Artikel Skripsi
[2] Mahasiswa Fakultas Hukum Unsrat

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan bisnis *franchise* di Indonesia menunjukkan bahwa sistem waralaba tidak lagi didominasi oleh merek-merek asing, tetapi juga berkembang pesat melalui kehadiran berbagai merek lokal di sektor makanan dan minuman, ritel, pendidikan, jasa, kecantikan, hingga kesehatan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa *franchise* telah menjadi salah satu instrumen penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional dan pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Oleh karena itu, keberlangsungan kegiatan waralaba memerlukan kepastian hukum yang mampu memberikan jaminan perlindungan terhadap seluruh pihak yang terlibat dalam hubungan hukum tersebut.[3]

Secara yuridis, penyelenggaraan waralaba di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup signifikan. Pemerintah sebelumnya mengatur penyelenggaraan waralaba melalui Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Namun, seiring dengan perubahan kebijakan di bidang perdagangan dan investasi, ketentuan tersebut dicabut dan digantikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba[4] yang mengatur secara lebih komprehensif mengenai penyelenggara waralaba, kriteria waralaba, prospektus penawaran waralaba, perjanjian waralaba, hak dan kewajiban para pihak, pendaftaran, pembinaan, pengawasan, serta sanksi administratif. Perubahan regulasi tersebut menunjukkan adanya komitmen pemerintah untuk menciptakan iklim usaha yang lebih adaptif, memberikan kepastian hukum, serta memperkuat perlindungan hukum dalam hubungan hukum antara pemberi dan penerima waralaba.

Meskipun demikian, hubungan hukum dalam kegiatan *franchise* pada hakikatnya tetap bertumpu pada suatu perjanjian yang lahir berdasarkan kesepakatan para pihak sebagaimana prinsip-prinsip hukum perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Sistem franchise menawarkan berbagai keuntungan bagi pengembangan usaha, pelaksanaannya tidak terlepas dari berbagai persoalan hukum yang timbul dalam hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*. Hubungan hukum tersebut dibangun melalui suatu perjanjian yang pada dasarnya didasarkan pada asas kebebasan berkontrak sebagaimana diatur dalam Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Asas tersebut memberikan kebebasan kepada para pihak untuk menentukan isi, bentuk, dan syarat-syarat perjanjian sesuai dengan kepentingan mereka. Akan tetapi, kebebasan tersebut bukanlah kebebasan yang bersifat mutlak, melainkan dibatasi oleh ketentuan peraturan perundang-undangan, kesusilaan, ketertiban umum, serta kewajiban untuk melaksanakan perjanjian dengan itikad baik.[5]

Dalam praktik bisnis *franchise*, kedudukan para pihak sering kali tidak berada pada posisi yang seimbang. *Franchisor* sebagai pemilik merek, sistem bisnis, dan hak kekayaan intelektual umumnya memiliki posisi tawar yang lebih kuat dibandingkan *franchisee*. Kondisi tersebut menyebabkan perjanjian *franchise* lebih banyak disusun dalam bentuk perjanjian baku (standard form contract), di mana sebagian besar klausul telah ditetapkan terlebih dahulu oleh *franchisor*. Akibatnya, *franchisee* pada umumnya hanya diberikan pilihan untuk menerima atau menolak keseluruhan isi perjanjian (*take it or leave it*), tanpa memiliki ruang yang memadai untuk melakukan negosiasi terhadap klausul-klausul yang berpotensi membebankan kewajiban secara tidak proporsional.[6]

Ketidakseimbangan posisi para pihak tersebut berpotensi menimbulkan berbagai permasalahan hukum, antara lain pembatasan wilayah usaha, kewajiban pembelian bahan baku secara eksklusif, pembayaran royalti yang tidak sebanding dengan keuntungan usaha, perubahan standar operasional secara sepihak, hingga pemutusan hubungan waralaba sebelum berakhirnya jangka waktu perjanjian. Di sisi lain, tidak sedikit pula *franchisee* yang melakukan wanprestasi, seperti tidak memenuhi standar operasional yang telah ditetapkan, menggunakan merek di luar ruang lingkup perjanjian, membocorkan

[3] Bambang N. Rahmadi, *Aspek Hukum dan Bisnis Waralaba*, PT Nusantara Sakti, Bandung, 2007, hlm. 7; Sonny Sumarsono, *Kewirausahaan*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2013, hlm. 74.

[4] Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba.

[5] Subekti, *Hukum Perjanjian*, PT Intermasa, Jakarta, 2014, hlm. 13.

[6] Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001, hlm. 340.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

rahasia dagang, atau tidak melaksanakan kewajiban pembayaran royalti sesuai dengan yang diperjanjikan.[7] Berbagai kondisi tersebut menunjukkan bahwa potensi sengketa dapat berasal dari kedua belah pihak, sehingga perlindungan hukum tidak hanya diperlukan bagi *franchisee* sebagai pihak yang dianggap lebih lemah, tetapi juga bagi *franchisor* sebagai pemilik sistem bisnis dan hak kekayaan intelektual.

Berdasarkan perspektif hukum perjanjian, perlindungan hukum dalam hubungan franchise harus diwujudkan melalui keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak. Perlindungan tersebut tidak hanya bersifat represif melalui mekanisme penyelesaian sengketa di pengadilan maupun alternatif penyelesaian sengketa, tetapi juga harus bersifat preventif melalui penyusunan perjanjian yang jelas, proporsional, serta memenuhi prinsip itikad baik dan kepastian hukum. Perjanjian franchise yang disusun secara adil akan memberikan kepastian mengenai pelaksanaan hak dan kewajiban para pihak sekaligus meminimalkan potensi terjadinya wanprestasi maupun perselisihan di kemudian hari.[8]

Berbagai penelitian sebelumnya umumnya lebih menitikberatkan pada aspek keabsahan perjanjian *franchise*, penyelesaian sengketa, atau perlindungan terhadap salah satu pihak dalam hubungan waralaba. Sementara itu, perubahan regulasi melalui Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba menghadirkan paradigma baru dalam pengaturan penyelenggaraan waralaba yang belum banyak dikaji, khususnya mengenai bagaimana bentuk perlindungan hukum yang diberikan secara seimbang kepada *franchisor* dan *franchisee* berdasarkan hukum positif Indonesia. Oleh karena itu, penelitian ini menjadi relevan untuk menganalisis pengaturan hukum mengenai perjanjian *franchise* sekaligus mengkaji bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada kedua belah pihak dalam rangka mewujudkan kepastian hukum, keadilan, dan keseimbangan dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* di Indonesia.[9]

Perkembangan regulasi dan berbagai permasalahan yang terjadi dalam praktik penyelenggaraan *franchise,* diperlukan kajian yang lebih komprehensif mengenai perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian *franchise* berdasarkan hukum positif di Indonesia. Pengaturan hukum yang jelas tidak hanya berfungsi sebagai instrumen untuk menciptakan kepastian hukum, tetapi juga menjadi sarana untuk mewujudkan keadilan dan keseimbangan hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee*. Perlindungan hukum tersebut harus mampu mengakomodasi kepentingan kedua belah pihak secara proporsional, mengingat hubungan waralaba merupakan hubungan hukum timbal balik yang melahirkan hak dan kewajiban yang harus dilaksanakan secara bertanggung jawab.

Berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba merupakan bentuk pembaruan hukum yang menyesuaikan pengaturan waralaba dengan dinamika perkembangan dunia usaha di Indonesia. Peraturan ini tidak hanya mengatur aspek administratif penyelenggaraan waralaba, tetapi juga memperjelas kedudukan hukum para pihak, persyaratan penyelenggaraan usaha waralaba, kewajiban pendaftaran, pembinaan, dan pengawasan oleh pemerintah.[10] Meskipun demikian, efektivitas pengaturan tersebut tetap bergantung pada implementasi perjanjian franchise sebagai dasar hubungan hukum antara *franchisor* dan *franchisee*. Oleh karena itu, penerapan prinsip-prinsip hukum perjanjian, seperti asas kebebasan berkontrak, asas konsensualisme, asas keseimbangan, asas kepastian hukum, dan asas itikad baik, menjadi faktor yang menentukan terciptanya perlindungan hukum yang efektif bagi para pihak.[11]

Penelitian ini memiliki kebaruan dibandingkan penelitian terdahulu karena tidak hanya membahas pengaturan hukum perjanjian franchise atau perlindungan terhadap salah satu pihak dalam hubungan waralaba, tetapi juga menganalisis perlindungan hukum secara seimbang bagi

[7] Ratna Artha Windari, *Hukum Perjanjian*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2014, hlm. 8–12.

[8] Suharnoko, *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2009, hlm. 82–85.

[9] Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 2–5.

[10] Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba.

[11] Salim HS, *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2017, hlm. 45–47.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

franchisor dan *franchisee* dengan mengacu pada perkembangan hukum positif Indonesia setelah berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba. Pendekatan tersebut diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai implementasi perlindungan hukum dalam hubungan waralaba, sekaligus memberikan kontribusi terhadap pengembangan hukum perjanjian dan hukum bisnis di Indonesia, khususnya dalam menciptakan hubungan kemitraan yang adil, seimbang, dan berkelanjutan.[12]

RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana pengaturan hukum mengenai perjanjian *franchise* berdasarkan hukum positif di Indonesia?
2. Bagaimana bentuk perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam perjanjian *franchise* berdasarkan hukum positif di Indonesia?

B. Metode Penelitian

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Yuridis Normatif, dimana metode penelitian Yuridis Normatif adalah penelitian hukum kepustakaan yang dilakukan dengan cara meneliti bahan-bahan pustaka atau data sekunder.[13] Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif yang sifatnya deskriptif yang bertujuan memberi gambaran secara tepat terkait sifat-sifat, gejala-gejala, keadaan tertentu, atau untuk menentukan ada atau tidaknya hubungan antara suatu gejala dengan gejala lainnya. Penelitian ini juga menggunakan bentuk penelitian diagnostik guna menemukan sebab-sebab terjadinya suatu permasalahan hukum dalam masyarakat. Data dalam penelitian kali ini bersumber dari referensi dan kepustakaan yang validasinya teruji dan dapat dipertanggungjawabkan.

PEMBAHASAN

A. Pengaturan Hukum Perjanjian *Franchise* Dalam Hukum Positif Di Indonesia

Perjanjian *franchise* merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam KUHPerdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak (*freedom of contract*). Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 Kitab Undang-undang Hukum Perdata). Suatu perjanjian yang dibuat menjadi sah jika memenuhi syarat-syarat yang terdapat pada Pasal 1320 KUHPerdata. Oleh karena itu, hukum kontrak di Indonesia menganut suatu ”sistem terbuka” (*open system*), yang berarti bahwa setiap orang adalah bebas untuk membuat segala macam kontrak.[14]

Suatu perjanjian dianggap sah apabila memenuhi syarat-syarat yang diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata, yaitu sebagai berikut:

1. Para pihak dalam perjanjian telah mencapai kesepahaman. Artinya, tidak boleh ada penipuan, paksaan, atau kekeliruan untuk membuat kesepakatan. Perjanjian dapat dibatalkan jika tidak ada pihak yang setuju dengan ketentuan perjanjian.
2. Para pihak harus cakap (mampu) bertindak secara hukum. Dengan kata lain, para pihak yang membuat perjanjian harus dapat melakukannya. Orang yang cakap adalah orang dewasa dan orang yang tidak di bawah pengawasan, seperti orang sakit jiwa, peminum alkohol, penjudi, dan sebagainya.
3. Suatu hal tertentu. Ini berarti bahwa dalam perjanjian, objek perjanjian harus dijelaskan dengan jelas. Jika tidak ada penjelasan yang cukup, maka perjanjian tersebut dianggap tidak sah menurut hukum. Undang-undang Indonesia mengatur perjanjian waralaba tertentu.
4. Suatu yang halal. Perjanjian yang dibuat sesuai dengan hukum, agama, tata tertib masyarakat, dan moralitas yang berlaku. Apabila perjanjian tersebut melanggar hukum yang telah ditentukan maka perjanjian tersebut menjadi tidak sah.

Keempat syarat inilah yang harus dipenuhi. Apabila sudah dipenuhi, barulah suatu perjanjian disebut perjanjian yang sah. Sesuai dengan Pasal 1338 KUHPerdata, apabila suatu perjanjian dibuat secara sah, maka berlakulah ia sebagai undang-undang

[12] Phillipus M. Hadjon, *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*, PT Bina Ilmu, Surabaya, 1987, hlm. 2

[13] Muhammad Syahrum, *Pengantar Metodologi Penelitian Hukum Kajian Penelitian Normatif, Empiris, Penulisan Proposal, Laporan Skripsi dan Tesis*, (DOTPLUS Publisher, Riau: 2022), hlm. 2-3.

[14] Adrian Sutedi, *Hukum Waralaba*, Bogor: Ghalia Indonesia, 2008, Hlm. 96.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

bagi pihak yang membuatnya. Oleh karena itu, sebuah perjanjian waralaba yang sah akan mengikat baik *francshisor* dan *franchisee* sehingga amat penting bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian mengatur isi perjanjian secara rinci.[15] Meskipun tidak secara khusus diatur dalam KUHPerdata, namun waralaba sebagai suatu perjanjian harus mengacu pada ketentuan umum yang telah berlaku khususnya mengenai sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Buku III KUH Perdata.

Sebagaimana perjanjian-perjanjian lainnya di Indonesia yang menganut asas konsensualisme, maka perjanjian *franchise* terjadinya 45 sejak ada kesepakatan. Sejak itulah lahir perikatan antara para pihak dalam perjanjian *franchise*, yaitu munculnya hubungan hukum antara para pihak yang menimbulkan hak dan kewajiban dalam suatu prestasi.

Kehadiran usaha *franchise* di Indonesia sudah bisa diakui dikarenakan pada usaha *franchise* tersebut mempunyai dua faktor yaitu faktor perjanjian serta faktor lisensi, jadi bahwasannya semua kualifikasi serta substansi dari perjanjian tersebut sudah ditentukan semuanya oleh pihak *franchisor*. Terdapat sejumlah klausul-klausul pada kesepakatan usaha *franchise* ini adalah sebagai berikut:

1. Sifat perjanjian dari *Franchise* sangat pribadi yang maksudnya adalah bahwa hak dan kewajiban penerima waralaba tidak mudah dialihkan kepada pihak lain, baik dengan cara jual beli, maupun karena pemindahan hak dan kewajiban penerima waralaba.
2. Posisi pemberi waralaba lebih kuat karena dapat memutuskan perjanjian secara sepihak atas dasar adanya pelanggaran atau kesalahan dari penerima waralaba dalam menjalankan usahanya.
3. Pada saat berakhirnya perjanjian atau bila perjanjian waralabal itu tidak diperpanjang lagi, penerima waralaba diwajibkan mengembalikan dan menghentikan seluruh penggunaan merek pemberi waralaba, nama dagang/jasa, *trade secret, know-how*, termasuk pula pemulangan semua barang atau benda yang dimana bersangkut paut terhadap ciri-ciri pihak *franchisor* contohnya ialah daftar menu, *point of sale* serta desain outlet yang dipunyai oleh pihak *franchisor*.
4. Bila ada perubahan atau penambahan pada outlet milik penerima waralaba yang dimintakan oleh pemberi waralaba, yang mana menurut pemberi waralaba penambahan atau perubahan tersebut sangat dibutuhkan dalam rangka perbaikan kualitas suatu toko/outlet/gerai, oleh karenanya semua dana yang diakibatkannya adalah menjadi kewajiban dari pihak *franchisee*.
5. Jika toko/outlet/tempat usaha perlu direnovasi ataupun dipindahkan berdasarkan atas keinginan pemberi waralaba setelah diadakan perpanjangan perjanjian, maka kewajiban penerima waralaba adalah harus mengikuti kehendak pemberi waralaba menjadikannya satu peraturan sosial pada aktivitas ekonomi, hadirnya usaha *franchise* ini sudah melahirkan suatu persoalan pada ranah hukum. Hal ini sebagai akibat adanya hubungan-hubungan dalam sistem waralaba (*franchise*) yang dibangun atas dasar hubungan kontrak, yang dikenal dengan kontrak *franchise*. Kontrak *franchise* adalah suatu kaidah hukum yang mana menggariskan suatu kewajiban pada pihak *franchisor* serta pihak *franchisee*.

Hak kekayaan intelektual tertentu sebagai salah satu kriteria waralaba yaitu HKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang telah terdaftar mengacu pada Pasal 4 ayat 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 35 Tahun 2024. Yang dimaksud dengan HKI (Hak Kekayaan Intelektual) yang telah terdaftar adalah Hak Kekayaan Intelektual yang terkait dengan pelaksanaan usaha waralaba seperti Hak Cipta, Hak Paten, Hak Merek dan Rahasia Dagang yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat. Dalam hal ini waralaba bisa termasuk kedalam 3 hak yaitu:

1. Hak Cipta: memungkinkan perlindungan hukum terhadap waralaba dari kemampuan, imajinasi, kecekatan, atau keterampilan yang dituangkan dalam bentuk khas dan pribadi.
2. Hak Paten: memberikan Perlindungan Hukum Hak Paten terhadap waralaba terhadap kemungkinan adanya usaha peniruan.

[15] Ibid, Hlm. 96-97.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

3. Hak Merek: memungkinkan perlindungan hukum terhadap waralaba berkaitan dengan nama perusahaan, Logo, dan lambang suatu perusahaan.

Sebelum berlakunya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang sekarang diganti dengan Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024, dan Peraturan Menteri Perdagangan (Permendag) Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Pemerintah Daerah. Perjanjian waralaba ini memberikan pembelaan hukum kepada para pihak yang merasa telah dirugikan. Hal ini karena perjanjian waralaba dapat menjadi landasan hukum yang kokoh untuk menegakkan perlindungan hukum bagi semua pihak yang berkepentingan. Jika salah satu pihak melanggar syarat-syarat perjanjian, pihak lain dapat melakukan tindakan hukum terhadap pihak yang melanggar sesuai dengan undang-undang.

Masalah waralaba menjadi persoalan besar, karena pewaralaba *(franchisor)* harus menggantungkan pada kesepakatan yang tertulis di dalam kontrak kerja sama. Artinya kedua belah pihak harus sangat teliti dan hati-hati atas apa yang disepakati. Perlindungan dari ketetapan lain yang mengatur suatu kerja sama waralaba dapat diasumsikan sulit diperoleh, kalaupun ada. Etika pewaralabaan *(franchising ethics)* merupakan sumber yang sementara itu dapat dijadikan pedoman apakah perjanjian yang disusun mempunyai landasan yang adil dan benar.[16]

Selanjutnya ketentuan-ketentuan lain yang mendukung kepastian hukum dalam format bisnis waralaba adalah sebagai berikut:

a. Permendag Nomor 25 Tahun 2025 tentang Perubahan atas Permendag Nomor 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.
b. Undang-undang No. 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.
c. Undang-undang No. 65 Tahun 2024 tentang Paten.
d. Undang-undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi geografis.
e. Undang-undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang.

Mennurut Pasal 6 ayat 1 dan 2 Peraturan Pemerintah No. 35 Tahun 2024. Kegiatan Waralaba didasarkan pada Perjanjian Waralaba yang dibuat antara:

a. Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba, atau
b. Pemberi Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan, yang mempunyai kedudukan hukum setara dan berlaku hukum Indonesia.[17]

Perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit materi atau klausul:

b. Data nama dan alamat Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan,
c. Kekayaan intelektual masih dalam masa pelindungan,
d. Kegiatan usaha,
e. Sistem bisnis,
f. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dan Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan,
g. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan oleh Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan,
h. Wilayah usaha,
i. Jaminan dari Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan untuk mendapatkan kompensasi dan/atau pemberian hak atas Waralaba dalam hal Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan menghentikan kegiatan usahanya,
j. Jangka waktu Perjanjian Waralaba,
k. Tata cara pembayaran imbalan,
l. Kepemilikan dan peralihan kepemilikan Waralaba,
m. Penyelesaian sengketa,
n. Tata cara perpanjangan dan pengakhiran Perjanjian Waralaba,

[16] Ibid, Hlm. 79.

[17] Pasal 6 ayat 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba, Hlm. 8.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

o. Jaminan dari Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan untuk tetap menjalankan kewajibannya kepada Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, dan
p. Jumlah gerai/tempat usaha yang akan dikelola oleh Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan.[18]

Berdasarkan ketentuan PP No. 35 Tahun 2024 tentang waralaba, pada pasal 1 ayat (7) yang berbunyi "Perjanjian Waralaba adalah perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang berisi tentang pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Waralaba dengan jangka waktu dan syarat tertentu",[19] dapat dijelaskan bahwa setiap perjanjian waralaba apapun bentuknya wajib untuk dibuat secara tertulis oleh para pihak. Eksistensi dari perjanjian waralaba sendiri sejatinya adalah sebuah kontrak innominaat.[20] Menurut Salim H.S sebagaiman dikutip oleh Kogin, kontrak innominaat merupakan kontrak-kontrak yang timbul, tumbuh, dan berkembang di dalam praktik. Salim HS juga mengungkapkan bahwa terdapat tiga jenis perjanjian tertulis, yakni:[21]

a. Perjanjian dibawah tangan yang ditandatangani oleh semua pihak yang terlibat saja.
b. Perjanjian yang disahkan oleh notaris untuk mengesahkan tandatangan semua pihak.
c. Perjanjian yang dibuat di hadapan notaris dan diformulasikan dalam bentuk akta notaris.

[18] Pasal 6 ayat 2 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba, Hlm. 8-10.

[19] Pasal 1 ayat 7 Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 35 Tahun 2024 Tentang Waralaba, Hlm. 3.

[20] Kevin Kogin, *Aspek Hukum*. Hlm. 34-35.

[21] Salim H.S, *Perkembangan Hukum Kontrak di Indonesia*, (Jakarta: PT. Sinar Grafika, 2005), Hlm. 32.

B. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi *Franchisor* Dan *Franchisee* Dalam Perjanjian *Franchise* Berdasarkan Hukum Positif Indonesia

1. Bentuk Perlindungan Hukum Bagi *Franchisor* Dan *Franchisee*

Perilindungan hukum dalam hubungan waralaba merupakan hal yang sangat penting karena adanya ketidakseimbangan posisi tawar antara *franchisor* sebagai pemilik sistem dan *franchisee* sebagai pelaksana usaha. Dalam dokumen, dijelaskan bahwa perlindungan hukum diberikan dalam dua bentuk, yakni perlindungan preventif dan perlindungan represif. Tujuan utamanya adalah memastikan kepastian hukum, mencegah sengketa, dan menjamin adanya mekanisme penyelesaian ketika terjadi pelanggaran.

Perlindungan hukum yang dapat dilakukan kepada para pihak yakni subjek pelaku penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*) yakni perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan Hukum preventif bertujuan untuk mencegah terjadinya suatu sengketa yang dilakukan kedua belah pihak pelaku bisnis waralaba serta memberikan rambu-rambu atau batasan dalam melaksanakan kewajiban dalam waralaba. Sedangkan perlindungan hukum represif menitikberatkan pada mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi permasalahan di kemudian hari.

Perlindungan hukum ini adalah perlindungan hukum akhir dimana perlindungan yang diberikan berupa sanksi seperti denda, penjara, dan hukuman tambahan yang diberikan apabila sudah menjadi sengketa atau telah dilakukan suatu pelanggaran. Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba mengharuskan adanya klausul mengenai kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris, dimana hal tersebut tidak termasuk klausula minimum yang harus dimuat dalam suatu perjanjian waralaba dalam Lampiran II Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba Perlindungan Hukum bagi Pemberi Waralaba (*Franchisor*) dan Penerima Waralaba (*Franchisee*) dalam Perjanjian Waralaba dalam Ketentuan Undang-Undang Hukum Perdata telah mengatur mengenai perlindungan terhadap bisnis waralaba,

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

diantaranya tentang perjanjian atau kontrak, dimana kontrak merupakan dasar hukum yang memberikan perlindungan bagi para pihak dalam melakukan perjanjian bisnis waralaba.

Secara umum dalam membuat perjanjian kontrak dalam usaha waralaba, harus memenuhi syarat sah sebuah perjanjian tertulis yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dengan danya suatu kontrak perjanjian waralaba yang telah disepakati, maka para pihak tidak diperbolehkan untuk menarik diri dari perjanjian yang telah disepakati. Hal ini sesuai dengan Ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yaitu suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cakap untuk itu. Selain perlindungan hukum terhadap para pihak dalam bisnis di atas, Pemerintah juga telah mengeluarkan ketentuan khusus terhadap usaha bisnis waralaba, dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 35 tahun 2024 tentang Usaha Waralaba (*Franchise*). Tujuan peraturan tersebut untuk menciptakan tertib usaha, serta upaya perlindungan terhadap penerima waralaba (*franchisee*) dan pemberi waralaba (*franchisor*).

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/MDAG/PER/8/2008tentang Penyelenggaraan Waralaba, juga telah memberikan perlindungan hukum khususnya bagi para pihak yang melakukan perjanjian waralaba. Ketentuan dalam Pasal 8 menyebutkan, bahwa jangka waktu perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba utama berlaku selama 5 tahun dan terbuka bagi para pihak untuk memperpanjang jika para pihak sepakat.

a. Perlindungan Hukum Preventif

Perlindungan preventif berfungsi mencegah timbulnya sengketa dan memberikan rambu-rambu kepada para pihak agar melaksanakan kewajiban sesuai ketentuan hukum dan kontrak. Beberapa bentuk perlindungan preventif berdasarkan regulasi dan isi makalah adalah sebagai berikut:

1. Pendaftaran Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) Sebagaimana ditetapkan dalam Pasal 7 ayat (2) Permendag Nomor 71 Tahun 2019. penerima waralaba maupun penerima waralaba lanjutan berkewajiban untuk mendaftarkan perjanjian waralaba, Ketentuan ini diperkuat oleh Pasal 10 dalam regulasi yang sama, yang mewajibkan setiap pihak yang terlibat dalam kegiatan waralaba untuk memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) sebagai bukti legalitas dan kepatuhan terhadap peraturan yang berlaku.
2. Prospektus Penawaran yang Wajib Diungkapkan *Franchisor*, Sebelum menyusun perjanjian tertulis, *franchisor* wajib memberikan informasi tertulis secara jujur dan lengkap kepada *franchisee*. Informasi tersebut mencakup identitas pemberi waralaba beserta profil usaha dan laporan keuangan selama paling lama dua tahun terakhir; rincian mengenai Hak Kekayaan Intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba; persyaratan yang harus dipenuhi oleh pihak penerima waralaba; serta bantuan atau fasilitas yang akan diberikan oleh pemberi waralaba. Selain itu, *franchisor* juga harus menjelaskan hak dan kewajiban masing-masing pihak, tata cara dan ketentuan terkait pengakhiran, pemutusan, maupun pelaksanaan perjanjian, serta hal-hal lain yang perlu diketahui *franchisee* untuk menunjang pelaksanaan waralaba, sebagaimana diatur dalam Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997. Di samping itu, apabila terdapat penerima waralaba utama (*master franchisee*), maka pihak tersebut berkewajiban memberikan pemberitahuan tertulis disertai dokumen autentik kepada *franchisee* lanjutan sebagai bukti bahwa ia memiliki hak atau izin dari *franchisor* untuk membuat perjanjian waralaba lanjutan.
3. Klausul Kontrak yang Jelas dan Seimbang, Klausul kontrak yang jelas dan seimbang dalam perjanjian *franchise* berfungsi sebagai pedoman utama bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam menjalankan hubungan bisnis. Melalui pengaturam mengenai hakdan kewajiban, kedua pihak memahami peran masing-masing, mulai dari hak penggunaan merek dan dukungan pelatihan hingga kewajiban mematuhi

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

standar operasional dan membayar royalti. Di samping itu, klausul biaya dan royalti memberikan gambaran lengkap mengenai tanggung jawab finansial *franchisee*, sedangkan klausul durasi mengatur masa berlakunya perjanjian beserta syarat perpanjangan. Ketentuan mengenai pembatalan, penyelesaian sengketa, non-kompetisi, dan kerahasiaan juga penting untuk menjaga ketertiban serta melindungi kepentingan bisnis *franchisor*. Dengan adanya serangkaian klausul ini, perjanjian *franchise* dapat berjalan secara adil, transparan, dan berkelanjutan.

b. Perlindungan Hukum Represif

Perlindungan Hukum Represif merupakan bentuk perlindungan yang diberikan setelah suatu sengketa muncul, dengan tujuan utama menyelesaikan konflik yang telah terjadi antara para pihak. Proses penyelesaian sengketa ini biasanya dilakukan secara berjenjang, dimulai dari metode yang paling sederhana hingga mekanisme yang lebih formal. Langkah pertama yang ditempuh adalah negosiasi, yang menjadi tahapan awal dan wajib dilakukan dalam contoh perjanjian, sebagai upaya mencapai penyelesaian melalui musyawarah mufakat. Apabila negosiasi tidak menghasilkan kesepakatan, maka sengketa dapat dilanjutkan ke tahap mediasi, yaitu mekanisme penyelesaian yang diakui secara resmi sesuai dengan ketentuan PERMA No. 1 Tahun 2016. Jika mediasi pun tidak berhasil menyelesaikan perselisihan, para pihak dapat menempuh arbitrase sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. Arbitrase menawarkan proses yang lebih cepat, bersifat rahasia, dan putusannya bersifat final serta mengikat, sehingga sangat sesuai diterapkan pada sengketa bisnis yang kompleks. Apabila seluruh alternatif tersebut tidak memberikan hasil, atau terdapat pelanggaran yang sifatnya serius, maka penyelesaian sengketa dapat dilanjutkan ke Pengadilan Negeri sebagai upaya terakhir, sebagaimana diatur dalam contoh kontrak. Regulasi tersebut bertujuan menciptakan keseimbangan antara kepentingan *franchisor* sebagai pemilik merek dan *franchisee* sebagai pihak yang menjalankan serta mengembangkan usaha di lapangan. Melalui pengaturan yang jelas, kedua belah pihak diharapkan dapat menjalankan hak dan kewajibannya secara proporsional, sehingga hubungan bisnis yang terbangun menjadi lebih adil, transparan, dan berkelanjutan.

2. **Hak Dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchise***

a. Hak dan kewajiban pemberi waralaba

Dalam suatu kegiatan waralaba tentu akan timbul adanya perjanjian. Adanya perjanjian akan menimbulkan hubungan hukum antara dua pihak atau lebih didasarkan adanya kata sepakat antara kedua belah pihak yang akan menimbulkan suatu akibat hukum bagi pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut. Para pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba adalah pihak pemberi waralaba *(franchisor)* dan pihak penerima waralaba *(franchisee)*.

Hubungan yang tercipta antara pihak pemberi waralaba *(franchisor)* dengan pihak penerima waralaba *(franchisee)* diibaratkan suatu hubungan yang dijembatani oleh suatu kontrak perjanjian waralaba.[22] Hubungan hukum yang tercipta menimbulkan adanya hak dan kewajiban yang diberikan oleh hukum kepada para pihak yang terlibat. Hak dan kewajiban yang timbul merupakan suatu prestasi yang harus dilaksanakan oleh para pihak yaitu pihak pemberi waralaba *(franchisor)* dan pihak penerima waralaba *(franchisee).* Akibat hukum yang timbul karena adanya perjanjian harus dipenuhi oleh masing-masing pihak dengan itikad baik. Menurut H.M.N Purwosutjipto, mengenai hubungan hukum antara para pihak dalam suatu perjanjian:

Hubungan hukum antara pemberi waralaba *(franchisor)* dengan penerima waralaba *(franchisee)* timbul karena adanya perjanjian. Hubungan hukum yang tercipta antara lain adalah hak pemanfaatan atau penggunaan hak atas intelektual dari ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak pemberi waralaba *(franchisor)*. Hak atas intelektual yang dimaksud meliputi merek, nama dagang, desain, logo, hak cipta, rahasia dagang dan paten.[23]

Perjanjian *franchise* pada umumnya dibuat dalam bentuk baku, yaitu suatu perjanjian yang dibuat secara sepihak oleh

[22] Oktavi, "*perlindungan hukum bagi penerima waralaba dalam perjanjian waralaba di indonesia."*

[23] Siti Malikhatun, *"reorientasi perjanjian franchise sebagai upaya keseimbangan hubungan hukum antara para pihak,"* n.d.

pihak *franchisor*. Sebagai pembuat perjanjian seringkali *franchisor* menentukan klausula yang lebih menekankan kewajiban *franchisee* daripada haknya, dan sebaliknya lebih menekankan pada hak *franchisor* daripada kewajibannya. Meskipun demikian, sampai saat ini belum ada undang-undang yang mengatur secara khusus tentang perjanjian *franchise.*

Perjanjian bentuk baku ini dalam perkembangan di masyarakat memang tidak dapat dihindari karena dibutuhkan oleh masyarakat mengingat efisiensi baik dari segi biaya, waktu dan tenaga. Di samping itu, adanya asas kebebasan berkontrak (Pasal 1338) memungkinkan para pihak untuk menentukan sendiri bentuk dan isi perjanjian, termasuk perjanjian baku. Dalam praktik, perjanjian *franchise* seringkali tidak sejalan dengan asas-asas hukum perjanjian (asas konsensualisme, asas kebebasan berkontrak, dan asas *pacta sunt servanda)* yang seharusnya menjadi landasan dalam setiap tahapan perjanjian baik tahap pra kontraktual, kontraktual maupun post kontraktual.

1) Hak *Franchisor*.

a) *Initial or "up front" fee*, yaitu sejumlah uang yang harus diberikan kepada *franchisor* sebagai bentuk terjadinya atau lahirnya hubungan antara *franchisor* dan *franchisee.*
b) *Ountinuing Royalties*, yaitu kewajiban *franchisee* membayar jasa selama perjanjian berlangsung. Dalam hal ini ada prosentase tertentu, namun belum ada peraturan yang jelas mengenai besarnya, cara penyerahan, perhitungannya dan sebagainya.
c) *Others fees*.

Kewajiban *franchisor* untuk memberikan berbagai pelatihan kepada *franchisee* tidak dicantumkan secara tegas, padahal pelatihan merupakan hal utama dalam menjalankan bisnis *franchise*, karena sangat diperlukan oleh *frtanchisee* baik dalam meningkatkan kemampuan *franchisee* dalam mengelola bisnisnya sesuai dengan standar yang ditetapkan juga sebagai sarana transfer teknologi. Teknologi yang ada tersebut melalui *technical assistance* erat kaitannya dengan kelangsungan produksi. Di sisi lain dalam rangka pengembangan bisnis secara efektif, dan erat kaitannya dengan prinsip bisnis perusahaan tersebut memiliki standar tertentu yang teruji.[24]

Secara umum perjanjian *franchise* merupakan instrument kerja sama dalam hal pemasaran dengan konsep dan standar yang telah ditetapkan oleh *franchisor*. Konsep pemasaran yang diberikan oleh *franchisor* tersebut sebagai sistem yang mencakup hak milik intelektual (*intellectual property right*), *know how* yang menyangkut masalah manajemen produksi dan pelayanan yang ditawarkan oleh *franchisor* terutama dalam pelatihan dan promosi.

Dalam perjanjian *franchise* kewajiban-kewajiban *franchisor* seringkali tidak dicantumkan secara tegas, sehingga seringkali menimbulkan ketidakseimbangan. Dengan alasan untuk menstandarkan bisnis *franchise*, *franchisor* dapat menentukan agar *franchisee* menjalankan ketentuan tersebut tentunya dengan biayabiaya lain *(other fees)* yang ditanggung sendiri. Dalam hal demikian *franchisee* tidak dapat menolak, meskipun seringkali terdapat kewajiban-kewajiban yang sebenarnya tidak diperlukan. Selanjutnya mengenai penentuan wilayah bisnis, berkaitan dengan persaingan bisnis yang seharusnya diatur secara khusus dalam materi perjanjian *franchise*, namun dalam perjanjian *franchise* seringkali tidak dicantumkan secara tegas.

Hal ini akan memungkinkan terciptanya praktik bisnis tidak sehat (*unfair business*). Sebagai contoh untuk memutuskan hubungan pihak *franchisor* mendirikan atau memberikan *franchise* kepada *franchisee* lainnya. Hal ini tidak terlepas dari monopoly power dalam perjanjian *franchise*.

2) Kewajiban *Franchisor*.

Apabila dilihat dari pengertian *franchise* maka dapat dilihat bahwa kewajiban *franchisor* adalah untuk melakukan atau memberikan bantuan teknik (*technical assistance*), pelatihan (*training*) dan tenaga kerja, perdagangan dan manajemen (*merchandising and management*). Kewajiban tersebut bahkan sudah dilakukan sebelum bisnis dimulai. Pemberi waralaba berkewajiban:

(1). Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan terdiri atas: (Pasal 7)

[24] Richard D. Robinson, 1998*, The International transfer of Technology: Theory, Issue, and Practice*, USA: Bullinger Pablishing Company, Hlm. 14.

a) Hak untuk menerima imbalan dari Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan, dan
b) Kewajiban untuk memberikan dukungan yang berkesinambungan kepada Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan.

(2). Hak dan kewajiban Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan terdiri atas:

a) Hak untuk menggunakan kekayaan intelektual yang dimiliki Pemberi Waralaba, dan
b) Kewajiban untuk menjaga kode etik/kerahasiaan kekayaan intelektual yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Dukungan yang berkesinambungan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 7 ayat (1) huruf b meliputi:

a) Pemberian pelatihan mengenai sistem manajemen Waralaba, sehingga Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan dapat menjalankan kegiatan usaha Waralaba dengan baik dan menguntungkan;
b) Bimbingan manajemen operasional;
c) Kegiatan promosi melalui iklan, leaJlet/ katalog/ brosur, atau pameran;
d) Penelitian produk yang dipasarkan, sehingga sesuai dengan kebutuhan dan dapat diterima pasar dengan baik;
e) Pengembangan pasar; dan
f) Bentuk pembinaan lainnya. (Pasal 8)

Menurut Jenny Barmawi kewajiban yang dibebankan kepada *franchisor* adalah:[25]

a) Memberikan ijin kepada *franchisee* untuk mempergunakan:
    1) Merek dagang, logo, dan desain berdasarkan perjanjian lisensi.
    2) *Trade secret*, yaitu *franchisor* menyampaikan kepada *franchsee* terhadap rahasia dagang yang dimilikinya hak yang menyangkut *spice and formulation (know how)* yang manajemennya (metode operational).
    3) Perlindungan territorial terhadap persaingan antar merek.
b) Program pelatihan dan tenaga kerja.

3) Hak *Franchisee*.

a) Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektuial, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek *franchise*, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan *franchise* yang diberikan tersebut;
b) Memperoleh bantuan dari *franchisor* atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan. Hak atas kekayaan intlektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khas yang menjadi objek *franchise*.

4) Kewajiban *Franchisee*: membayar *fee* kepada *franchisor*.

Ada beberapa keuntungan dari *franchisee* dalam *franchise* yaitu:[26]

a) Merek yang terkenal; Standar kualitas serta keseragaman dari produk dan service,
b) Resep khusus dalam pemasaran, dan pencatatan,
c) Saran pemilihan lokasi, desain outlet, pemasaran, dan permodalan;
d) Kerangka bisnis,
e) Metode dan prosedur operasi untuk membuat serta menjual produk,
f) Sudah dikenal,
g) Menerima informasi yang berguna seperti kompetisi, kebutuhan produk, kebiasaan masyarakat,
h) Sumber pengadaan barang dan jasa,
i) Pelatihan dari orang yang sudah professional,
j) Bantuan keuangan.

Di samping keuntungan, terdapat beberapa kerugian bagi *franchisee*, yaitu sebagai berikut:

a) Penekanan control,
b) Franchise fee,
c) Sukar menilai kualitas *franchisor*,
d) Kontrak yang membatasi,
e) Tingkat ketergantungan pada *franchisor* tinggi,
f) Kebijakan-kebijakan *franchisor*,
g) Reputasi dan citra merek turun.

PENUTUP

[25] Jenny *Barmawi, Masalah Tanggung Jawab dalam Usaha Franchise, Makalah dalam Pertemuan Ilmiah tentang Usaha franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi*, BPHN.

[26] Faisal Santiago, 2012, *Pengantar Hukum Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media, Hlm. 76.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

A. Kesimpulan

1. Pengaturan hukum perjanjian *franchise* di Indonesia pada dasarnya berlandaskan pada ketentuan hukum perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, khususnya mengenai syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata dan asas kebebasan berkontrak sebagaimana tercantum dalam Pasal 1338 KUHPerdata. Selain itu, pengaturan khusus mengenai waralaba diatur dalam PP. No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba (*franchise)* yang memberikan pedoman mengenai penyelenggaraan usaha, hak dan kewajiban para pihak, serta aspek-aspek yang harus dimuat dalam perjanjian. Dengan demikian, perjanjian *franchise* merupakan perjanjian yang lahir berdasarkan kesepakatan para pihak dan wajib memenuhi ketentuan hukum perjanjian yang berlaku serta peraturan khusus mengenai *franchise*.
2. Perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee* dalam perjanjian *franchise* berdasarkan hukum positif Indonesia diwujudkan melalui perlindungan hukum preventif dan represif. Perlindungan hukum preventif diberikan melalui pengaturan hak dan kewajiban para pihak, pemenuhan syarat sah perjanjian sebagaimana diatur dalam KUHPerdata, serta ketentuan dalam PP No. 35 Tahun 2024 tentang Waralaba (*franchise*). Adapun perlindungan hukum represif diberikan melalui mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi atau pelanggaran terhadap isi perjanjian, baik melalui penyelesaian di luar pe ''an maupun melalui pengadilai ai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

B. Saran

1. Pemerintah diharapkan terus melakukan pengawasan, evaluasi, dan penyempurnaan terhadap peraturan perundang-undangan yang mengatur mengenai *franchise*, khususnya yang berkaitan dengan perjanjian *franchise*, agar dapat memberikan kepastian hukum serta perlindungan hukum yang optimal bagi para pihak. Selain itu, *franchisor* dan *franchisee* hendaknya memiliki pemahaman yang memadai mengenai ketentuan hukum perjanjian dan regulasi *franchise* yang berlaku sebelum membuat maupun melaksanakan perjanjian *franchise*. Penyusunan perjanjian *franchise* juga perlu dilakukan secara cermat, jelas, dan berlandaskan pada prinsip keseimbangan, itikad baik, serta kesetaraan kedudukan para pihak, sehingga hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terlindungi secara adil.
2. Pemerintah perlu terus memperkuat pengaturan mengenai perjanjian *franchise* dalam hukum positif Indonesia, khususnya yang berkaitan dengan perlindungan hukum bagi *franchisor* dan *franchisee*, agar tercipta kepastian hukum, keadilan, dan keseimbangan hak serta kewajiban para pihak. Pengaturan tersebut hendaknya memberikan pedoman yang lebih jelas mengenai penyusunan klausula perjanjian, pelaksanaan hak dan kewajiban, serta mekanisme penyelesaian sengketa apabila terjadi wanprestasi, sehingga dapat meminimalkan perbedaan penafsiran dan memberikan perlindungan hukum yang efektif bagi kedua belah pihak.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Campbell, Dennis dan Louis Lafili. *Distributorships, Agency and Franchising in an International Area: Europe, The United States, Japan and Latin America*. Deventer: Kluwer Law and Taxation Publishers, 1990.

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

Hadjon, Phillipus M. *Perlindungan Hukum Bagi Rakyat Indonesia*. Surabaya: PT Bina Ilmu, 1987.

HS, Salim. *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak.* Jakarta: Sinar Grafika, 2017.

Muhammad, Abdulkadir. *Hukum Perusahaan Indonesia*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010.

Robinson, Richard D. *The International Transfer of Technology: Theory,*

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026

Issues, and Practice. Cambridge: Ballinger Publishing Company, 1988.

Subekti. *Hukum Perjanjian*. Jakarta: PT Intermasa, 2014.

Suharnoko. *Hukum Perjanjian: Teori dan Analisis Kasus*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2009.

Sutedi, Adrian. *Hukum Waralaba*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.

Santiago, Faisal. *Pengantar Hukum Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.

Windari, Ratna Artha. *Hukum Perjanjian*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Peraturan Perundang-undangan

Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata).

Peraturan Pemerintah Nomor 35 Tahun 2024 tentang Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 25 Tahun 2025 tentang Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba oleh Pemerintah Daerah.

FAKULTAS HUKUM UNSRAT 2026