

**KAJIAN FRANCHISE (WARALABA) DARI PERATURAN  
PEMERINTAH NOMOR 16 TAHUN 1997**



**KARYA ILMIAH**

**OLEH**

**ZAINI MUNAWIR S, SH**

**STAF PENGAJAR KOPERTIS WIL. I NAD-SU  
DPK. FAK. HUKUM UMA**



**UNIVERSITAS MEDAN AREA  
FAKULTAS HUKUM  
M E D A N  
2 0 0 6**

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur Penulis panjatkan kehadirat Ilahi Robbi, Allah SWT yang telah memberikan kemampuan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan karya ilmiah yang berjudul : “KAJIAN FRANCHISE (WARALABA) DARI PERATURAN PEMERINTAH NOMOR 16 TAHUN 1997”.


Karya Ilmiah ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam proses kenaikan kepangkatan/golongan akademik staf Pengajar Perguruan Tinggi di Lingkungan Kopertis Wilayah I NAD-SU.

Kemudian pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati menerima segala saran dan kritikan terhadap karya ilmiah ini, sehingga di masa yang akan datang penulisan karya ilmiah penulis akan dapat lebih baik lagi.

Semoga karya ilmiah ini memberikan manfaat bagi para pembaca sekalian.

Medan, Januari 2006

Penulis,



Zaini Munawir S, SH

# DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR .....	i
DAFTAR ISI .....	ii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Tujuan Penelitian .....	6
D. Kegunaan Penelitian .....	7
E. Kerangka Penelitian .....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	9
A. Tinjauan Tentang Franchise .....	9
B. Jenis-Jenis Franchise .....	11
C. Dasar Hukum Perjanjian Franchising .....	13
D. Hak dan Kewajiban .....	18
BAB III METODE PENELITIAN .....	20
A. Lokasi Penelitian .....	20
B. Spesifikasi dan Metode Pendekatan .....	20
C. Metode pengumpulan Data dan Analisa Data .....	20
D. Organisasi Penelitian .....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	23
A. Hubungan Franchisor dan Franchise Setelah adanya Perjanjian .....	23
1. Hak-hak yang diberikan pada franchisee .....	25
2. Kewajiban-kewajiban franchise kepada pihak franchisor .....	30
3. Kewajiban-kewajiban franchisor .....	34

B. Keuntungan dan Kerugian Franchise .....	38
1. Keuntungan sistem franchise.....	39
a. Bagi franchisor .....	40
b. Bagi franchisee.....	41
2. Kerugian sistem franchise.....	42
a. Bagi franchisor .....	42
b. Bagi franchisee.....	44
C. Pengakhiran Perjanjian Franchise dan Sanksi .....	45
1. Pengakhiran perjanjian franchise.....	45
2. Sanksi.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	56
A. Kesimpulan .....	56
B. Saran.....	59

## DAFTAR BACAAN



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

Dalam era globalisasi sekarang ini, percepatan pertumbuhan ekonomi terasa semakin meningkat dan kompleks, bentuk-bentuk kerja sama bisnis juga turut masuk melengkapi berbagai macam transaksi yang sudah berjalan selama ini. Dalam bidang perdagangan/jasa yang berkembang saat ini membawa perubahan-perubahan serta membuka terciptanya jenis-jenis fasilitas kebutuhan termasuk fasilitas waralaba atau dalam istilah asingnya franchise, yang telah masuk dan dikenal di wilayah Indonesia.

Franchising atau sistem franchise adalah bentuk kerja sama manufaktur dan/atau penjualan, antara pemilik franchise dan pembeli franchise atas dasar kontrak dan pembayaran royalti. Kerjasama itu meliputi pemberian lisensi atau hak pakai dari pemegang franchise, yang memiliki nama/merek, gagasan, proses, formula atau alat khusus ciptaannya kepada pihak pembeli franchise disertai dukungan teknis dalam bentuk manajemen, pelatihan, promosi dan sebagainya. Untuk itu pembeli franchise membayar hak pakai tersebut disertai royalti yang pada umumnya merupakan persentase dari jumlah penjualan.

Sistem franchising sudah dikenal sejak lebih dari 100 tahun yang lalu di Amerika Serikat. Pelopor sistem ini adalah industri-industri mesin jahit (singer), mobil, minuman ringan (coca cola), dan industri makanan. Sistem penjualan melalui franchise di Amerika telah memberikan kesempatan usaha

bagi ratusan ribu pengusaha kecil dan membuka kesempatan kerja yang tidak terhitung banyaknya. Sistem seperti ini mulai berkembang pesat di Indonesia pada tahun 1980-an. Berbagai produk barang maupun jasa dijual dengan sistem ini.

Di Indonesia sistem franchise juga dipelopori perusahaan-perusahaan multinasional seperti sepatu bata, coca cola dan sebagainya. Tetapi dewasa ini sistem kerja sama usaha tersebut sudah digunakan oleh pengusaha-pengusaha nasional dan sudah meluas ke berbagai industri seperti industri elektronik, toko-toko eceran, rumah makan, kursus-kursus keterampilan dan sebagainya.

Ada berbagai bentuk kerja sama franchise yang dikenal di Indonesia antara lain bentuk kerja sama distribusi, manufaktur, toko eceran/toko swalayan, jasa. Contoh industri franchise yang paling populer adalah penjualan fast food. Produk ini telah memuaskan konsumen karena kenyamanan dan kelezatan.

Sistem franchise merupakan sebuah metode pemasaran barang dan jasa kepada konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Pemilik usaha/metode pemasaran disebut Franchisor, sedangkan pembelinya disebut franchisee. Dengan kata lain, franchisor memberikan hak kepada franchisee untuk turut menjual kumpulan produk merek dagang, dan sistem bisnis yang diciptakan franchisor. Hal ini berkaitan dengan para pihak yang mengadakan perjanjian/kontrak dalam hal ini adalah franchisor dan franchisee.

Sehingga pemerintah Indonesia merasa perlu untuk membuat aturan tentang franchise/waralaba ini, maka dikeluarkanlah Peraturan Pemerintah RI No. 16 tahun 1997 tanggal 18 juni 1997 tentang Waralaba dalam Lembaran Negara No. 49 tahun 1997. Dan semenjak itu dunia usaha Indonesia yang memanfaatkan sistem waralaba ini sudah mempunyai suatu peraturan yang dapat mereka gunakan sebagai landasan geraknya.

Selanjutnya harus pula diakui bahwa untuk alasan ketertiban bisnis waralaba ini perlu dilakukan pendaftaran waralaba ke departemen terkait. Dengan demikian pihak otoritas dapat sekaligus mengontrol jalannya bisnis waralaba sehingga tidak terjadi hal-hal yang merugikan para pihak sendiri maupun merugikan pihak ketiga. Untuk melaksanakan pendaftaran tersebut maka pada tanggal 30 juli 1997 Menteri Perindustrian dan Perdagangan juga telah mengeluarkan Keputusan Menti Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dan KUH Perdata Pasal 1338 mengurus juga mengenai asas kebebasan berkontrak yang dapat memberikan kemungkinan kepada para pihak untuk mengatur dan menjanjikan apa saja yang ingin dicantumkan bagi perjanjian kerja sama tersebut.

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Era globalisasi dunia dan kerjasama dibidang perdagangan/jasa yang berkembang saat ini membawa perubahan-perubahan serta

membuka terciptanya jenis-jenis fasilitas kebutuhan termasuk fasilitas franchise di wilayah Indonesia.

Kenyataan bahwa kini semakin banyak kita melihat perusahaan yang berbentuk franchise antara lain, Kentucky fried chicken (KFC), Es Teller 77, Salon Rudy Hadisuwarno. Di Indonesia bisnis franchise sudah sangat meluas yang berasal dari negara lain, dan yang paling populer dari industri franchise adalah penjualan fast food. Produk ini telah memuaskan konsumen karena kenyamanan dan kelezatan. Program pemasaran yang telah ditetapkan telah membantu daya tarik dan penjualan industri ini.

Franchising dapat ditinjau dari berbagai segi. Dari segi bisnis ia berkenaan dengan jaringan pembuatan serta pengedaran barang-barang dan jasa-jasa dengan suatu sistem standard serta eksploitasi tertentu. Franchising merupakan perjanjian yang melibatkan dua pihak. Pihak franchisor adalah sebagai memfacto atau pengusaha nasional atau regional atau internasional memberikan hak istimewa kepada pihak franchisee atau franchisee holder (penerima franchise) dalam satu batas penyelenggaraan bisnis lokal serta pemberian hak penjual atau servise khusus dengan syarat-syarat yang ditentukan antara franchisor sebagai pengusaha induk.<sup>1</sup>

Pengertian sistem standard serta sistem eksploitasi meliputi kesamaan dalam penggunaan nama perniagaan, merek, pembuatan, tata

---

<sup>1</sup> Setiawan, *Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata*, Penerbit Alumni, Bandung, 1992, h. 153

cara pengemasan, penyajian dan peredaran. Maka usaha yang dimiliki franchisee dapat mengandalkan diri pada citra serta nama baik telah tertanam secara kokoh di masyarakat.

Sebaliknya, franchisor sebagai imbalannya menerima pembayaran sejumlah uang tertentu (royalitas), baik pada saat di tandatanganinya perjanjian maupun selama perjanjian itu berlangsung.

Franchise merupakan kegiatan bisnis dimana pihak franchisor sebagai pengusaha nasional atau regional maupun internasional yang memberikan hak istimewa kepada pihak franchisee atau franchisee holder dalam suatu batas geografis tertentu. Franchise format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang (franchisor) kepada pihak lain (franchisee), lesensi tersebut memberi hak kepada franchisee untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang/nama dagangan franchisor, dan untuk menggunakan keseluruhan paket yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan, untuk membuat seorang yang sebelumnya terlatih dalam bisnis untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.<sup>2</sup>

Ada empat faktor utama di dalam bisnis franchise yaitu :

1. Keberadaan franchisor.
2. Kewajiban untuk menggunakan nama dan sistem franchisor, dan patuh

---

<sup>2</sup> Martin Mendelshon, *Franchising (Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee)*, Penerbit Pustaka Binaman Pressindo, 1993, h.4.

pada pengendaliannya

3. Resiko terhadap kejadian yang merusak bisnis tanpa berada dalam posisi yang siap menghadapinya (misalnya kegagalan bisnis franchisor, atau tindakan franchisee lain yang membuat reputasinya menjadi buruk)
4. Kemampuan franchisor untuk tetap memberikan jasa sesuai standar yang bernilai dan wajar yang bisa membuat bisnis berhasil

## **B. Identifikasi Masalah**

Dari uraian di atas, maka yang menjadi permasalahan adalah :

1. Bagaimana hubungan franchisor dengan franchisee setelah adanya perjanjian franchise
2. Apa keuntungan dan kelemahan perjanjian franchise
3. Pengakhiran perjanjian franchise dan sanksi

## **C. Tujuan Penelitian**

Yang menjadi tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui tentang perjanjian yang dibuat oleh franchisor dan franchisee dan apa saja yang menjadi hak dan kewajiban diantara para pihak yang melakukan perjanjian franchising serta pengakhiran perjanjian franchising
2. Untuk memberi gambaran, mengenai keuntungan dan kelemahan perjanjian franchise
3. Untuk mengetahui apa saja sanksi bagi salah satu pihak yang melanggar perjanjian franchising

#### D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian dalam penulisan karya ilmiah ada 2 bentuk yaitu :

##### a. Kegunaan teoritis

1. Menambah pengetahuan penulis tentang perjanjian franchise
2. Menambah studi kepustakaan pada pengembangan ilmu hukum, khususnya hukum keperdataan

##### b. Kegunaan praktis

1. Untuk mengetahui hak-hak dan kewajiban-kewajiban franchisor dan franchisee didalam bisnis franchise
2. Untuk mengetahui bagaimana pengakhiran perjanjian franchise dan sanksi apa saja yang dapat diambil apabila terjadi pelanggaran yang dilakukan oleh salah satu pihak didalam perjanjian franchise

#### E. Kerangka Pemikiran

Dalam penelitian ilmiah, kerangka pemikiran sangat dibutuhkan dalam penelitian oleh sebab itu saya akan melakukan pengujian kebenaran mengenai perjanjian franchise yang dilakukan oleh para franchisor dengan franchisee.

Menurut Subekti perjanjian adalah sebagai suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana orang itu saling berjanji untuk melakukan sesuatu hal.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Cetakan IX, PT. Intermasa, 1984, h. 1.



Menurut T. Mulya Lubis franchising adalah merupakan suatu hubungan berdasarkan kontrak antara franchisor dengan franchisee. Franchisor menawarkan dan berkewajiban untuk menyediakan perhatian yang terus menerus pada bisnis franchisee. Franchise beroperasi dengan menggunakan nama dagang, format, atau prosedur yang dipunyai serta yang dikendalikan franchisor. Franchise melakukan investasi dalam bisnis yang dimiliki.<sup>4</sup>

Jadi Franchising ditinjau dari sistem hukum Indonesia adalah Keuntungan dan segala sesuatu yang diharapkan/diinginkan terjadi dari suatu peristiwa dimana ada pihak yang saling berjanji untuk melakukan suatu hubungan berdasarkan kontrak, dimana pihak yang satu disebut franchisor dan pihak kedua disebut franchisee, pihak franchisor menawarkan dan berkewajiban menyediakan perhatian yang terus menerus pada bisnis franchisee, melalui penyediaan pengetahuan dan pelatihan. Franchisee beroperasi dengan menggunakan nama dagang, format atau prosedur yang dipunyai dan dikendalikan oleh franchisor. Franchise melakukan investasi dalam bisnis yang dimilikinya dimana perjanjian tersebut dilihat dari segi hukum/peraturan yang berlaku pada suatu waktu/tempat tertentu dimana tempat dimaksud adalah wilayah negara RI.

---

<sup>4</sup> Penataran Dosen Hukum Perdata/Dagang, *Kapita selekta Hukum Perdata dengan Penekanan pada ranchising*, Yogyakarta, 1992, h. 2.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Tinjauan Tentang Franchise**

Pada awalnya istilah 'franchise' tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal tersebut dapat dimaklumi karena memang lembaga franchise ini sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang melanda diberbagai bidang, maka franchise ini kemudian masuk kedalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Istilah franchise ini selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya.

Istilah franchise ini kemudian dicoba di Indonesia-kan dengan istilah waralaba yang diperkenalkan pertama sekali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen sebagai padanan istilah franchise. Waralaba terdiri dari kata 'wara' dan 'laba'. Wara artinya lebih atau istimewa dan laba artinya untung. Jadi menurut kata, waralaba dapat diartikan sebagai usaha yang memberikan untung lebih atau laba istimewa.

Pada dasarnya franchising berkenaan dengan pemberian izin oleh seorang franchisor kepada seorang atau beberapa orang franchisee untuk

menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin sejenis ini lazim dinamakan pemberian lisensi.

Menurut Rooseno Hardjowidigdo sebagaimana dikutip oleh Juajir Sumardi dikemukakan definisi sebagai berikut :

“Franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis dibidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, design, merk bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional”.<sup>5</sup>

Alan Wast menyebutkan bahwa franchising merupakan suatu alternatif lain disamping saluran konvensional yang dimiliki perusahaan sendiri : cara ini memungkinkan untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil tanpa harus membutuhkan investasi besar-besaran dari perusahaan induknya.<sup>6</sup>

Dan secara legal menurut ketentuan Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 pasal 1 butir 1 menyebutkan bahwa istilah waralaba mengandung pengertian sebagai suatu perikatan dimana salah satu pihak diberikan untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki oleh pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak

---

<sup>5</sup> Juajir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, h. 16-17.

<sup>6</sup> Alan Wast, *“Handhook of Retailing”*, Yang Diterjemahkan Ke Dalam Bahasa Indonesia Oleh Haryanto Gunawan, menjadi *“Perdagangan Eceran”*, PT. Pustaka Binuwan Pressindo, Jakarta, 1992, h.75.

lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Dari beberapa pengertian atau definisi yang dikemukakan di atas kita dapat melihat bahwa suatu sistem bisnis waralaba melibatkan dua pihak. Pertama disebut dengan "franchisor" atau pemberi waralaba, yaitu wirausaha sukses pemilik produk, jasa atau sistem operasi yang khas dengan merek tertentu, yang biasanya telah dipatenkan.

Kedua disebut dengan "Franchisee" atau Penerima Waralaba, yaitu perorangan dan atau pengusaha lain yang dipilih oleh franchisor atau yang disetujui permohoriannya untuk menjadi franchisee oleh pihak franchisor untuk menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, merek atau sistem usaha miliknya itu, dengan syarat memberi imbalan kepada franchisor berupa uang dalam jumlah tertentu selama jangka waktu kerjasama (royalty).

## **B. Jenis-Jenis Franchise**

Lembaga hukum sistem franchise di Indonesia baru dikenal pada tahun 1980. Pemerintah menyetujui kegiatan usaha franchise asing itu, dengan maksud meningkatkan kegiatan ekonomi Indonesia, tanpa mengorbankan kegiatan usaha yang telah ada. Sistem franchise yang dikenal di Indonesia, diantaranya sistem franchise distribusi, manufaktur, toko eceran, dan jasa.



Pada umumnya dibedakan tiga jenis franchising :<sup>7</sup>

1. Distributorship (product franchise) : seorang franchisor memberikan lisensi kepada franchisee untuk menjual barang-barang hasil produksinya. Pemberian lesensi ini bisa bersifat exclusive ataupun non exclusive. Sering sekali terjadi bahwa seorang franchise diberikan hak eksklusif untuk memasarkan di suatu wilayah tertentu.
2. Chain-style business : jenis franchising inilah yang paling banyak dikenal di masyarakat. Dalam jenis ini seorang franchisee mengoperasikan suatu kegiatan bisnis dengan memakai nama franchisor. Si franchisee diakui sebagai anggota kelompok yang berusaha dalam kegiatan bisnis ini. Sebagai imbalan dari penggunaan nama si franchisor, maka si franchisee harus mengikuti metode-metode standard pengoperasian dan berada di bawah pengawasan si franchisor dalam hal bahan-bahan yang digunakan, pilihan tempat usaha, design tempat usaha, jam penjualan, persyaratan para karyawan dan lain sebagainya.
3. Manufacturing atau processing plants : dalam jenis ini si franchisor memberitahukan bahan-bahan serta tatacara pembuatan suatu produk, termasuk didalamnya formula-formula rahasianya. Si franchisee kemudian memproduksi serta memasarkan barang-barang itu sesuai standard yang telah ditetapkan si franchisor. Juga

---

<sup>7</sup> Setiawan, *op. Cit.*, h.157.

dengan merek yang sama. Kadang-kadang dinamakan juga product or trade mark franchising.

### **C. Dasar Hukum Perjanjian Franchising**

Seperti yang telah dikemukakan diatas, sistem bisnis franchise ini sebagai suatu sistem pengembangan usaha yang telah begitu populer dan telah meliputi berbagai jenis usaha. Begitu banyak keuntungan-keuntungan yang dapat dirasakan dengan menggunakan sistem franchise ini, meskipun memang harus diakui sistem bisnis ini juga mempunyai kelemahan-kelemahan.

Melalui sistem bisnis franchise ini antara lain dapat menjadikan pengusaha kecil menjadi mitra pengusaha besar. Melalui sistem bisnis franchise ini kegiatan usaha para pengusaha kecil di Indonesia dapat berkembang secara wajar dengan menggunakan resep, teknologi, kemasan. Manajemen pelayanan, merk dagang/jasa dari pihak lain dengan membayar sejumlah royalti berdasarkan lisensi waralaba.

Dalam hal ini pemerintah Indonesia beranggapan sistem waralaba dapat menjadi salah satu cara untuk meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha, yang berarti memberikan kesempatan untuk pemerataan dan menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat. Dan oleh karenanya pemerintah memandang perlu untuk mengatur bisnis tersebut. Dan untuk menciptakan tertib usaha dengan cara franchise serta perlindungan

terhadap konsumen dipandang perlu menetapkan ketentuan tentang franchise dengan peraturan pemerintah.

Maka pada tanggal 18 juni 1997 diundangkanlah Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang waralaba dalam Lembaran Negara Nomor 49 tahun 1997. Peraturan pemerintah ini merupakan peraturan pelaksanaan dari KUHPerdata (Staatblaad nomor 23 tahun 1847) dan UU Pengaturan Perusahaan 1934 (Staatblaad nomor 86 tahun 1938). Peraturan Pemerintah ini dibagi atas 1 bab yang terdiri dari 11 pasal dan mulai berlaku sejak diundangkan yaitu sejak tanggal 18 juni 1997.

Dan sebagai Peraturan Pelaksana dari Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 ini maka dibuatlah Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dan setiap pengusaha yang menjalankan usaha waralaba wajib mendaftarkan usaha waralabanya itu, sehingga dapat diketahui perkembangan waralaba secara nasional. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan ini terdiri dari 8 Bab dan 26 pasal yang mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan yaitu pada tanggal 30 juli 1997.

Maka saat ini di Indonesia baru kedua peraturan inilah yang secara khusus mengatur tentang waralaba sampai tulisan ini dibuat. Sebelum adanya kedua peraturan tersebut maka didalam praktek yang dilakukan selama ini, sistem bisnis waralaba ini hanya didasarkan kepada



kesepakatan tertulis dalam bentuk kontrak kerjasama. Hal mana dilakukan oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba berdasarkan atas azas kebebasan berkontrak seperti yang tertuang pada Pasal 1338 KUH Perdata. Sehingga suatu perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak berlaku sebagai undang-undang bagi mereka.

Selanjutnya menurut Munir Fuady<sup>8</sup> bahwa dalam hukum positif Indonesia, kita dapat menemukan disana sini, tentang dasar hukum dari berlakunya franchise ini, yaitu sebagai berikut :

1. Perjanjian sebagai dasar hukum

Sebagaimana kita ketahui bahwa dalam hukum kita mengenal asas kebebasan berkontrak apapun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, kebiasaan, kesopanan dan hal-hal lain yang berhubungan dengan ketertiban umum. Bahkan kalau kita melihat Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata bahwa undang-undang mengakui suatu perjanjian yang dibuat secara sah mempunyai kekuatan seperti kekuatan berlakunya suatu undang-undang. Karena itulah suatu perjanjian waralaba yang dibuat secara sah oleh para pihak berlaku sebagai undang-undang bagi mereka. Namun oleh karena KUH Perdata tidak menempatkan perjanjian waralaba sebagai suatu perjanjian bernama secara langsung seperti jual beli, sewa menyewa dan lain-lain,

;

---

<sup>8</sup> Munir Fuady, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*, PT Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, h. 22-24.

maka ketentuan hukum perjanjian yang berlaku terhadap suatu kontrak waralaba pada umumnya hanya ketentuan bagian umum dari pengaturan tentang perjanjian yaitu yang terdapat dalam Pasal 1233 sampai dengan Pasal 1456 KUH Perdata.

## 2. Hukum keagenan sebagai dasar hukum

Terhadap masalah keagenan ini, disamping berlakunya pasal-pasal yang terdapat dalam perjanjian keagenan, berlaku juga pasal-pasal KUH Dagang (tentang makelar dan komisioner) dan ketentuan-ketentuan yang bersifat administratif seperti berbagai ketentuan dari Departemen Perindustrian dan Perdagangan dan sebagainya. Namun demikian apabila kita perhatikan dalam suatu transaksi waralaba secara substantif tidak ada terdapat unsur keagenan didalamnya.

## 3. Undang-undang merk, paten dan hak cipta sebagai dasar hukum

Sebagaimana kita ketahui bahwa pada umumnya suatu bisnis waralaba sangat berkaitan erat dengan masalah-masalah yang berkenaan dengan hak cipta. Sehingga undang-undang merk ( undang-undang no. 14 tahun 1997), undang-undang paten ( Undang-undang no. 13 tahun 1997), dan undang-undang hak cipta ( Undang-undang no. 12 tahun 1997) beserta peraturan pelaksanaannya umumnya berlaku terhadap suatu bisnis waralaba.

## 4. Undang-undang penanaman modal asing sebagai dasar hukum

Terhadap operasional waralaba yang melintasi antara negara maka sampai batas-batas tertentu, aspek-aspek hukum tentang

penanaman modal asing juga ikut mengambil peran. Apabila pihak franchisor akan membuka outlet disuatu negara diluar negara franchisor tersebut, maka dia akan memperhatikan berbagai kemungkinan dan alternatif yang mungkin diambil dan yang paling menguntungkannya. Sehingga adakalanya bentuk waralaba ini dipilih adalah untuk mengelak dari larangan-larangan tertentu dari suatu negara terhadap perusahaan-perusahaan asing yang hendak beroperasi di negara tersebut melalui penanaman modal langsung (*direct investment*).

#### 5. Peraturan lain-lain sebagai dasar hukum

Disamping peraturan-peraturan tersebut diatas yang harus diperhatikan sebagai dasar hukum eksistensi bisnis waralaba di Indonesia, masih ada beberapa peraturan lain yang sesungguhnya tidak menjadi dasar bagi eksistensi bisnis waralaba, namun paling tidak harus diperhatikan dengan seksama oleh pengusaha yang ikut terlibat dalam bidang franchise, antara lain yaitu :

1. Ketentuan hukum administratif, yang umumnya dikeluarkan oleh Departemen Perdagangan seperti misalnya perizinan usaha, pendirian Perseroan Terbatas
2. Ketentuan Ketenagakerjaan
3. Hukum Perusahaan
4. Hukum Pajak
5. Hukum Persaingan
6. Hukum industri bidang tertentu

7. Hukum tentang Kepemilikan
8. Hukum tentang Pertukaran Mata Uang
9. Hukum tentang Rencana Tata Ruang
10. Hukum tentang Pengawasan Ekspor Impor
11. Hukum tentang Bea Cukai.

Dapat disimpulkan bahwa Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 mengenai waralaba ini tidak dapat terlepas dari berbagai bentuk perangkat peraturan hukum lainnya yang berkaitan baik secara langsung atau tidak langsung dengan kegiatan usaha waralaba.

#### **D. Hak dan Kewajiban**

Adapun hak-hak dan kewajiban franchisee dan franchisor meliputi :

1. Hak-hak yang diberikan kepada franchisee
  - a. Hak untuk berusaha dalam jenis usaha yang sama
  - b. Hak untuk menggunakan identitas perusahaan
  - c. Hak untuk pengembangan wilayah eksklusif dan jumlah tempat usaha
  - d. Perlindungan teritorial terhadap persaingan antar sesama franchisee
  - e. Hak mendapat bantuan operasional dari franchisor



2. Kewajiban-kewajiban franchisee kepada pihak franchisor

- a. Kewajiban untuk membayar sebagai kompensasi atas penggunaan lisensi franchise yang telah diberikan oleh franchisor
- b. Membayar royalti atas pemakaian hak franchise oleh franchisee
- c. Franchisee tidak diperbolehkan menjalankan ataupun ikut terlibat dalam bisnis yang sama
- d. Franchisee wajib menjaga rahasia dagang dan formula kepada pihak lain
- e. Franchisee wajib memberikan laporan kepada franchisor
- f. Franchisee diwajibkan untuk mengoperasikan bisnis franchise dengan cara unggul dan dalam batas spesifikasi serta persyaratan dari franchisor

3. Kewajiban-kewajiban franchisor

- a. Memberikan pelatihan staf dan manajemen
- b. Melakukan pemilihan lokasi
- c. Menerbitkan buku petunjuk operasional
- d. Pengawasan dan pengendalian mutu
- e. Pelatihan terhadap pegawai baru
- f. Mengelola program periklanan

### **BAB III**

#### **METODE PENELITIAN**

##### **A. Lokasi Penelitian**

Penelitian yang dilakukan dalam Penulisan Karya Ilmiah ini adalah dengan studi dokumen (library).

##### **B. Spesifikasi Penelitian dan Metode Pendekatan**

###### **1. Spesifikasi penelitian**

Spesifikasi penelitian ini adalah termasuk deskriptif sebab hanya menggambarkan objek yang menjadi pokok permasalahan. Dalam hal ini penulis akan menggambarkan tentang franchise/waralaba menurut PP No.16 tahun 1997.

###### **2. Metode pendekatan**

Metode pendekatan yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode yuridis normatif. Metode pendekatan yuridis normatif dipergunakan untuk meneliti peraturan-peraturan yang berkaitan dengan franchise/waralaba.

##### **C. Metode Pengumpulan Data dan Analisa Data**

Untuk menemukan suatu kebenaran ilmiah terhadap masalah yang akan dibahas dalam tulisan ini, metode atau cara yang penulis gunakan untuk mengumpulkan dalam penulisan karya ilmiah :

### 1. Jenis dan sumber data

Jenis data penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari :

- a. Bahan hukum primer, yaitu bahan hukum berupa peraturan mengenai franchise.
- b. Bahan hukum sekunder, yakni bahan-bahan yang erat hubungan dengan bahan hukum primer berupa bahan-bahan yang berhubungan dengan objek yang diteliti

### 2. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan dengan studi dokumen (library research) untuk memperoleh data sekunder.

### 3. Analisa data

Data sekunder yang diperoleh disusun secara sistimatis dan kemudian substansinya dianalisa secara yuridis untuk memperoleh gambaran tentang pokok permasalahan.

## D. Organisasi Penelitian

Untuk lebih memahami dan lebih mudah menelaah bahan mengenai aspek-aspek hukum perjanjian franchising, maka tulisan ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

### I. Pendahuluan

Bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan kerangka penelitian.



## II. Tinjauan Penelitian

Bab ini memuat 2 bagian :

1. Memuat tentang pengertian perjanjian , jenis-jenis perjanjian, syarat-syarat sahnya perjanjian dan hapusnya perjanjian.
2. Memuat tentang pengertian franchise, jenis-jenis franchise dan dasar hukum perjanjian franchise.

## III. Metode Penelitian

Bab ini bermaterikan tentang lokasi penelitian, spesifikasi penelitian, metode pengumpulan data, organisasi penelitian, jadwal penelitian.

- VI. Suatu kajian terhadap perjanjian franchise ditinjau dari Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 Materi yang dibahas dalam bab ini mengenai hubungan franchisor dengan franchisee setelah adanya perjanjian, keuntungan dan kelemahan perjanjian franchise, pengakhiran perjanjian franchise dan saksi.

## V. Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dan saran.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Hubungan Franchisor dan Franchisee Setelah Adanya Perjanjian Franchise

Pada saat perjanjian franchise ditandatangani oleh franchisor dan franchisee maka pada saat itu juga perjanjian franchise tersebut mulai mengikat sehingga cara yang akan ditempuh dalam pengoperasian franchise tersebut harus sesuai dengan ketentuan-ketentuan pokok perjanjian yang telah dibuat. Yang mana dari perjanjian franchise yang dibuat antara franchisor dengan franchisee disebut dengan *franchise agreement*.

Ketentuan Pasal 2 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 dan Pasal 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, itu berarti selain harus adanya kesepakatan para pihak perjanjian tersebut harus dibuat secara tertulis artinya kesepakatan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba itu harus dituangkan dalam suatu bentuk perjanjian tertulis, tidak cukup hanya berdasarkan kesepakatan secara lisan saja.

Selanjutnya Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 dan Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.

259/MPP/Kep/1997 menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Identitas pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya
- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek waralaba
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
- e. Hak dan Kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba
- f. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perpanjangan perjanjian waralaba
- g. Hal-hal lain yang perlu diketahui penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba

Dan pemberi waralaba wajib memberikan waktu yang cukup kepada penerima waralaba untuk meneliti hal-hal tersebut.

Maka apabila penerima waralaba setelah mempelajari hal-hal tersebut di atas dan berbagai hal lain yang terkait ternyata menerima dan tidak keberatan atas persyaratan-persyaratan yang ada dan menerima apa yang menjadi hak serta kewajibannya maka pada umumnya kesepakatan akan tercapai. Selanjutnya kesepakatan tersebut harus dituangkan dalam

suatu bentuk/format perjanjian tertulis, dan sejak itulah perjanjian waralaba itu dianggap telah lahir dan mengikat bagi para pihak.

Perjanjian franchise pada dasarnya merupakan pemberian hak kepada franchisee milik franchisor atau juga dapat disebut sebagai lisensi franchise, yang ketentuan ini diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 Pasal 3 ayat 1 huruf e dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 Pasal 5 ayat 1 huruf f yang mana franchisor wajib menyampaikan keterangan kepada franchisee secara tertulis dan benar mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban kedua belah pihak dalam perjanjian franchise. Oleh karena itu para pihak dalam perjanjian waralaba ini akan dibebani dengan kewajiban-kewajiban, yang mana apabila merupakan kewajiban franchisor, maka akan merupakan hak dari franchisee demikian sebaliknya.

Secara umum dapat dirumuskan dari Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 Pasal 1 mengenai hak-hak dan kewajiban-kewajiban yang timbul setelah adanya kesepakatan diantara mereka.

Adapun hak-hak dan kewajiban franchisee dan franchisor meliputi :

1. Hak-hak yang diberikan kepada franchisee

Dalam hal ini, hak-hak yang diberikan franchisor kepada franchisee adalah sebagai berikut :

- a. Hak untuk berusaha dalam jenis usaha yang sama



Hak untuk berusaha dalam bisnis yang sama ini merupakan pemberian hak untuk memproduksi jenis barang/jasa yang menjadi objek bisnis franchise beserta rahasia dagang atau jasanya, menjual jenis barang yang diproduksi itu dan cara memproduksinya. Disini franchisor bisa merupakan pembuat atau mensuplai tunggal dari bahan baku maupun peralatan yang dibutuhkan untuk pengoperasian bisnis franchise, atau mungkin juga alat-alat untuk pengoperasian bisnis tersebut merupakan produk pihak lain tetapi menggunakan label milik franchisor, maka franchisor hanya bertindak sebagai pensuplai untuk para franchisee.

b. Hak untuk menggunakan identitas perusahaan

Salah satu ciri khas suatu usaha atau bisnis franchise adalah penggunaan identitas perusahaan yang dimiliki oleh franchisor, dimana dengan perjanjian franchise, franchisor memberi izin kepada franchisee untuk menggunakan keseluruhan identitas perusahaan miliknya seperti merek dagang/jasa, logo, desain, pakaian dan penampilan karyawan. Dengan demikian maka usaha franchise akan sama betul dengan usaha atau bisnis franchisor, hal ini bertujuan untuk menarik minat para konsumen yang sudah mengenal kualitas produk maupun pelayanan dari suatu bisnis franchise dengan merek dagang/jasa tertentu dari perusahaan tersebut.

Sehubungan dengan penggunaan identitas perusahaan milik franchisor, dalam perjanjian franchise dapat ditentukan beberapa pembatasan, yang meliputi :

- a. Dalam hal pembatasan tempat atau wilayah yang dapat digunakan oleh franchisee dalam penggunaan identitas perusahaan, dimaksudkan untuk mencegah tindakan franchisee untuk membuka usaha franchise dengan merek dagang/jasa yang sama selain ditempat yang disebutkan dalam perjanjian franchise.
- b. Mengenai hak untuk menggunakan sendiri atau dapat memberikan lisensi kepada pihak lain, hal ini dimaksudkan bahwa pihak franchise adakalanya dapat bertindak sebagai *Master Franchise*, yang berarti disamping menggunakan sendiri hak franchise yang diperolehnya dari franchisor maka franchisee juga dapat memberikan lisensi franchise kepada pihak lain di wilayah usahanya.
- c. Mengenai modifikasi merek usaha franchise, franchisee tidak berhak oleh karena identitas perusahaan yang dipergunakan oleh pihak franchisee adalah milik franchisor, sehingga hanya franchisorlah yang berhak untuk merubah identitas bisnis franchise miliknya. Jika hal ini terjadi tidak mengakibatkan berakhirnya perjanjian franchise, akan tetapi pihak franchisee

berhak untuk menggunakan identitas perusahaan yang baru tersebut.

- c. Hak untuk pengembangan wilayah eksklusif dan jumlah tempat usaha

Didalam Pasal 7 ayat 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/1997 dinyatakan bahwa penunjukkan wilayah pemasaran usaha waralaba dalam perjanjian waralaba dapat mencakup seluruh atau sebagian wilayah Indonesia. Jadi dapat kita lihat bahwa pemberian hak itu bukan hanya terbatas pada suatu wilayah/lokasi tertentu, namun dapat diberikan di beberapa tempat di wilayah Indonesia. Untuk pengembangan bisnis franchise franchisor memberikan hak khusus kepada penerima franchise tertentu, maksudnya franchisee tidak boleh lagi untuk membuka bisnis franchise dengan merek dagang/jasa dan produk yang sama dalam wilayah tersebut. Batasan wilayah/lokasi dalam hal ini dapat berupa sebuah wilayah negara, negara bagian ataupun bagian yang lebih kecil lagi sesuai dengan yang ditetapkan dalam perjanjian. Kemudian dalam wilayah/lokasi tersebut ditentukan berapa jumlah tempat usaha (outlet) yang boleh dibuka, hal ini dimaksudkan agar setiap usaha bisnis franchise tersebut terjamin perkembangannya. Atau dari sisi lain dapat dikatakan bahwa, penerima waralaba berhak memperoleh daerah pemasaran tertentu dimana ia adalah



satu-satunya pihak yang berhak memasarkan barang atau jasa yang dihasilkan<sup>9</sup>

- d. Perlindungan teritorial terhadap persaingan antara sesama franchisee

Dengan adanya hak-hak yang dimiliki franchisee, tentu dapat menimbulkan berbagai masalah terutama mengenai masalah persaingan, baik yang terjadi antara franchisee atau bahkan dengan franchisornya sendiri maka dipandang perlu adanya perlindungan teritorial.

Dalam Pasal 7 ayat 2 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI no. 259/MPP/Kep/7/1997 juga secara tidak langsung menyerahkan kepada franchisor untuk menentukan batas-batas teritorial dari franchisee, apabila franchisor mempunyai perjanjian waralaba dengan lebih dari satu franchise di satu wilayah/ daerah di Indonesia.

Perlindungan teritorial yang dapat diberikan itu meliputi :

1. Perlindungan terhadap penggunaan atau penyingkapan secara tidak sah rahasia dagang.
2. Perlindungan untuk menghindari adanya pembajakan tenaga kerja yang sudah ahli dalam bidangnya.

---

<sup>9</sup> Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1996, hal. 75

- e. Hak mendapatkan bantuan operasional dari franchisor

Dalam hal ini franchisor harus memberikan bantuan kepada franchisee, mengingat pihak franchisee merupakan pihak yang sebelumnya belum terlatih dalam menjalankan bisnis franchise. Adapun bantuan dari pihak franchisor ini dapat dibagi menjadi bantuan yang diberikan sebelum bisnis dimulai dan bantuan selama berlangsungnya bisnis. Ini sesuai dengan Pasal 7 ayat 1 huruf d Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan. :

2. Kewajiban-kewajiban franchisee kepada pihak franchisor

Pada Pasal 3 ayat 1 huruf c Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian waralaba, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada penerima waralaba secara tertulis dan benar mengenai syarat-syarat yang harus dipenuhi penerima waralaba.

Kewajiban franchisee ini dapat digolongkan menjadi 2 (dua) bagian, yaitu kewajiban yang bersifat finansial dan yang bukan finansial (*non finansial*)<sup>10</sup>. Jika diuraikan maka kewajiban-kewajiban franchisee kepada franchisor adalah sebagai berikut :

1. Kewajiban yang bersifat finansial

;

---

<sup>10</sup> Douglas J Queen, *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchising (tuntutan langkah demi langkah menuju keberhasilan suatu franchise)*, PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, 1993, hal. 53

Sebagai kompensasi atas penggunaan lisensi franchise yang telah diberikan oleh franchisor maka franchisee harus menunaikan beberapa kewajiban yang bersifat finansial kepada franchisor. Jenis-jenis kewajiban tersebut dapat dikategorikan sebagai usaha franchise awal, royalti, dan biaya-biaya lain.

a. Uang franchise awal

Uang franchise awal adalah sejumlah uang yang dibayar oleh franchisee kepada franchisor pada saat terjadinya hubungan franchise. Jumlah tersebut dapat dibayarkan sekaligus, atau diangsur dengan atau tanpa bunga dalam jangka waktu tertentu. Biasanya uang franchise awal ini tidak dapat diminta kembali, kecuali jika franchisor ingin mengakhiri hubungan sebelum franchisee memulai operasi bisnisnya, misalnya adanya sikap franchisor yang mendiskualifikasikan franchisee selama pelatihan berlangsung. Pada umumnya uang franchise awal ini sudah merupakan jumlah uang pasti, namun kadang-kadang jumlah tersebut tidak ditentukan dalam perjanjian. Jadi perhitungannya didasarkan atas kriteria tertentu yang ditetapkan dalam perjanjian, misalnya berdasarkan jumlah tempat usaha dalam wilayah eksklusif franchise dikalikan dengan jumlah uang tertentu.

b. Royalti

Royalti merupakan pembayaran oleh pihak franchisee kepada pihak franchisor sebagai imbalan dari pemakaian hak franchise oleh franchisee. Walaupun tidak tertutup kemungkinan pembayaran royalti ini pada waktu dan dalam jumlah tertentu yang sebelumnya telah diketahuinya.<sup>11</sup>

Selain itu royalti juga merupakan pembayaran atas jasa terus menerus yang diberikan oleh franchisee dalam pengoperasian bisnis franchise. Pada umumnya royalti dihitung dalam bentuk presentase dari pendapatan kotor franchisee,<sup>12</sup> besarnya uang royalti tersebut berkisar 3 % sampai 8 % atau sesuai dengan yang diperjanjikan. Pembayaran dapat dilakukan setiap minggu, bulan atau triwulan, namun yang terbaik adalah setiap minggu, kecuali bisnis yang dijalankannya tidak memungkinkan untuk itu.

c. Biaya lain-lain

Selain uang franchise awal dan royalti, masih ada biaya dan ongkos-ongkos yang harus dibayarkan oleh franchisee kepada franchisor, antara lain :

1. Biaya iklan;

;

<sup>11</sup> Martin Mandelsohn, *Franchising : Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Penerbit PT. Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1993, hal. 155.

<sup>12</sup> Munir Fuady, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hal. 186.



2. Biaya transfer, biaya ini timbul jika franchisee ingin mengalihkan bisnis franchise kepada franchisee lainnya;
3. Biaya pelatihan;
4. Biaya sewa, jika franchisor sekaligus menjadi pemilik lokasi dan/atau peralatan dan menyewakannya kepada franchisee;
5. Biaya pembaharuan perjanjian;
6. Bunga atas pembayaran yang lewat waktu, biaya audit dan pemeriksaan.

## 2. Kewajiban non finansial

Kewajiban franchisee terhadap franchisor yang tidak berhubungan dengan masalah finansial (non finansial). Ini sebenarnya lebih tepat disebut sebagai persyaratan dari pihak franchisor yang harus dipenuhi oleh franchisee, sebab pelanggaran terhadap persyaratan ini merupakan alasan kuat untuk membatalkan perjanjian franchise meskipun biasanya franchisee diberi kesempatan untuk memperbaiki kesalahannya.

Adapun kewajiban non finansial tersebut meliputi :

- a. Franchisee tidak diperbolehkan menjalankan ataupun ikut terlibat dalam bisnis (bersaing) yang sama.
- b. Franchisee diwajibkan untuk mengoperasikan bisnis franchise dengan cara unggul dan dalam batas spesifikasi serta persyaratan dari franchisor.



- c. Franchisee wajib menjaga rahasia dagang dan formula (resep-resep) kepada pihak lain.
- d. Franchisee wajib memberikan laporan kepada franchisor.<sup>13</sup>

### 3. Kewajiban-kewajiban franchisor

Oleh karena franchisor sebagai pihak pemilih franchise yang sudah memiliki pengalaman yang luas dalam menjalankan bisnis franchise, maka dalam perjanjian franchise pihak franchisor diwajibkan memberikan bantuan (dukungan) kepada franchisee dalam pengoperasian bisnis franchise. Ini sesuai dengan ketentuan Pasal 5 huruf d Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997.

Adapun bantuan franchisor ini dapat digolongkan dalam 2 bagian, yaitu bantuan sebelum operasional dan bantuan terus menerus.

#### 1. Bantuan sebelum operasional

Bantuan franchisor yang harus dilakukan sebelum pengoperasian bisnis franchise dapat meliputi berbagai layanan jasa berikut ini :

##### a. Pelatihan staf dan manajemen

Program pelatihan ini meliputi semua segi bisnis yang akan dioperasikan oleh franchisee, biasanya menyangkut penggunaan peralatan khusus, metode pemasaran, penyiapan produk dan penerapan proses.

---

<sup>13</sup> *Ibid*, hal. 66.

b. Melakukan pemilihan lokasi

Dalam sistem franchise ada dikenal 3 (tiga) konsep pemilihan lokasi franchise, dalam hal ini peranan pemilik franchise (franchisor) sangat dominan dalam penentuan lokasi franchise ini, ketiga konsep tersebut yaitu :

1. Franchisor dapat menunggu ditemukannya franchisee yang sesuai, kemudian membuka outlet (tempat usaha/lokasi) sesuai keinginan pribadi franchisee;
2. Franchisor dapat mengembangkan jaringan franchise yang sudah direncanakan terlebih dahulu dan mencari franchisee yang memenuhi syarat untuk suatu lokasi tertentu;
3. Seorang calon franchisee dapat mendekati franchisor dengan menawarkan suatu lokasi.

Kriteria yang pada umumnya dipergunakan franchisor dalam mengkaji suatu lokasi antara lain :

1. Tingkat kependudukan;
2. Angka pendapatan perkapita;
3. Latar belakang etnik dari penduduk sekitar;
4. Arus lalu lintas;
5. Kedekatan dengan persaingan;
6. Tersedianya tempat parkir;
7. Faktor lain yang dianggap berkaitan erat dengan keberhasilan bisnis.

c. Menerbitkan buku petunjuk operasional

Buku petunjuk operasional ini diberikan kepada franchisee pada saat diadakan pelatihan manajemen dan staf. Buku ini memuat segala informasi teknis tentang unsur-unsur khusus yang penting untuk pengoperasian bisnis, diantaranya mengenai penjelasan pekerjaan para staf, prosedur akuntansi, alamat pemasok, tanggung jawab franchisor dan nama-nama penghubung serta informasi lain yang mempunyai kaitan dengan bisnis franchise tersebut.

Walaupun buku tersebut diberikan kepada franchisee, namun dianggap sebagai pemilik franchisor dan pihak franchisee harus menjaga segala informasi yang bersifat rahasia dalam buku petunjuk tersebut hanya untuk digunakan oleh franchisee. Jika jangka waktu perjanjian telah berakhir, maka buku petunjuk tersebut harus dikembalikan kepada franchisor.

2. Bantuan terus menerus

Jasa yang sering dilakukan oleh franchisor selama perjanjian berlangsung dapat berupa :

a. Pengawasan dan pengendalian mutu

Usaha franchise dengan keseragaman desain dan penampilan perusahaan serta jenis barang/jasa yang dijualnya, merupakan identitas bersama setiap tempat usaha franchise. Kesan yang baik

yang ditampilkan oleh suatu tempat usaha, akan menjadi suatu keuntungan bagi tempat usaha lainnya.

Oleh karena itu franchisor akan mengevaluasi operasi bisnis secara periodik dan melakukan inspeksi pada tempat usaha para franchisee. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa standard mutu (kualitas) dan spesifikasi yang ditentukan dalam perjanjian diikuti oleh franchisee.

b. Pelatihan terhadap pegawai baru

Jika ada pegawai baru yang akan bekerja pada perusahaan franchisee maka franchisor dapat meminta bantuannya untuk melakukan pelatihan.

c. Mengelola program periklanan

Dalam perjanjian franchise biasanya dikenal 3 (tiga) jenis program periklanan yaitu :

1. Program dikelola oleh franchisor;
2. Iklan lokal dikelola oleh franchisee;
3. Program kerjasama regional sesama franchisee.

Selain bantuan yang telah disebut terdahulu, franchisor juga memberikan bantuan kepada franchisee dalam pengembangan dan pemasaran produk/jasa baru, pembukuan dan program ;

pembelian dalam kelompok, yang mana kesemuanya ini termasuk sebagai dukungan teknis<sup>14</sup>.

## **B. Keuntungan dan Kerugian Dalam Perjanjian Franchise**

Sistem franchise perlu dikembangkan dalam rangka menunjang pembangunan khususnya di bidang perdagangan dan sebagai salah satu cara meningkatkan kegiatan perekonomian serta memberi kesempatan kepada setiap orang yang ingin membuka usaha dalam bisnis franchise yang nantinya akan menciptakan lapangan kerja.

Menurut Amir Karamoy dalam sukses usaha lewat waralaba, ada tiga alasan bagi pemberi waralaba/franchisor untuk mewaralabakan bisnisnya :

1. Kekurangan modal untuk ekspansi usaha/pasar yang lebih luas;
2. Kekurangan personil untuk menjalankan usahanya;
3. Melakukan perluasan ( dan penetrasi ) pasar secara cepat.<sup>15</sup>

Didalam Bisnis waralaba terdapat sejumlah faktor penting yang harus dipertimbangkan oleh pemberi waralaba dan penerima waralaba untuk memasuki sebuah hubungan jangka panjang untuk mencapai sehubungan yang saling menguntungkan. Oleh sebab itu penerima waralaba dan juga pemberi waralaba harus betul-betul dapat melihat apakah salah satu pihak tidak merugikan bagi dirinya dan usahanya.

---

<sup>14</sup> Douglas J Queen, *op.cit*, hal. 52

<sup>15</sup> Gunawan Wijaya, *Seri Hukum Bisnis : Waralaba*, Rajawali Pers, 2001, hal. 17



Bagi Penerima waralaba dapat melihat dari persyaratan-persyaratan yang dibuat oleh pemberi waralaba, serta bantuan dan fasilitas apa saja yang diberikan kepadanya. Dimana Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1997 mengatur di Pasal 3 dan 4 dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/Kep/7/1997 mengatur di Pasal 5 dan 7.

Sedangkan bagi pemberi waralaba dapat melakukan penyeleksian calon penerima waralaba dan juga melihat dari kesanggupan penerima waralaba untuk memenuhi segala kewajiban yang diberikan kepada dirinya

Franchise sebagai suatu sistem pemasaran dan pendistribusian di bidang perdagangan tentulah memiliki keunggulan maupun kerugian. Martin Mandelson dalam *Franchising : Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee* merumuskan keuntungan-keuntungan dan kerugian-kerugian pemberi waralaba dan penerima waralaba<sup>16</sup>.

Adapun yang menjadi keunggulan dan kerugian sistem franchise adalah sebagai berikut :

### **Keuntungan Sistem Franchise**

Keuntungan sistem bisnis franchise ini dapat dikemukakan dengan mengidentifikasi keuntungan-keuntungan apa yang dapat diperoleh oleh franchisor dan franchisee jika mereka menjadi pihak dalam sistem bisnis ini. ;

---

<sup>16</sup> *Ibid*, hal. 52

Menurut Martin Mandelson keuntungan-keuntungan yang dimungkinkan dari sistem franchise ini adalah ;

**a. Bagi franchisor**

1. Waralaba merupakan suatu organisasi sentral kecil yang secara ideal terdiri dari beberapa manajer yang berpengalaman luas dan mengkhususkan pada berbagai macam aspek bisnis yang menjadi perhatian dan tulang punggung organisasi tersebut. Pemberi waralaba akan mempunyai lebih banyak waktu untuk memikirkan kebijakan (policy) untuk mengembangkan bisnis yang diwaralabakan.
2. Tidak ada kebutuhan untuk menyuntikkan sejumlah besar modal untuk meningkatkan kecepatan pertumbuhan yang besar. Masing-masing outlet yang terbuka memanfaatkan sendiri sumber daya finansial yang disediakan oleh setiap penerima waralaba.
3. Organisasi pemberi waralaba mempunyai kemampuan untuk memperluas jaringan secara lebih cepat pada tingkat nasional dan internasional dengan menggunakan modal yang risikonya seminimal mungkin.
4. Pemberi waralaba akan lebih mudah untuk melakukan eksplorasi wilayah yang belum masuk dalam lingkungan organisasi.
5. Pemberi waralaba hanya akan mempunyai permasalahan staf yang lebih sedikit karena ia tidak terlibat dalam masalah staf pada masing-masing pemilik outlet. Setiap karyawan pada outlet bisnis

penerima waralaba menjadi tanggung jawab penerima waralaba sepenuhnya.

6. Pemberi waralaba cenderung untuk tidak memiliki aset outlet dagang sendiri. Tanggung jawab bagi aset tersebut diserahkan pada penerima waralaba yang memilikinya.<sup>17</sup>

**b. Bagi franchisee**

1. Penerima waralaba dapat mengatasi kurangnya pengetahuan dasar dan pengetahuan khusus yang dimiliki melalui program pelatihan yang terstruktur dari pemberi waralaba.
2. Penerima waralaba mendapat intensif dengan memiliki bisnis sendiri yang memiliki keuntungan tambahan dan bantuan terus menerus dari pemberi waralaba.
3. Penerima waralaba mendapat keuntungan dari kegiatan operasional dibawah nama yang telah mapan dalam pandangan dan pemikiran masyarakat.
4. Penerima waralaba mendapatkan pengetahuan khusus dan berskill tinggi serta pengalaman organisasi dan manajemen kantor pusat pemberi waralaba, walaupun dia tetap sendiri dalam bisnisnya sendiri.
5. Penerima waralaba mendapatkan jasa-jasa dari para staf lapangan pemberi waralaba untuk membantunya mengatasi masalah-

---

<sup>17</sup> *Ibid*, hal. 27.

masalah yang mungkin timbul dari waktu-kewaktu dalam pengelolaan bisnis.

6. Penerima waralaba mendapatkan keuntungan dari penggunaan paten, merek dagang, hak cipta, rahasia dagang, serta proses formula, dan resep rahasia milik pemberi waralaba.<sup>18</sup>

### **Kerugian Sistem Franchise**

Kerugian dari sistem franchise dapat dikemukakan dengan mengidentifikasi kemungkinan-kemungkinan yang dapat timbul sebagai suatu yang tidak dapat diharapkan pihak franchisor dan pihak franchisee ketika menggunakan sistem ini.

Apabila diuraikan lebih lanjut maka menurut Martin Mandelson kerugian-kerugian tersebut meliputi beberapa kerugian antara lain :

#### **a. Bagi franchisor**

1. pada saat kebutuhan pasar meningkat, efisiensi dan operasi pengembangan pasar membutuhkan perhatian khusus. Pekerjaan ini memerlukan pengawasan ketat dan pengendalian langsung dari pemegang merek. Hal ini jelas memerlukan tenaga dan biaya.
2. Franchisor khawatir bahwa semua hasil kerja dan usaha yang ia berikan dalam pelatihan kepada franchisee hanya akan menghasilkan pesaing dimasa mendatang.

---

<sup>18</sup> *Ibid*, hal. 32- 35.

3. Franchisor harus menjamin bahwa orang yang telah diseleksi sebagai franchisee sesuai untuk tipe franchisee tertentu dan mempunyai kapasitas untuk menerima tanggung jawab dan tekanan untuk memiliki dan menjalankan bisnisnya sendiri. Franchisor menyerahkan sepenuhnya pertumbuhan bisnis milik franchisee kepada franchisee itu sendiri.
4. Mungkin ada kesulitan untuk mendapatkan kerjasama dari franchisee dalam mendekorasi dan merenovasi tempat-tempatnya, memperbaharui perlengkapannya, atau dalam menyesuaikan dengan standar lain agar masyarakat selalu diberi pelayanan sesuai dengan cara yang ditetapkan dalam perjanjian franchisee dan konsisten dengan citra merek milik franchisor.
5. Jika franchisee membayar feenya sebagai persentase dari penjualan kotor, kemungkinan ia tidak secara terbuka menunjukkan penghasilan kotornya.
6. Pemberi waralaba harus memiliki keyakinan untuk menjamin bahwa standar kualitas barang dan jasa dijaga melalui rantai waralaba. Pemberi waralaba harus dapat menyediakan staf pendukung lapangan yang akan bertindak sebagai pengawas dari standar-standar tersebut, serta untuk memberikan bantuan bagi penerima waralaba untuk mengatasi masalah yang mungkin dihadapi oleh



penerima waralaba dalam operasional pelaksanaan kebijakan yang diberikan oleh pemberi waralaba<sup>19</sup>.

**b. Bagi franchisee**

1. Penerima waralaba harus membayar pemberi waralaba untuk jasa-jasa yang didapatkan dan untuk penggunaan sistem waralaba, yaitu dengan dan dalam bentuk uang waralaba pendahuluan dan atau uang waralaba terus menerus.
2. Kesukaran dalam menilai kualitas pemberi waralaba.
3. Kontrak atau perjanjian waralaba biasanya memberikan beberapa pembatasan terhadap bisnis yang diwaralabakan. Ini memang dapat menjadikan hambatan bagi keinginan penerima waralaba untuk menjual dan mengelola bisnisnya sendiri, tetapi walau demikian kebanyakan pembatasan tersebut memiliki dasar alasan yang cukup kuat dan dapat diterima.
4. Pemberi waralaba mungkin membuat kesalahan dalam kebijakan-kebijakannya. Dia mungkin mengambil keputusan yang berkaitan dengan inovasi bisnis yang berakhir pada kegagalan dan hal ini mungkin dan dapat mempengaruhi aktivitas penerima waralaba.
5. Reputasi dan citra merek dan bisnis yang diwaralabakan mungkin menjadi turun, karena alasan-alasan yang mungkin berada diluar kontrol membuat kesalahan dalam kebijakannya. Dia mungkin

---

<sup>19</sup> *Ibid*, hal. 28-31

mengambil keputusan yang berkaitan dengan inovasi bisnis yang berakhir pada kegagalan dan hal ini mungkin dan dapat mempengaruhi aktivitas penerima waralaba<sup>20</sup>.

### **C. Pengakhiran Perjanjian Franchise dan Sanksi**

#### **Pengakhiran perjanjian franchise**

Ada beberapa sebab berakhirnya perjanjian antara lain :

- a. Karena kebatalan atau pembatalan
- b. Karena lewat waktu
- c. Adanya persetujuan dari para pihak untuk mengakhiri perjanjian

Sebab-sebab diatas juga dapat menjadi sebab berakhirnya perjanjian waralaba.

Mengenai pengakhiran perjanjian ini belum diatur didalam PP No.16 tahun 1997 maupun Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997. Dalam Pasal 5 poin f Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/7/1997, disebutkan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba yang sekurang-kurangnya mengenai cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perpanjangan perjanjian waralaba. ;

---

<sup>20</sup> *Ibid*, hal. 36-37

Selanjutnya menurut ketentuan pasal 14 ayat 1 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997, apabila pemberi waralaba memutuskan perjanjian waralaba dengan penerima waralaba sebelum berakhir masa berlakunya perjanjian waralaba, dan kemudian menunjuk penerima waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi penerima waralaba yang baru hanya diberikan kalau pemberi waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk *Surat Pernyataan Bersama (clean break)*. Ketentuan seperti ini juga berlaku pada penerbitan STPUW bagi penerima waralaba lanjutan yang baru.

Beberapa hal mengenai berakhirnya perjanjian waralaba ini yaitu :

1. Pembatalan sebelum operasi

Sebelum pengoperasian bisnis waralaba dimulai, terkadang timbul keadaan-keadaan yang mengganggu hubungan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, yang kemudian dapat mengakibatkan pembatalan perjanjian waralaba. Keadaan-keadaan tersebut misalnya :

- a. Setelah perjanjian diadakan atau sebelum tempat usaha dibuka untuk umum, penerima waralaba tidak dapat menyelesaikan program pelatihan awal yang diwajibkan sesuai dengan standard yang ditentukan.
- b. Dalam tenggang waktu yang telah ditentukan, misalnya 60 hari, penerima waralaba tidak berhasil menyewa atau membeli lokasi yang telah disetujui, atau pemberi waralaba tidak menawarkan 3

lokasi namun semuanya ditolak oleh penerima waralaba. Dalam hal ini pemberi waralaba mempunyai kecenderungan untuk melakukan pembatalan. Suatu pembatalan perjanjian waralaba itu harus dinyatakan dengan pemberitahuan secara tertulis.



## 2. Pengakhiran perjanjian waralaba

Dalam suatu perjanjian waralaba ditentukan persyaratan untuk mengakhiri perjanjian apabila diperlukan. Keinginan untuk membatalkan perjanjian tersebut dapat timbul dari pihak pemberi waralaba atau penerima waralaba. Namun disamping itu suatu pengakhiran perjanjian yang pasti terjadi adalah karena habisnya (lampaunya) masa berlakunya perjanjian dan para pihak tidak mempunyai keinginan untuk mengadakan pembaharuan perjanjian.

### a. Pengakhiran perjanjian oleh pemberi waralaba

Pemberi waralaba berhak untuk mengakhiri perjanjian waralaba dengan alasan bahwa penerima waralaba telah melakukan pelanggaran terhadap syarat-syarat yang ditetapkan dalam perjanjian, seperti mengenai :

- Kegagalan penerima waralaba untuk memenuhi kewajibannya membayar royalti dan biaya-biaya lain yang telah disepakati menjadi kewajiban penerima waralaba.
- Penerima waralaba tidak berhasil membuka dan mengoperasikan tempat usaha selama jangka waktu tertentu.



- Penerima waralaba tidak dapat memenuhi untuk menjaga kerahasiaan usaha, atau penerima waralaba membuka usaha sejenis yang bersaing dengan pemberi waralaba.
- Penerima waralaba mengalami pailit atau insolvensi (mengakui ketidak mampuan untuk memenuhi kewajiban keuangan pada saat kewajiban harus dipenuhi) berdasarkan peraturan yang sedang berlaku.
- Tempat usaha penerima waralaba disita atau diambil alih oleh pemerintah, kreditur atau pemegang gadai.
- Penerima waralaba melakukan penipuan atau tindak pidana lainnya yang berhubungan dengan pengoperasian tempat usaha.
- Berdasarkan audit atau pemeriksaan yang dilakukan oleh pemberi waralaba bahwa penerima waralaba dengan sengaja mengurangi pendapatan kotornya atau tidak melaporkannya.
- Penerima waralaba melakukan kesalahan kembali, dimana penerima waralaba telah pernah ditegur oleh pemberi waralaba karena kesalahan yang sama.
- Penerima waralaba menjual, mengalihkan atau menjaminkan seluruh atau sebagian bisnis waralaba tanpa izin dari pemberi waralaba.
- Penerima waralaba melakukan misrepresentasi yang berkaitan dengan tempat usaha atau terlibat dalam tindakan yang dapat menimbulkan citra buruk atas reputasi bisnis waralaba.



Selain hal-hal diatas pengakhiran perjanjian dapat juga terjadi karena sebab lain sesuai dengan yang ditetapkan dalam perjanjian waralaba. Pengakhiran perjanjian ini harus melalui prosedur tertentu yang dibenarkan oleh hukum misalnya didahului dengan teguran secara tertulis terhadap penerima waralaba yang disertai dengan anjuran untuk memperbaiki kesalahan yang telah dilakukan, atau dengan cara lain sebagaimana ditetapkan dalam perjanjian.

b. Pengakhiran perjanjian oleh penerima waralaba

Penerima waralaba dapat juga melakukan pengakhiran perjanjian waralaba jika ada keadaan-keadaan yang kurang menguntungkan baginya, namun penerima waralaba harus melakukan pembelaan atas tindakannya mengakhiri perjanjian. Keadaan-keadaan yang kurang menguntungkan tersebut dapat berupa antara lain :

- Penerima waralaba beranggapan bahwa sistem waralaba tidak bermanfaat lagi baginya.
- Pemberi waralaba tidak memenuhi komitmennya seperti yang ditentukan dalam perjanjian.

Hak pemberi waralaba setelah berakhirnya perjanjian.

Harus diakui bahwa dalam perjanjian waralaba, pemberi waralaba mempunyai kekuatan tawar menawar (*bargaining power*) yang lebih besar, hal ini disebabkan karena pemberi waralabalah yang menciptakan ciri khas (identitas) perusahaan, membangun citra perusahaan dan terdaftar

sebagai pemilik, disamping itu pemberi waralaba selalu beranggapan bahwa banyak pihak yang mempunyai keinginan untuk bergabung dengannya, maka tidak akan sulit mencari penerima waralaba lainnya sebab dia telah mempunyai identitas perusahaan dan produk yang sudah terkenal. Oleh sebab itu dalam perjanjian waralaba biasanya akan lebih banyak memuat hak-hak pemberi waralaba jika dibandingkan dengan hak-hak penerima waralaba. Bahkan setelah berakhirnya perjanjian waralaba, pemberi waralaba masih mempunyai beberapa kewenangan seperti :

- Melarang bekas penerima waralaba untuk membuka usaha yang sama dalam jangka waktu tertentu, misalnya selama dua tahun sejak pengakhiran perjanjian, namun hal ini harus ditetapkan dalam perjanjian yang pernah ditanda tangani bersama. Tujuannya untuk menghindari itikad tidak baik dari penerima waralaba setelah mengetahui segala kerahasiaan usaha waralaba, sehingga merasa sistem waralaba tidak perlu lagi untuk melanjutkan usahanya.
- Menuntut pengembalian buku pedoman dan penghentian penggunaan segala identitas usahanya oleh bekas penerima waralaba.
- Menuntut royalty jika bekas penerima waralaba masih tetap menggunakan identitas usahanya setelah pengakhiran perjanjian.

### **Sanksi**

Selain sisi positif yang dimilikinya, sistem bisnis waralaba ini juga mengandung banyak kekurangan-kekurangan yang dapat di salah

gunakan. Terutama apabila dalam suatu perjanjian waralaba itu pemberi waralaba adalah orang yang rakus, atau juga penerima waralaba adalah orang yang tidak tahu diri. Sisi negatif sistem waralaba ini antara lain, jika seorang pemilik waralaba menarik seorang pengusaha kecil untuk diikuti sertakan dalam suatu perjanjian waralaba, namun maksudnya yang sebenarnya adalah agar ia dapat memanfaatkan pengusaha tersebut untuk memasarkan produknya seluas-luasnya dengan biaya pemasaran yang relatif murah, atau sebaliknya tindakan seorang pengusaha yang meminta pemilik waralaba untuk menyertakan dia sebagai salah satu penerima waralaba, selanjutnya setelah dia mengetahui rahasia usaha pemilik waralaba beberapa waktu kemudian dia membuka usaha sejenis sebagai saingan.

Untuk mengantisipasi adanya kemungkinan-kemungkinan terjadinya perbuatan melawan hukum atau wan prestasi, atau berbagai tindakan lain yang merugikan para pihak dapat menyepakati dimasukkannya klausula mengenai berbagai macam sanksi yang harus dikenakan bila terjadi berbagai kondisi yang tidak diharapkan sebagai akibat dari perbuatan salah satu pihak. Maka seperti halnya perjanjian yang lain, perjanjian waralaba ini akan berlaku sah dan mengikat sebagai undang-undang bagi para pihak yang membuatnya (dalam hal ini pemberi waralaba dan penerima waralaba).

Didalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997 ketentuan mengenai sanksi ini dimuat dalam Pasal 22

dan 23. Yang diatur disini adalah mengenai sanksi dalam hal tidak diikutinya ketentuan ketentuan atau pembatasan yang diatur dalam Peraturan Pemerintah atau Keputusan Menteri tersebut. Ketentuan tersebut berupa beberapa bentuk sanksi hukum yang dapat diberikan kepada para pihak, yaitu :

1. Peringatan tertulis

Peringatan tertulis ini diatur dalam Pasal 22 ayat 1. Menurut ketentuan tersebut, penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan yang telah memperoleh STPUW diberikan peringatan tertulis apabila :

- a. Tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam pasal 21 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/7/1997 yaitu kewajiban untuk menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha waralaba secara periodik setiap 6 (enam) bulan atau laporan untuk penyesuaian STPUW jika terjadi perubahan perjanjian.
- b. Tidak memenuhi kewajiban pajak kepada pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. Ada laporan atau pengaduan dari pejabat yang berwenang atau pemegang hak atas kekayaan intelektual bahwa pemberi atau penerima waralaba melakukan pelanggaran hak atas kekayaan intelektual seperti antara lain terhadap hak cipta, paten, atau merek.

## 2. Pembekuan STPUW

Pembekuan ini diatur dalam Pasal 22 ayat 2 - 5 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997. Dalam ayat tersebut ditentukan STPUW dapat dibekukan apabila penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan :

- a. Telah mendapat peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan yang bersangkutan tidak melaksanakan kewajibannya.
- b. Sedang diperiksa di sidang pengadilan karena di dakwa melakukan tindak pidana ekonomi atau perbuatan lain yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, atau melakukan pelanggaran di bidang hak atas kekayaan intelektual.

Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 huruf a berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak 1 (satu) bulan setelah tanggal dikeluarkannya peringatan tertulis yang ketiga (ayat 3). Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud dalam ayat 2 huruf b berlaku sampai dengan dikeluarkannya keputusan badan peradilan yang berkekuatan hukum tetap (ayat 4).

STPUW yang dibekukan dapat dicairkan kembali apabila :

- a. STPUW yang diperoleh berdasarkan keterangan/data yang tidak benar atau palsu.



- b. Selama 6 (enam) bulan dalam masa pembekuan penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan telah melakukan perbaikan atau telah melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 dan telah melaksanakan kewajiban pajak kepada pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- c. atau pelanggaran di bidang hak atas kekayaan intelektual sesuai dengan keputusan badan peradilan yang telah berkekuatan hukum tetap (ayat 5).

### 3. Pencabutan STPUW

Pencabutan ini diatur dalam Pasal 22 ayat 6 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997. Menurut ketentuan tersebut, STPUW dapat di cabut apabila :

- a. Selama 6 (enam) bulan masa pembekuan, penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 22 ayat 1 huruf a dan huruf b.
- b. Telah dijatuhi hukuman oleh badan peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

Pejabat mana yang berwenang memberikan peringatan tertulis, pembekuan STPUW, dan pencabutan STPUW ?

Menurut ketentuan Pasal 22 ayat 7 Keputusan Menteri Perindustrian dan perdagangan RI No. 259/MPP/7/1997, pejabat yang berwenang dimaksud adalah pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

#### 4. Pencabutan SIUP

Pencabutan SIUP di atur dalam Pasal 23 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No.259/MPP/7/1997. Penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan yang telah dicabut STPUW-nya dan tetap melaksanakan kegiatan usaha waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau ijin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku (ayat 1).

Penerima waralaba/penerima waralaba lanjutan yang tidak mendaftarkan akta perjanjian beserta keterangan tertulis dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya dan telah diberikan peringatan tertulis sebanyak tiga kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau ijin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku (ayat 2).

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. KESIMPULAN

Dari uraian yang telah dikemukakan, dapat diambil beberapa hal yang menjadi intisari dari tulisan ini yaitu :

1. Hubungan franchisor (pemberi waralaba) dan franchisee (penerima waralaba) diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis ini berarti dapat dikatakan perjanjian dianggap berlaku syah apabila ke dua belah pihak telah mengadakan kesepakatan diantara mereka. Dengan telah adanya kesepakatan di antara ke dua belah pihak, maka saat itu juga perjanjian franchise tersebut mulai mengikat, dengan demikian timbullah hak-hak dan kewajiban-kewajiban diantara mereka yang melakukan perjanjian franchise tersebut, akan tetapi untuk mengantisipasi adanya kemungkinan-kemungkinan terjadinya perbuatan melawan hukum atau wanprestasi, atau berbagai tindakan lain yang merugikan para pihak atau salah satu pihak, maka pada saat pembuatan perjanjian franchise para pihak dapat menyepakati dimasukkannya klausula mengenai berbagai macam sanksi yang harus dikenakan bila terjadi berbagai kondisi yang tidak diharapkan sebagai akibat dari perbuatan salah satu pihak.

2. Sistem bisnis franchise memiliki begitu banyak segi-segi positif dan menguntungkan, tetapi juga ada beberapa segi negatif yang menjadi permasalahan, antara lain :

#### Keuntungan franchisor

- Rasio keuangan ekuitas yang positif karena tidak perlu mengeluarkan modal yang besar
- Modal sepenuhnya berasal dari penerima waralaba
- Pengembangan/perluasan usaha yang cepat
- Penerima waralaba membentuk sendiri manajemen operasional usahanya
- Franchisor hanya mempunyai permasalahan staf yang lebih sedikit karena setiap karyawan outlet bisnis penerima waralaba menjadi tanggung jawab penerima waralaba
- Pemberi waralaba menerima persentase atas penghasilan penerima waralaba tanpa menanggung kerugian penerima waralaba

#### Keuntungan franchisee

- Bantuan teknis dari pemberi waralaba
- Bantuan pemasaran dan operasional
- Merek dagang yang populer dan telah mapan dalam pandangan dan pemikiran masyarakat
- Produk atau jasa yang sudah terkenal
- Mengurangi resiko kegagalan dan kerugian
- Mengurangi biaya tinggi untuk memenuhi suatu usaha

#### Kerugian franchisor

- Apabila franchisee hanya memanfaatkan saja bisnis franchisor untuk mengetahui rahasia dagang franchisor

- Apabila penyeleksian penerima waralaba secara sembrono oleh pemberi waralaba
- Franchisor tidak gampang mendikte franchisee, sehingga tidak gampang baginya untuk mengadakan perubahan atau inovasi bisnis baru
- Jika ada kenaikan dari segi biaya, biasanya pihak franchisor tidak mudah untuk meyakinkan pihak franchisee
- Franchisee tidak jujur dalam penulisan laporan keuangannya

#### Kerugian franchisee

- Pihak franchisee harus membayar berbagai macam fee kepada pihak franchisor
- Kesukaran dalam menilai kualitas franchisor
- Biasanya kontrak franchise berisikan juga batasan-batasan terhadap bisnis franchise dan ruang gerak dari pihak franchise
- Franchisor bisa juga membuat kesalahan dalam kebijakannya
- Turunnya reputasi dan citra dari merek bisnis franchisor karena alasan yang tidak terduga-duga sebelumnya

3. Berakhirnya perjanjian waralaba ini diatur dalam Pasal 3 ayat 1 huruf f dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 Pasal 5 huruf f. Tetapi pengaturannya tidak diatur secara jelas dan terperinci bagaimana pengakhiran perjanjian waralaba.

#### Beberapa hal mengenai berakhirnya perjanjian waralaba

##### 1. Pembatalan sebelum operasi

Pembatalan sebelum operasi dapat terjadi apabila setelah perjanjian waralaba diadakan atau sebelum tempat usaha



dibuka untuk umum, penerima waralaba tidak dapat menyelesaikan program pelatihan awal yang diwajibkan atau dalam tenggang waktu yang telah ditentukan penerima waralaba tidak juga mendapatkan lokasi untuk membuka usaha waralaba, maka dalam hal ini pemberi waralaba mempunyai kecenderungan untuk melakukan pembatalan.

## 2. Pengakhiran perjanjian

Pengakhiran perjanjian waralaba biasanya disebabkan habisnya (lampaunya) masa berlakunya perjanjian dan para pihak tidak mempunyai keinginan untuk mengadakan pembaharuan waralaba. Namun pengakhiran perjanjian waralaba dapat terjadi sebelum berakhirnya perjanjian waralaba, ini biasanya terjadi karena salah satu pihak atau keduanya melakukan pelanggaran terhadap syarat-syarat yang telah ditetapkan dalam perjanjian waralaba, oleh sebab itu salah satu atau keduanya dapat mengakhiri perjanjian waralaba sebelum berakhirnya waralaba.

## B. SARAN.

Tulisan ini penulis sadari masih jauh dari sempurna, yang disebabkan keterbatasan pengetahuan penulis dan masih kurangnya literatur yang sudah bersifat standard mengenai franchise.

Namun dari apa yang penulis pelajari dan pahami mengenai franchise selama penulisan karya ilmiah, penulis menemui beberapa hal yang harus diperhatikan dalam penerapan sistem usaha franchise ini yang akan penulis kemukakan sebagai suatu saran.

1. Pihak franchisor (pemilik waralaba) dan pihak franchisee (pemegang waralaba) perlu memahami dan melaksanakan hak dan kewajibannya.
2. Hendaknya para pengusaha franchise yang sudah ada dapat mengembangkan usahanya dengan mewaralabakannya kembali kepada pengusaha-pengusaha kecil, sehingga pada akhirnya akan tercipta perimbangan perekonomian.
3. Hendaknya para franchisor yang umumnya memiliki bargaining position (posisi tawar-menawar) yang lebih baik tidak memanfaatkan hal tersebut untuk membuat perjanjian franchise yang tidak adil terhadap calon franchisee.
4. Hendaknya para pihak dalam perjanjian franchise, apakah itu franchisor atau franchisee atau franchisee lanjutan, dalam melakukan kegiatan operasional usahanya lebih mengutamakan bahan-bahan atau produk dari dalam negeri.

;

## DAFTAR BACAAN

Gunawan wijaya, **Seri Hukum Bisnis : Waralaba**, Rajawali Pers, 2001.

-----, **Seri Hukum Bisnis : Lisensi atau waralaba (suatu pandangan praktis)**, Rajawali Pers, Jakarta.

Juajir Sumardi, **Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional**. PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995.

Mendetshon, Martin, **Franchising (Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee)**, Penerbit Pustaka Binaman Pressindo), 1993.

Munir Fuady, **Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)**, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997.

Queen Dogles J, **Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchising (tuntutan langkah demi langkah menuju keberhasilan suatu franchise)**, PT. Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta, 1993

R. Subekti, **Hukum Perjanjian**, Cetakan IX, PT. Intermasa, 1984.

Richard Burton Simatupang, **Aspek Hukum Dalam Bisnis**, PT. Rineka Cipta, Jakarta, 1996.

Setiawan, **Aneka Masalah Hukum dan Hukum Acara Perdata**, Penerbit Alumni Bandung, 1984.

Wast Alan, **Handhook of Retailing**, yang diterjemahkan kedalam bahasa Indonesia oleh Haryanto Gunawan, menjadi **Perdagangan Eceran**, PT. Pustaka Binawan Pressindo, Jakarta 1992.

Penataran dosen Hukum Perdata/Dagang, **Kapita Selektta Hukum Perdata dengan Penekanan pada Franchising**, Jogjakarta, 1992.

**Peraturan Perundang-undangan Waralaba (Franchise)** di himpun oleh Eugenia Liliawati Muljono, Harvarindo, Jakarta.



**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 16 TAHUN 1997  
TANGGAL 18 JUNI 1997  
TENTANG  
WARALABA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

Menimbang : bahwa untuk menciptakan tertib usaha dengan cara Waralaba serta perlindungan terhadap konsumen, dipandang perlu menetapkan ketentuan tentang Waralaba dengan Peraturan Pemerintah.

Mengingat : 1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945;  
2. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgerlijke Wetboek, Staatsblads 1847 No. 23);  
3. Undang-undang Pengaturan Perusahaan 1934 (Bedrijfs Reglementerings Ordonantie 1934, Staatsblads 1938 No. 86).

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **PERATURAN PEMERINTAH TENTANG WARALABA.**

## **BAB I**

### **KETENTUAN UMUM**

#### **Pasal 1**

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan:

1. Waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;
2. Pemberi Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya;
3. Penerima Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

#### **Pasal 2**

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan penerima Waralaba.
- (2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

#### **Pasal 3**

- (1) Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib



menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya;
  - b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba;
  - c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
  - d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
  - e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba;
  - f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian Waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba wajib memberikan waktu yang cukup kepada Penerima Waralaba untuk meneliti hal-hal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

#### **Pasal 4**

- (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian Waralaba.
- (2) Pemberi Waralaba memberi pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

## **Pasal 5**

Dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba lain, Penerima Waralaba yang bersangkutan, wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya satu tempat usaha untuk melakukan kegiatan usaha Waralaba.

## **Pasal 6**

- (1) Usaha Waralaba dapat diselenggarakan untuk dan di seluruh wilayah Indonesia, dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah.
- (2) Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan pentahapan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ditetapkan oleh Menteri perindustrian dan Perdagangan setelah mendengar pertimbangan Menteri dan pimpinan instansi terkait.

## **Pasal 7**

- (1) Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis sebagaimana dimaksud pada Pasal 3 ayat (1) didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh Penerima Waralaba paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya perjanjian Waralaba.
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan dengan rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara Waralaba.

## **Pasal 8**

Penerima Waralaba yang tidak memenuhi persyaratan

sebagaimana dimaksud pada Pasal 7 ayat (1) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha yang bersangkutan meskipun telah diberi peringatan sebanyak tiga kali berturut-turut, dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis.

### **Pasal 9**

- (1) Perjanjian Waralaba yang telah berlaku sebelum ditetapkannya Peraturan Pemerintah ini, didaftarkan sebagaimana dimaksud pada Pasal 7.
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.

### **Pasal 10**

Ketentuan lebih lanjut yang diperlukan bagi pelaksanaan Peraturan Pemerintah ini ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

### **Pasal 11**

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 18 Juni 1997  
PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd.

SOEHARTO

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 18 Juni 1997  
MENTERI NEGARA SEKRETARIS NEGARA  
REPUBLIK INDONESIA

ttd.

**MOERDIONO**

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA  
TAHUN 1997 NOMOR 49

**KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN  
DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA NOMOR 259/MPP/KEP/7/1997  
TANGGAL 30 JULI 1997**

**TENTANG**

**KETENTUAN DAN TATA CARA PELAKSANAAN  
PENDAFTARAN USAHA WARALABA**

**MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA**

- Menimbang : a. bahwa dalam rangka pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba perlu menetapkan Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba;
- b. bahwa untuk meningkatkan peranan dan keikutsertaan masyarakat luas dalam usaha waralaba, perlu adanya peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai pemberi waralaba, penerima waralaba maupun sebagai pemasok barang dan atau jasa;
- c. bahwa usaha waralaba perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan



dan pengembangan pemberi waralaba nasional;

d. bahwa untuk itu perlu dikeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

- Mengingat :
1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara No. 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3689);
  2. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI, sebagaimana diubah dengan Keputusan Presiden No. 388/M Tahun 1995;
  3. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden No. 15 Tahun 1984 tentang Susunan Organisasi Departemen Sebagaimana Telah Dua Puluh Lima Kali Diubah, terakhir dengan Keputusan Presiden No. 61 Tahun 1995;
  4. Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan No. 57 Tahun 1997 tanggal 12 Mei 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan.
  5. Keputusan Menteri Perdagangan No. 1458/Kp/XII/1984 tentang Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP).

6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 29/MPP/SK/2/1996 jo Nomor 92/MPP/Kep/4/1996 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perindustrian dan Perdagangan.
7. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 84/MPP/Kep/4/1996 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan Di Propinsi dan Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten/Kotamadya;

### **MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PELAKSANAAN PENDAFTARAN WARALABA.**

## **BAB I**

### **KETENTUAN UMUM**

#### **Pasal 1**

Dalam Keputusan Menteri ini yang dimaksud dengan :

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

lain tersebut dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.



2. Pemberi Waralaba (*Franchisor*) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.
3. Penerima Waralaba (*Franchisee*) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.
4. Penerima Waralaba Utama adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba.
5. Penerima Waralaba Lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba melalui Penerima Waralaba Utama.
6. Perjanjian Waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba.
7. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Pasar Tradisional adalah Pasar Desa, Pasar Kecamatan dan sebagainya.
9. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang selanjutnya disingkat STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh

Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Keputusan ini.

10. Menteri adalah Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

## **BAB II**

### **PERJANJIAN WARALABA**

#### **Pasal 2**

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
- (2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

#### **Pasal 3**

- (1) Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dapat disertai atau tidak disertai dengan pemberian hak untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan.
- (2) Semua ketentuan mengenai Pemberi Waralaba sebagaimana yang diatur dalam Keputusan ini berlaku juga bagi Penerima Waralaba Utama yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan.

#### **Pasal 4**

Dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba Utama tersebut wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya 1 (satu) tempat usaha untuk melakukan kegiatan usaha Waralaba.



## **Pasal 5**

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada Penerima Waralaba yang sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir;
- b. Hak Atas Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri-khas usaha yang menjadi obyek Waralaba;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba;
- f. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan dan perpanjangan Perjanjian Waralaba.
- g. Hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan Perjanjian Waralaba.

## **Pasal 6**

Sebelum membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba Utama wajib memberitahukan secara tertulis dengan dokumen otentik kepada Penerima Waralaba Lanjutan bahwa Penerima Waralaba Utama memiliki hak atau izin membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan dari Pemberi Waralaba.

## **Pasal 7**

- (1) Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima



Waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula mengenai:

- a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
- b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
- c. Nama dan jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba;
- d. Hak dan Kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- e. Wilayah Pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

(2) Penunjukan wilayah pemasaran usaha Waralaba dalam Perjanjian Waralaba dapat mencakup seluruh atau sebagian wilayah Indonesia.

- (3) Setiap pembuatan Perjanjian Waralaba Lanjutan yang dibuat antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan wajib sepengetahuan Pemberi Waralaba.

### **Pasal 8**

Jangka waktu Perjanjian Waralaba berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.

### **Pasal 9**

- (1) Pemberi Waralaba dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di negara asalnya dan diketahui oleh Pejabat Perwakilan Republik Indonesia setempat.
- (2) Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki SIUP dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.

### **Pasal 10**

Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk dapat memberikan saran penyempurnaan atas Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan untuk melindungi kepentingan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan keikutsertaan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau sebagai pemasok barang dan atau jasa.

## **BAB III**

## **KEWAJIBAN PENDAFTARAN DAN KEWENANGAN**

## **PENERBITAN STPUW**

### **Pasal 11**

- (1) Setiap Penerima waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan

wajib mendaftarkan Perjanjian Waralabanya beserta keterangan tertulis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 Keputusan ini pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan c.q Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk memperoleh STPUW.

- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara mengisi Daftar Isian Permintaan STPUW dan dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya Perjanjian Waralaba.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara Waralaba.
- (4) Bentuk Daftar Isian Permintaan STPUW adalah sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Keputusan ini, dibuat dalam rangkap 2 (dua), ditandatangani oleh Penerima Waralaba/ Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya.
- (5) Daftar Isian Permintaan STPUW dapat diminta secara cuma-cuma di Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri atau di Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.

## **Pasal 12**

- (1) Daftar Isian Permintaan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya, diserahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW dengan dilengkapi foto-copy masing-masing 1 (satu) eksemplar terdiri dari:
  - a. Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis;

- b. Surat Izin Usaha Perdagangan dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.
- (2) Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai telah lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW, menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW sebagaimana tercantum dalam Lampiran II atau Lampiran III.
- (3) Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai belum lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW menolak permintaan penerbitan STPUW disertai dengan alasan-alasan penolakan.
- (4) Bagi pemohon yang ditolak sebagaimana dimaksud pada ayat (3), setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Keputusan ini, dapat mengajukan kembali permintaan STPUW.

### **Pasal 13**

Masa berlaku STPUW sesuai dengan masa berlaku perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba atau perjanjian antara Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan.

### **Pasal 14**

- (1) Apabila Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima



Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Pemberi Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (*Clean Break*).

(2) Apabila Penerima Waralaba Utama memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari keputusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (*Clean Break*).

**Pasal 15**

Kewenangan pemberian STPUW dilimpahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW sebagai berikut :

- a. STPUW bagi Penerima Waralaba dan Pemberi Waralaba luar negeri diterbitkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam Lampiran II.
- b. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Waralaba Dalam Negeri dan Luar Negeri adalah Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam Lampiran III.



## **BAB IV**

### **PERSYARATAN WARALABA**

#### **Pasal 16**

Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan Perjanjian Waralaba.

#### **Pasal 17**

- (1) Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagaimana Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan atau pemasok dalam rangka penyediaan dan atau pengadaan barang dan jasa.
- (2) Dalam hal Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan wajib mengutamakan kerjasama dan atau pasokan barang dan atau jasa dari pengusaha kecil dan menengah.

#### **Pasal 18**

- (1) Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi, dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu oleh Menteri.
- (2) Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Menteri secara bertahap dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

- (3) Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang berada di Pasar Tradisional dan di luar Pasar Modern (*Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center*), hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil.
- (4) Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) hanya diperbolehkan bagi usaha waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil.
- (5) Usaha waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) sepanjang berada di Pasar Modern (*Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Center*) dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk.

### **Pasal 19**

- (1) Pemberi Waralaba dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut.
- (2) Penerima waralaba Utama dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba Lanjutan di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima



Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut.

- (3) Apabila di suatu lokasi yang berdekatan sudah ada usaha Waralaba yang dilakukan oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan, maka di lokasi tersebut dilarang didirikan usaha yang merupakan cabang dari Pemberi Waralaba yang bersangkutan dengan merek yang sama kecuali untuk barang dan atau jasa yang berbeda.

## **Pasal 20**

Dikecualikan oleh ketentuan dalam Pasal 18, kegiatan usaha Waralaba yang memperdagangkan khusus barang/makanan/minuman dan jasa tradisional khas Indonesia dapat diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia oleh usaha kecil dan menengah dan atau mengikutsertakan usaha kecil dan menengah.

## **BAB V PELAPORAN**

### **Pasal 21**

- (1) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha Waralaba secara periodik setiap 6 (enam) bulan yaitu selambat-lambatnya setiap tanggal 31 Juli dan 31 Januari dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam Lampiran IV Keputusan ini, kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.
- (2) Kegiatan usaha waralaba yang dilaporkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah periode perkembangan kegiatan usaha waralaba semester Pertama (1 Januari s/d

31 Juni) dan semester Kedua (1 Juli s/d 31 Desember).

- (3) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk dilakukan penyesuaian STPUW nya terhadap setiap perubahan perjanjian yang berupa :
- a. Perluasan/penambahan/memperkecil kegiatan usaha Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;
  - b. Pengalihan pemilikan usaha;
  - c. Pemindahan alamat tempat usaha waralaba atau Kantor Pusat;
  - d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba.
  - e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

## **BAB VI SANKSI**

### **Pasal 22**

- (1) Penerima waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang tidak memperoleh STPUW diberikan peringatan tertulis apabila :
- a. tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 Keputusan ini;
  - b. tidak memenuhi kewajiban pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
  - c. adanya laporan atau pengaduan dari pejabat yang



berwenang atau pemegang Hak Atas Kekayaan intelektual bahwa pemberi atau penerima waralaba melakukan pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual seperti antara lain Hak Cipta, Paten atau Merek.

(2) STPUW dapat dibekukan apabila Penerima Waralaba/ Penerima Waralaba Lanjutan :

- a. telah mendapat peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan, yang bersangkutan tidak melaksanakan kewajibannya;
- b. sedang diperiksa di sidang pengadilan karena didakwa melakukan tindak pidana ekonomi atau perbuatan lain yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, atau melakukan pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual.

(3) Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak 1 (satu) bulan setelah tanggal dikeluarkannya peringatan tertulis yang ketiga.

(4) Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b berlaku sampai dengan dikeluarkannya keputusan Badan Peradilan yang berkekuatan hukum tetap.

(5) STPUW yang dibekukan dapat dicairkan kembali apabila:

- a. STPUW yang diperoleh berdasarkan keterangan/data yang tidak benar atau palsu;
- b. selama 6 (enam) bulan dalam masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan telah melakukan perbaikan atau telah melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud



dalam Pasal 21 dan telah melaksanakan kewajiban Pajak kepada Pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

c. dinyatakan tidak terbukti melakukan tindak pidana ekonomi atau pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual sesuai Keputusan Badan Peradilan yang telah berkekuatan hukum tetap.

(6) STPUW dapat dicabut apabila :

a. selama 6 (enam) bulan masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b;

b. telah dijatuhi hukuman oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

(7) Peringatan tertulis, pembekuan dan pencabutan STPUW dilakukan oleh Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

### **Pasal 23**

(1) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah dicabut STPUW-nya dan tetap melaksanakan kegiatan usaha waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

(2) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang tidak mendaftarkan akta perjanjian beserta keterangan tertulis dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya dan telah diberi peringatan tertulis sebanyak tiga kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan

dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau Izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

## **BAB VII KETENTUAN PERALIHAN**

### **Pasal 24**

- (1) Perjanjian Waralaba yang telah berlaku sebelum ditetapkan Keputusan ini wajib didaftarkan sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Keputusan ini;
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal 18 Juni 1997 yaitu tanggal mulai berlakunya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
- (3) Masa berlaku STPUW bagi Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan yang telah ada sebelum ditetapkan Keputusan ini, diberikan sesuai dengan masa akhir perjanjian yang disepakati.

## **BAB VIII PENUTUP**

### **Pasal 25**

Pelaksanaan pemberian Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) tidak dikenakan pungutan dalam bentuk apapun..

### **Pasal 26**

Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Keputusan ini dengan menempatkannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 30 Juli 1997

**MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN  
REPUBLIK INDONESIA,**

ttd.

**T. ARIWIBOWO**