

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Waralaba

Istilah *franchise* dalam Bahasa Prancis memiliki arti “kebebasan” atau “*freedom*”. Namun dalam praktiknya, istilah *franchise* justru di populerkan di Amerika Serikat. Dalam Bahasa Indonesia, *franchise* diterjemahkan sebagai “waralaba” yang berarti “lebih untung”. “Wara” berarti “lebih” sedangkan “Laba” berarti “untung”. Istilah waralaba atau *franchise* berakar dari sejarah masa silam praktik bisnis di Eropa. *Franchise* di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan waralaba¹.

Ketentuan pengertian waralaba yang diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba adalah:

Pasal 1 Ayat (1)

waralaba adalah hak khusus yang dimiliki dengan orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang atau/ jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Penjelasan Pasal 1 Ayat (1)

Cukup jelas

¹ Iswi Hariyani, *Membangun Gurita Bisnis Franchise*, 2011, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, hlm 37.

Waralaba adalah bagian dari kegiatan perdagangan bukan dari kegiatan pembiayaan usaha, sehingga pengaturan dan pengawasan bisnis waralaba menjadi kewenangan Menteri Perdagangan RI beserta jajarannya. Berdasarkan pengertian Pasal 1 di atas, dapat diperinci bahwa terdapat unsur-unsur pengertian waralaba yaitu hak khusus, para pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba perseorangan atau badan hukum, sistem bisnis, ciri khas usaha, pemasaran barang dan/atau jasa serta perjanjian waralaba.

Pengertian waralaba di Indonesia beragam, waralaba dapat dirumuskan sebagai suatu bentuk sinergi usaha yang ditawarkan oleh suatu perusahaan yang telah unggul dalam kinerja karena sumber daya berbasis ilmu pengetahuan dan orientasi kewirausahaan yang cukup tinggi dengan tata kelola yang baik dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain dengan melakukan hubungan kontraktual untuk menjalankan bisnis dibawah format bisnisnya dengan imbalan yang telah disepakati².

Pada tahap ini pengertian waralaba masih sederhana, waralaba hanya dikenal sebagai pemberian hak untuk mendistribusikan produk serta menjual produk-produk hasil manufaktur. Namun setelah bertahun-tahun mengalami perkembangan akhirnya pengertian waralaba dan kegiatannya tidak hanya pendistribusian dan penjualan produk-produk manufaktur, melainkan mencakup segala jenis produk, baik itu jasa pendidikan seperti Primagama, perhotelan, termasuk industri makanan dan minuman. Pada mulanya waralaba dipandang bukan sebagai bisnis, melainkan suatu konsep, metode, atau sistem pemasaran

² Bambang N Rahmadi, *Aspek Hukum dan Bisnis*, 2007, PT. Nusantara Sakti, Bandung, hlm 7.

yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan pemberi waralaba untuk mengembangkan pemasarannya tanpa melakukan investasi langsung pada tempat penjualan (*otlet*), melainkan dengan melibatkan kerja sama pihak lain sebagai pemilik *otlet*³.

Waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 (dua) perusahaan atau lebih, dimana 1 (satu) pihak akan bertindak sebagai pemberi waralaba dan pihak lain sebagai penerima waralaba, dimana di dalamnya diatur bahwa pihak pemberi sebagai pemilik suatu merek terkenal, memberikan hak kepada penerima waralaba untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa berdasar dan sesuai dengan rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan eksklusif maupun noneksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada pemberi waralaba sehubungan dengan hal tersebut⁴.

Unsur-unsur pengertian waralaba dapat disimpulkan sebagai berikut⁵:

1. Waralaba adalah kegiatan bisnis yang didasarkan perjanjian/perikatan antara pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba. Perjanjian/perikatan juga tunduk pada ketentuan tentang hukum perjanjian yang ada dalam KUHPdt seperti aturan tentang syarat sahnya perjanjian dan asas-asas perjanjian;
2. Hubungan bisnis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba bersifat “kemitraan usaha” sehingga kedudukan keduanya adalah setara. Penerima waralaba bukanlah anak cabang perusahaan pemberi waralaba melainkan perusahaan terpisah yang juga memiliki kemandirian dalam berusaha;

³ Abdulkadir muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia, 2006*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm 524.

⁴ Munir Fuady, *Hukum Kontrak (Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis), 2001*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm 339.

⁵ Iswi Hariyani, *op.cit*, hlm 40.

3. Pemberi waralaba memberikan izin (lisensi) kepada penerima waralaba untuk menggunakan dan memanfaatkan HKI milik pemberi waralaba. Atas dasar inilah maka perjanjian waralaba dapat digunakan sebagai bukti dokumen si pemberi waralaba pada saat melakukan pendaftaran lisensi HKI kepada Instansi berwenang Ditjen HKI;
4. Perjanjian waralaba, meskipun mengandung perjanjian lisensi HKI, juga mengandung perjanjian tentang izin penggunaan sistem bisnis milik pemberi waralaba yang meliputi sistem manajemen, keuangan, dan pemasaran. penerima waralaba harus menggunakan sistem bisnis tersebut agar kegiatan usahanya benar-benar sesuai dengan standar yang ditetapkan oleh pemberi waralaba;
5. Pemberi waralaba berkewajiban memberikan dukungan teknis, manajemen, keuangan, dan promosi pemasaran agar dapat membantu kelancaran usaha gerai (*otlet*) yang dikelola oleh penerima waralaba;
6. Pemberi waralaba menetapkan besarnya biaya (*fee*) yang harus dibayar oleh penerima waralaba;
7. Waralaba adalah tergolong dalam bidang bisnis/perdagangan sehingga pengaturan dan pengawasannya menjadi kewenangan Menteri Perdagangan.

Berdasarkan dari uraian dan beberapa pendapat ahli tersebut, maka menurut penulis yang dimaksud dengan waralaba adalah suatu hak yang diberikan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk dijalankan sesuai dengan ketentuan yang berlaku yaitu PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

B. Pihak-Pihak dalam Waralaba

Pemberi waralaba berdasarkan Pasal 1 Ayat (2) PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang dimaksud dengan pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Penerima waralaba lanjutan utama (*master franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan hukum yang ditunjuk oleh pemberi waralaba utama untuk menunjuk calon penerima waralaba selanjutnya di daerah lain. Adanya *master franchisee* ini memberikan kemudahan *franchisor* dalam mengembangkan usahanya di daerah

lain. Penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

C. Kriteria Pendirian Waralaba

Waralaba harus memiliki syarat dan kriteria yang benar agar dapat digolongkan sebagai waralaba yang layak dan sesuai koridor hukum. Aturan tentang kriteria kelayakan waralaba baru diatur secara jelas dalam Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba.

Pasal 3

- a. Waralaba harus memiliki ciri khas usaha;
- b. Waralaba harus terbukti memiliki sudah memberikan keuntungan;
- c. Waralaba harus memiliki standar pelayanan dan standar produk yang dibuat secara tertulis;
- d. Sistem bisnis waralaba harus mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan secara berkesinambungan;
- f. Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar”.

Kriteria tersebut meliputi:

1. Waralaba harus memiliki ciri khas usaha

Maksud dari “harus memiliki ciri khas usaha” adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru atau dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan yang membuat konsumen selalu mencari ciri khas tersebut;

2. Waralaba harus terbukti memiliki sudah memberikan keuntungan

Maksud dari “terbukti sudah memberikan keuntungan” adalah menunjuk kepada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-

masalah dalam perjalanan suatu usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan;

2. Waralaba harus memiliki standar pelayanan dan standar produk yang dibuat secara tertulis, atau dikenal sebagai *Standar Operational Prosedure* (SOP)
Standar Operational Prosedure (SOP) ini adalah standar yang dibuat secara tertulis oleh pemberi waralaba dengan maksud supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama standarnya;
3. Mudah diajarkan dan diaplikasikan
Maksud dari “mudah diajarkan dan diaplikasikan” adalah mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman dan pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba;
4. Pemberi waralaba harus berkomitmen untuk memberikan dukungan secara berkesinambungan pada penerima waralaba
Maksud dari “memberikan dukungan yang berkesinambungan” adalah dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus-menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi. Tanpa adanya dukungan yang berkesinambungan, maka usaha yang dikembangkan oleh penerima waralaba akan sulit untuk berkembang;
5. Pemberi waralaba harus memiliki Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar

Bisnis waralaba sangat berkaitan dengan HKI. Bisnis waralaba berkaitan dengan lisensi HKI, dari pemberi waralaba (pemilik HKI) kepada penerima waralaba, yang kemudian diikuti dengan pembayaran royalti oleh penerima waralaba. HKI tersebut dapat berupa Hak Cipta, Merek, Desain Industri, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLST), Rahasia Dagang dan Perlindungan Varietas Tanaman (PVT). Namun demikian, dalam praktiknya, jenis HKI yang banyak dilisensikan dalam bisnis waralaba saat ini adalah Hak Cipta, Merek, Paten, Desain Industri dan Rahasia dagang.

D. Jenis-jenis Waralaba

Bisnis usaha waralaba terbagi menjadi tiga jenis yaitu⁶:

1. Waralaba Pekerjaan

Pada bentuk ini penerima waralaba menjalankan usaha waralaba pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Dalam hal ini usaha yang ditawarkan adalah usaha di bidang jasa;

2. Waralaba Usaha

Bentuk usaha waralaba ini adalah berupa toko eceran yang menyediakan barang dan jasa, atau restoran *fast food*. Waralaba ini memerlukan modal yang besar karena memerlukan tempat dan perlengkapan;

3. Waralaba Investasi

Pembeda waralaba investasi dengan yang lain adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. Bentuk seperti ini biasanya adalah waralaba yang bergerak di bidang perhotelan.

⁶ Lindaty P Sewu, *Franchise Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Indonesia*, 2004, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm. 16.

Di Indonesia terdapat beragam jenis waralaba yang dilihat dari sektor usaha.

Jenis-jenis tersebut antara lain:

- a. Makanan dan minuman;
- b. Ritel (*non food & food*);
- c. Di bidang jasa;
- d. Salon rambut dan kecantikan;
- e. Binatu / jasa perbaikan;
- f. Jasa konsultasi;
- g. Fitnes dan perawatan jasmani;
- h. Photo furnitur/*Printing*;
- i. Rental mobil.

E. Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba (*franchisee agreement*) adalah perjanjian kerja sama bisnis waralaba yang dibuat secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba, yang dalam perjanjian tersebut juga terkandung perjanjian lisensi HKI dan ketentuan-ketentuan lain yang terkait dengan penyelenggaraan bisnis waralaba secara keseluruhan⁷.

Sebelum membuat perjanjian waralaba pertama yang harus dilakukan oleh pemberi waralaba adalah mendaftarkan prospektus penawaran waralaba, ketentuan yang mengatur tentang pendaftaran prospektus penawaran waralaba diatur dalam PP No. 42 Tahun 2007 yaitu:

⁷ Iswi Hariyani, *op.cit*, hlm. 66.

Pasal 10

- (1) Pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan penerima waralaba.
- (2) Pendaftaran prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada Ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak yang diberi kuasa.

Penjelasan Pasal 10

Cukup jelas

Prospektus penawaran waralaba ini harus diberikan oleh pemberi waralaba kepada calon penerima waralaba paling singkat dua minggu sebelum penandatanganan perjanjian waralaba. Prospektus penawaran waralaba meliputi keterangan tertulis dari pemberi waralaba yang sedikitnya menjelaskan tentang identitas, legalitas, sejarah, kegiatan, struktur organisasi, keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba, hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba. Pendaftaran prospektus penawaran waralaba dapat dilimpahkan oleh pihak lain yang ditunjuk atau diberi kuasa oleh pemberi waralaba. Setelah proses prospektus penawaran waralaba selesai dan penerima waralaba telah membuat perjanjian dengan pemberi waralaba maka selanjutnya pihak penerima waralaba diwajibkan untuk mendaftarkan perjanjian kepada Instansi yang berwenang. Penerima waralaba diwajibkan untuk mendaftarkan perjanjian waralaba didasari pertimbangan untuk membagi beban kewajiban di antara kedua pihak secara adil karena kedua belah pihak adalah mitra usaha yang mempunyai kedudukan hukum yang setara.

Perjanjian waralaba merupakan perbuatan hukum antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang menimbulkan kewajiban dan hak timbal balik antara kedua pihak. Kewajiban pemberi waralaba adalah memberikan hak kepada penerima waralaba, sedangkan penerima waralaba adalah mendistribusikan

barang dan jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh pemberi waralaba. Pemberian hak itu dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba⁸.

Sebagaimana perjanjian pada umumnya, untuk sahnya perjanjian waralaba harus memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1320 KUHPdt.

Pasal 1320

Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat:

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

Maksud dari pasal 1320 KUHPdt Ayat (1) adalah adanya suatu kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan dirinya, jika dihubungkan dengan unsur-unsur di atas maka dalam perjanjian waralaba harus ada persetujuan antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, tanpa ada paksaan, tipuan dan kekeliruan.

Maksud dari Pasal 1320 KUHPdt Ayat (2) ini erat kaitannya dengan subjek hukum. Apabila dihubungkan dengan unsur-unsur perjanjian di atas maka dalam suatu perjanjian harus ada subjek hukum atau pihak-pihak yang terdiri dari sedikitnya dua orang. Pihak-pihak dalam perjanjian waralaba harus masuk dalam kriteria cakap melakukan perbuatan hukum, sudah dewasa atau mencakup umur 21 tahun atau sudah menikah walaupun belum mencapai umur 21 tahun.

⁸ Amir Karamoy, *Waralaba Jalur Bebas Hambatan Menjadi Pengusaha Sukses*, 2011, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, hlm 56.

Pasal 1320 KUHPdt yang disebutkan dalam Ayat (3) yaitu “suatu hal tertentu” jika dihubungkan dengan unsur-unsur perjanjian di atas maka suatu hal tertentu artinya ada prestasi yang akan dilaksanakan dan tujuan yang akan dicapai penerima waralaba adalah mempergunakan merek yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

Pasal 1320 KUHPdt yang disebutkan dalam Ayat (4) yaitu “suatu sebab yang halal” artinya perjanjian waralaba yang dibuat oleh pemberi dan penerima waralaba harus tertuang dalam bentuk tertulis, lisan atau tulisan dan ada syarat tertentu sebagai isi pelaksanaan perjanjian. Isi perjanjian yang dibuat tidak boleh bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan.

Perjanjian waralaba antara pemberi dan penerima waralaba Primagama Kota Metro Provinsi Lampung jika telah memenuhi empat syarat yang telah diuraikan di atas maka suatu perjanjian tersebut sah menurut hukum.

Berdasarkan Pasal 5 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba “perjanjian waralaba harus memuat beberapa klausula”, yaitu:

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

Penjelasan Pasal 5
Cukup jelas

Suatu paket usaha waralaba pada dasarnya merupakan suatu paket yang terdiri dari beberapa jenis perjanjian. Perjanjian yang dimaksud biasanya terdapat perjanjian lisensi, perjanjian merek, perjanjian paten, perjanjian bantuan teknis dan mengenai perjanjian yang menyangkut kerahasiaan. Setelah syarat-syarat perjanjian terpenuhi oleh pihak penerima waralaba dan pemberi waralaba, para pihak telah bersepakat maka perjanjian waralaba dapat segera dilaksanakan.

F. Kaitan Waralaba dengan Hak Kekayaan Intelektual

Kegiatan bisnis waralaba berkaitan erat dengan pemanfaatan HKI atau *Intellectual Property Right*. Keterkaitan waralaba dengan HKI telah dinyatakan oleh Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang antara lain mengharuskan waralaba memiliki enam kriteria yang termasuk kriteria ke 6 yaitu “mempunyai HKI yang telah terdaftar” di Instansi yang berwenang. Pendaftaran HKI tersebut meliputi dua hal:

1. Pendaftaran HKI untuk memperoleh sertifikat HKI dan;
2. Pendaftaran perjanjian Lisensi HKI.

Pendaftaran HKI dan pendaftaran perjanjian lisensi HKI di bidang Hak Cipta, Merek, Paten, Desain Industri dan Tata Letak Sirkuit Terpadu (DTLS) diajukan kepada Ditjen HKI di bawah kementerian Hukum dan HAM. Pendaftaran perjanjian lisensi dagang juga harus diajukan juga kepada Ditjen HKI, dengan catatan atas rahasia dagang tidak diperlukan. Di sisi lain, khusus untuk

pendaftaran hak Perlindungan Varietas Tanaman (PVT), dan perjanjian lisensi PVT harus diajukan kepada kantor pusat PVT di bawah Kementerian Pertanian⁹.

Pendaftaran HKI, yang meliputi Hak Merek, Paten, Desain Industri dan yang lainnya, wajib dilakukan agar kepemilikan atas hak tersebut diakui dan dilindungi negara. Namun demikian, khusus hak Cipta tidak wajib didaftarkan, sebab pengakuan negara terhadap suatu karya cipta bersifat otomatis tersebut muncul ke dunia nyata.¹⁰

Lisensi HKI dan waralaba saling berkaitan, sehingga kita perlu memahami dengan benar persamaan dan perbedaan keduanya. Lisensi adalah suatu bentuk pemberian izin pemanfaatan atau penggunaan HKI, yang bukan merupakan pengalihan hak, yang dimiliki oleh pemilik lisensi kepada penerima lisensi, dengan berupa royalti. Dalam pengertian ini tersirat bahwa seseorang penerima lisensi adalah independen terhadap lisensi, dalam pengertian bahwa penerima lisensi menjalankan sendiri usahanya, meskipun dalam menjalankan usahanya tersebut ia memanfaatkan HKI milik pemberi lisensi, yang untuk hal ini penerima lisensi membayar royalti kepada pemberi lisensi¹¹.

⁹ Iswi Hariyani, *op.cit*, hlm. 24

¹⁰ *Ibid*, Hlm. 26

¹¹ Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis: Lisensi Atau Waralaba Suatu Panduan Praktis*, 2004, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, Hlm. 14

Waralaba juga mengandung unsur-unsur yang sama dengan lisensi, hanya saja waralaba lebih menekankan kepada pemberian hak untuk menjual produk berupa barang atau jasa dengan memanfaatkan merek dagang milik *franchisor* dengan kewajiban kepada pihak *franchisee* untuk mengikuti metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba. dalam kaitan pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standar, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar penerima waralaba dapat menjalankan usahanya dengan baik¹².

¹² *Ibid*, Hlm. 15