

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Waralaba dan Kriteria Usaha Waralaba**

#### **1. Pengertian dan Pengaturan Hukum tentang Waralaba**

Di Indonesia bisnis penjualan secara retail semacam waralaba mulai dikembangkan, misalnya Pertamina yang memelopori penjualan bensin secara retail melalui Stasiun Pompa Bensin Umum (SPBU) berdasarkan lisensi pompa bensin yang diberikan oleh Pertamina. Karena sistem waralaba begitu menarik dan menguntungkan bagi dunia usaha, bisnis waralaba asing masuk dan berkembang pesat di Indonesia dengan memberi lisensi kepada pengusaha lokal, seperti perusahaan *Coca-cola*, *Kentucky Fried Chicken*, *Dunkin Donat*, dan lain-lain. Maka dari itu, perkembangannya pun telah merambat dari kota besar sampai ke kota kecil. Tentu saja akibatnya menimbulkan persaingan berat bagi pengusaha kecil lokal yang bergerak di bidang usaha yang sejenis.<sup>8</sup>

#### **a. Pengertian Waralaba**

Pada awalnya, istilah *franchise* tidak dikenal dalam kepustakaan hukum Indonesia. Hal ini dapat dimaklumi karena memang *franchise* sejak awal tidak

---

<sup>8</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perusahaan Indonesia* (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2010), hlm. 554.

terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun, karena pengaruh globalisasi yang melanda di berbagai bidang, maka *franchise* kemudian masuk ke dalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. Istilah *franchise* selanjutnya menjadi istilah yang akrab dengan masyarakat, khususnya masyarakat bisnis Indonesia dan menarik perhatian banyak pihak untuk mendalaminya. Kemudian istilah *franchise* diganti dengan istilah “waralaba” yang diperkenalkan pertama kali oleh Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Manajemen (LPPM) . Waralaba berasal dari kata “wara” yang berarti lebih atau istimewa dan “laba” berarti untung. Jadi, waralaba berarti usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa.<sup>9</sup>

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (1) PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Menurut Pasal 1 Ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba (Selanjutnya disingkat Permendag 31 Tahun 2008) menyatakan bahwa, waralaba yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan Perjanjian waralaba.

---

<sup>9</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Op. Cit.*, hlm. 119.

Asosiasi *Franchise* Indonesia sendiri memberikan arti yang berbeda tentang waralaba, yang dimaksud dengan waralaba ialah suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, dimana pemilik merek (*franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.<sup>10</sup>

#### **b. Pengaturan Hukum tentang Waralaba**

Di dalam hukum positif Indonesia, kita dapat menemukan pengaturan tentang waralaba dan dasar hukum dari berlakunya waralaba. Dasar hukum yang mengatur tentang waralaba yaitu:

##### (1) Peraturan Khusus

Di Indonesia, terdapat peraturan khusus yang mengatur tentang waralaba, khususnya yang berkenaan dengan tertib administrasinya, sehingga hal ini sangat membantu untuk menciptakan praktek waralaba yang baik. Peraturan khusus tersebut adalah PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Permendag 31 Tahun 2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan ini mengatur tentang tahap pembuatan perjanjian waralaba, mulai dari kriteria waralaba, isi atau klausula pokok dari perjanjian waralaba, kewajiban pemberi waralaba, pendaftaran, pembinaan dan pengawasan serta sampai kepada sanksi jika melanggar peraturan tersebut.

---

<sup>10</sup> Ardian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 31.

## (2) Perjanjian Sebagai Dasar hukum

Seperti yang kita ketahui bahwa dalam hukum dikenal suatu asas yang disebut sebagai asas “Kebebasan Berkontrak”. Maksudnya para pihak bebas melakukan kontrak apa pun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, kebiasaan, kesopanan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan ketertiban umum. Bahkan, diakui oleh undang-undang bahwa perjanjian yang dibuat secara sah mempunyai kekuatan hukum yang sama seperti kekuatan hukum berlakunya suatu undang-undang, seperti yang tertulis di dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUHPerdara. Oleh Karena itu, suatu perjanjian waralaba yang dibuat oleh para pihak (*franchisor* dan *franchisee*) berlaku sebagai undang-undang bagi mereka.<sup>11</sup>

KUHPerdara tidak menempatkan perjanjian waralaba sebagai suatu perjanjian bernama secara langsung, seperti jual beli, sewa-menyewa dan sebagainya. Karena itu, ketentuan hukum perjanjian yang berlaku di dalam suatu kontrak waralaba pada umumnya hanya ketentuan dalam bagian umum dari pengaturan tentang perjanjian, yaitu yang terdapat dalam Pasal 1233 sampai dengan Pasal 1456 KUHPerdara.

## (3) Hukum Keagenan Sebagai Dasar Hukum

Selain berlakunya pasal-pasal yang terdapat dalam perjanjian keagenan, berlaku juga Pasal 78 sampai dengan Pasal 83 KUHDagang (tentang Makelar dan komisioner) dan ketentuan-ketentuan yang bersifat administratif, seperti berbagai

---

<sup>11</sup> Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global* (Bandung: PT. Citra Aditya Bhakti, 2005), hlm. 133.

ketentuan dari Departemen Perindustrian, Departemen Perdagangan, dan sebagainya.

Pada dasarnya pola bisnis dengan keagenan, *distributorship*, dan waralaba mempunyai beberapa persamaan, yakni ketiga pola ini bergerak dalam pendistribusian barang dan atau jasa, serta hingga saat ini diatur secara umum berdasarkan Buku III KUHPerdata. Sementara itu pola bisnis waralaba dan distributor mempunyai beberapa persamaan yakni keduanya merupakan suatu cara pemasaran baik barang maupun jasa. Baik *franchisee* maupun distributor berhak menggunakan merek dagang, nama dagang, dari *franchisor* maupun prinsipal. Selain itu, *franchisee* dan distributor bertanggung jawab penuh atas segala tindakan yang dilakukan.<sup>12</sup>

#### (4) Undang-Undang Hak Cipta Sebagai Dasar Hukum

Pemerintah dalam rangka melindungi hak cipta, maka pada tanggal 12 April 1982 melalui Lembaran Negara Tahun 1982 Nomor 15, pemerintah Republik Indonesia telah mengundangkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta, yang menggantikan *Auteurswet* 1912. Undang-Undang Hak Cipta ini merupakan produk pembangun hukum yang bertujuan, antara lain, untuk mendorong dan melindungi penciptaan, penyebarluasan hasil karya bidang ilmu, seni dan sastra serta mempercepat pertumbuhan kecerdasan bangsa. Atas dasar Undang-Undang Nomor 12 Tahun 1997 yang menggantikan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 maka disusunlah menjadi Undang-Undang nomor 12 Tahun 2002 tentang Hak Cipta. Bisnis waralaba sangat terkait erat dengan masalah-masalah yang

---

<sup>12</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Op. Cit.*, hlm. 133-134.

berhubungan dengan Merek, Paten atau Hak Cipta, sehingga perundang-undangan di bidang Paten, Merek dan Hak Cipta berlaku dalam bisnis waralaba tersebut.

## **2. Kriteria Bisnis Waralaba**

Pemerintah dalam rangka menjaga agar suatu usaha bisnis waralaba memiliki kemampuan untuk menjalankan usaha serta membimbing *franchisee* dengan baik, maka secara tegas peraturan pemerintah menyatakan bagaimana kriteria usaha yang dapat dikatakan sebagai waralaba. Pasal 3 PP 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba menegaskan bahwa waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan (dibuat tertulis);
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan;
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Kriteria di atas ditegaskan kembali pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disingkat Permendag Nomor 53 Tahun 2012) sehingga dapat dikatakan kriteria di atas merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi oleh pemberi waralaba atau *franchisor* untuk menjalankan atau agar dikatakan bahwa bisnisnya layak menjadi bisnis dengan pola waralaba.

### 3. Jenis-Jenis Waralaba

Menurut *International Franchise Association* (IFA) terdapat 4 (empat) jenis waralaba mendasar yang biasa digunakan di Amerika Serikat.<sup>13</sup>

#### a. *Product Franchise*

Produsen menggunakan *Product Franchise* untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contoh terbaik dari jenis waralaba ini adalah toko ban yang menjual produk dari *franchisor*, menggunakan nama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh *franchisor*.

#### b. *Manufacturing Franchise*

Jenis waralaba ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merk *franchisor*. Jenis waralaba ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman. Kebanyakan pembuatan minuman botol menerima waralaba dari perusahaan dan harus menggunakan bahan baku untuk memproduksi, mengemas dalam botol dan mendistribusikan minuman tersebut.

#### c. *Business Opportunity Ventures*

Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, hlm. 125.

menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis dan sebagai timbal-baliknya pemilik bisnis harus membayar suatu biaya atau prestasi sebagai kompensasinya.

d. *Business Format Franchising*

Bentuk format ini merupakan bentuk *franchising* yang paling populer di dalam praktek. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis untuk memulai dan mengatur perusahaan. Sebaliknya, pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau royalti. Kadang-kadang, perusahaan juga mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli persediaan dari perusahaan.<sup>14</sup>

Di Indonesia sendiri, jenis *Business Format Franchising* merupakan jenis waralaba yang paling sering dipakai karena jenis ini merupakan jenis waralaba yang sangat mudah dan resiko yang sangat kecil karena penerima waralaba (*franchisee*) tidak harus memiliki terlebih dahulu pengetahuan yang mendalam dibidang usaha yang akan di waralabakan, hanya dengan mengeluarkan dana yang telah disepakai (umum nya biaya bervariasi berdasarkan paket yang akan diambil) *franchisee* sudah dapat membuka usaha waralaba itu dengan dukungan penuh dari *franchisor*. Pada setiap waralaba memiliki sistem yang berbeda, mulai dari *franchisee* diharuskan ikut aktif dalam kegiatan usaha tersebut dengan bimbingan *franchisor* atau dengan cara *franchisor* menjalankan usaha sepenuhnya sehingga

---

<sup>14</sup>*Ibid.*, hlm. 126.



*franchisee* hanya memberikan biaya awal dan fee kemudian hanya duduk santai menerima keuntungan tanpa ikut andil dalam kegiatan, biasanya jenis waralaba ini digunakan oleh waralaba bidang retail seperti *Alfamart* dan *Indomaret*.

## **B. Perjanjian Waralaba**

Sebelum berlakunya Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba yang sekarang diganti dengan PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, masalah waralaba menjadi persoalan besar, karena pewaralaba (*franchisor*) harus menggantung pada kesepakatan yang tertulis di dalam kontrak kerjasama. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang lahir di luar ketentuan KUHPerdara tetapi tetap tunduk pada KUHPerdara.

### **1. Perjanjian pada Umumnya**

#### **a. Pengertian Perjanjian**

Perjanjian dalam KUHPerdara diatur dalam Buku III tentang Perikatan, Bab Kedua, Bagian Kesatu sampai dengan Bagian Keempat. Pasal 1313 KUHPerdara memberikan rumusan tentang “perjanjian”. Perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih.

Rumusan tersebut selain tidak lengkap juga sangat luas. Tidak lengkap karena hanya menyatakan persetujuan sepihak saja. Sangat luas karena dengan dipergunakannya perkataan “perbuatan” tercakup juga perwakilan sukarela dan perbuatan melawan hukum. Sehubungan dengan itu, perlu kiranya diadakan perbaikan mengenai defenisi tersebut, yaitu:

- (1) Perbuatan harus diartikan sebagai perbuatan hukum, yaitu perbuatan yang bertujuan untuk menimbulkan akibat hukum;
- (2) Menambahkan perkataan “atau saling mengikatkan dirinya” dalam Pasal 1313 KUHPerdota.

Subekti sendiri mengemukakan hal yang berbeda yang menyatakan suatu perjanjian adalah suatu peristiwa di mana seorang berjanji kepada seorang lain atau di mana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.<sup>15</sup>

Berdasarkan uraian di atas, persetujuan adalah suatu perbuatan hukum, dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya atau saling mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.<sup>16</sup>

Istilah “kontrak” atau “perjanjian” dalam sistem hukum nasional memiliki pengertian yang sama, seperti halnya di Belanda tidak dibedakan antara pengertian “*contract*” dan “*overeenkomst*”. Kontrak atau perjanjian merupakan salah satu dari dua dasar hukum yang ada selain dari undang-undang yang dapat menimbulkan perikatan. Perikatan adalah suatu hubungan hukum yang mengikat satu atau lebih subjek hukum dengan kewajiban yang berkaitan satu sama lain. Perikatan yang lahir karena undang-undang mencakup misalnya kewajiban seorang ayah untuk menafkahi anak yang dilahirkan oleh istrinya.<sup>17</sup>

---

<sup>15</sup> Subekti, *Hukum Perjanjian* (Jakarta: Intermasa, 1984), hlm. 1.

<sup>16</sup> R. Setiawan, *Pokok-pokok Hukum Perikatan* (Bandung: Binacipta, 1979), hlm. 49.

<sup>17</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, *Op. Cit.*, hlm. 44.

Syarat sahnya suatu perjanjian secara umum diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, terdapat 4(empat) syarat yang harus dipenuhi untuk sahnya perjanjian, syarat-syarat tersebut adalah:

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

Syarat pertama dan kedua di atas dinamakan syarat-syarat subjektif, apabila salah satu dari kedua syarat tersebut tidak dapat dipenuhi, maka perjanjian dapat dibatalkan, sedangkan syarat ketiga dan keempat merupakan syarat-syarat obyektif, yakni jika salah satu dari kedua syarat tidak dipenuhi maka perjanjian menjadi batal demi hukum.

Jika syarat-syarat sahnya perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara telah dipenuhi, maka berdasarkan Pasal 1339 KUHPerdara, perjanjian telah mempunyai kekuatan hukum yang sama dengan kekuatan suatu undang-undang. Ketentuan Pasal 1338 Ayat (1) KUHPerdara menegaskan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Berdasarkan ketentuan di atas, maka ketentuan-ketentuan dalam Buku III KUHPerdara menganut sistem terbuka, artinya memberikan kebebasan kepada para pihak (dalam hal menentukan isi, bentuk, serta macam perjanjian) untuk mengadakan perjanjian akan tetapi isinya selain tidak bertentangan dengan

perundang-undangan, kesusilaan, ketertiban umum juga harus memenuhi syarat sahnya perjanjian.

### **b. Asas-Asas Perjanjian**

Asas-asas hukum perjanjian sebagai landasan pemikiran dalam hukum perjanjian terdapat baik dalam sistem hukum Indonesia (*civil law*) ataupun sistem *common law*. Dalam hukum perjanjian Indonesia (*civil law*) dikenal beberapa asas hukum yaitu:<sup>18</sup>

#### (1) Asas Konsensualisme

Dalam perjanjian, hal utama yang harus ditonjolkan ialah bahwa kita berpegang teguh pada asas konsensualitas, yang merupakan syarat mutlak bagi hukum perjanjian modern dan bagi terciptanya kepastian hukum. Asas konsensualitas mempunyai arti yang terpenting, yaitu bahwa untuk melahirkan perjanjian adalah cukup dengan dicapainya sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian tersebut dan bahwa perjanjian itu sudah dilahirkan pada saat atau detik tercapainya konsensus atau kesepakatan. Dengan perkataan lain, perjanjian itu sudah sah apabila hal-hal yang pokok sudah disepakati dan tidak diperlukan suatu formalitas.

#### (2) Asas kekuatan Mengikat

KUHPerdata yang menganut sistem terbuka salah satunya terlihat pada hukum kontrak memiliki kekuatan hukum yang mengikat, hal ini merujuk pada Pasal 1338 Ayat 1 KUHPerdata Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Di dalam Pasal 1339

---

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 64.

KUHperdata dimasukkan prinsip kekuatan mengikat ini suatu perjanjian tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan di dalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh keputusan, kebiasaan atau undang-undang.

*Adagium* (ungkapan) *pacta sunt servanda* diakui sebagai aturan bahwa semua persetujuan yang dibuat oleh manusia-manusia secara timbal balik pada hakikatnya bermaksud untuk dipenuhi dan jika perlu dapat dipaksakan sehingga secara hukum mengikat.

### (3) Asas Kebebasan Berkontrak

Prinsip bahwa orang pada persetujuan-persetujuan mengasumsikan adanya suatu kebebasan tertentu di dalam masyarakat untuk dapat turut serta di dalam lalu-lintas yuridis dan hal ini mengimplikasikan pula prinsip kebebasan berkontrak.

Berlakunya asas kebebasan berkontrak dalam hukum perjanjian Indonesia, antara lain dapat disimpulkan dalam rumusan-rumusan Pasal 1329 yang menyatakan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan, kecuali jika ia oleh undang-undang tidak dinyatakan tidak cakap. Sedangkan Pasal 1332 menyatakan hanya barang-barang yang dapat diperdagangkan saja dapat menjadi pokok suatu perjanjian. Serta Pasal 1338 Ayat (1) yang menyatakan semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Di dalam perjalanan dari asas kebebasan berkontrak, berlakunya asas ini tidak mutlak. KUHPperdata memberikan pembatasan berlakunya asas kebebasan

berkontrak, dalam ketentuan Pasal 1320 Ayat (1) KUHPerdara menentukan bahwa perjanjian tidak sah apabila dibuat tanpa adanya sepakat dari pihak yang membuatnya. Berdasarkan pada Pasal 1320 Ayat (2) KUHPerdara dapat disimpulkan bahwa kebebasan untuk membuat suatu perjanjian dibatasi oleh apakah seseorang cakap dimata hukum serta Pasal 1320 Ayat (4) *juncto* Pasal 1337 KUHPerdara menentukan bahwa para pihak tidak bebas untuk membuat perjanjian yang menyangkut kuasa yang dilarang oleh undang-undang atau bertentangan dengan kesusilaan baik atau bertentangan dengan ketertiban umum.

#### (4) Asas Kepribadian (*privity of contract*)

Asas kepribadian tercantum dalam Pasal 1340 KUHPerdara, menyatakan bahwa suatu perjanjian hanya berlaku antara pihak-pihak yang membuatnya. Suatu perjanjian tidak dapat membawa rugi kepada pihak-pihak ketiga, tidak dapat pihak-pihak ketiga mendapat manfaat karenanya, selain dalam hal yang diatur dalam Pasal 1317.

Ruang lingkup ini hanya terbatas bagi para pihak yang terlibat di dalam suatu perjanjian saja, hal ini tercantum dalam bunyi Pasal 1340 Ayat (1). Dengan demikian pihak ketiga atau pihak diluar perjanjian tidak dapat menuntut suatu hak berdasarkan perjanjian itu.

### **c. Akibat Hukum Perjanjian**

Suatu perjanjian yang memenuhi keabsahan memiliki kekuatan yang mengikat bagi para pihak, dan akibat hukum dari perikatan itu adalah:

- (1) Para pihak terikat pada isi perjanjian dan juga berdasarkan kepatutan, kebiasaan dan undang-undang (Pasal 1338, 1339 dan 1340 KUHPerdara);
- (2) Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik (*good faith*) (Pasal 1338 Ayat (3) KUHPerdara);
- (3) Kreditur dapat memintakan pembatalan perbuatan debitur yang merugikan kreditur (*actio pauliana*) (Pasal 1341 KUHPerdara).

## 2. Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba memuat kumpulan persyaratan, ketentuan, dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *franchisor* bagi para *franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan yang berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya, serta ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dan *franchisee*.<sup>19</sup>

Asas yang tersirat dalam Pasal 1338 Ayat (1) KUHPerdara yaitu asas kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Sampai dengan batas tertentu, ketentuan dalam perjanjian yang disepakati oleh para pihak harus dihormati. Di Indonesia meskipun tidak dirumuskan secara eksplisit mengenai pembatasan tersebut, namun dalam ketentuan Pasal 1337 KUHPerdara, terdapat pembatasan bahwa setiap perjanjian tidak boleh bertentangan dengan peraturan, kesusilaan dan ketertiban umum. Secara khusus dalam peraturan

---

<sup>19</sup>Ardian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 79.

tertentu yang melarang setiap perbuatan hukum atau peristiwa hukum yang menyebabkan terjadinya penyelundupan hukum.

Sehubungan dengan syarat sahnya perjanjian waralaba antara pemberi waralaba (*franchisor*) dengan penerima waralaba (*franchisee*), harus memenuhi ketentuan dalam Pasal 1320 KUHPerdata sebagai berikut:

- a. Adanya kesepakatan dari para pihak yang membuat perjanjian;
- b. Para pihak harus cakap (mampu) bertindak dalam hukum;
- c. Suatu hal tertentu;
- d. Sebab yang halal.

Adapun klausula wajib perjanjian waralaba berdasarkan Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, setidaknya memuat:

- a. nama dan alamat para pihak;
- b. jenis Hak Kekayaan Intelektual;
- c. kegiatan usaha;
- d. hak dan kewajiban para pihak;
- e. bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan Pemberi waralaba kepada Penerima waralaba;
- f. wilayah usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.



Pemberi waralaba merasa memiliki andil besar dalam sistem waralaba yang telah dikembangkannya karena dianggap berhasil dan oleh karenanya harus telah didaftarkan dan memperoleh STPW.

#### **a. Asas-Asas dalam Perjanjian Waralaba**

Waralaba merupakan sistem pemasaran barang atau jasa dan atau teknologi yang didasarkan pada kerjasama yang erat dan terus menerus antara para pelaku (*franchisor* dan *franchisee*) yang terpisah baik secara hukum maupun keuangan, dimana *Franchisor* memberikan hak (untuk menggunakan merek dagang dan atau merek jasa, metode teknis, dan sistem prosedural dan atau Hak Milik Intelektual) kepada *franchisee* dengan dukungan bantuan teknis dan komersial, serta untuk semua hal tersebut *franchisee* dibebani kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *franchisor* dan membayar biaya yang ditetapkan.

*Franchisor* dan *franchisee* dalam mengatur hubungannya sering kali mewujudkan dalam suatu perjanjian tertentu. Perjanjian dalam hukum Indonesia tunduk pada pengaturan hukum buku III KUHPerdara, karena itu waralaba merupakan kerjasama bisnis yang tunduk pada pengaturan buku III KUHPerdara.

Di dalam ilmu hukum, terdapat sejumlah asas-asas hukum yang penting dalam hukum perjanjian, yang dapat diterapkan dalam perjanjian waralaba, asas-asas tersebut yaitu:

##### (1) Asas Keseimbangan

Asas ini menghendaki kedua belah pihak memenuhi dan melaksanakan perjanjian itu. Asas keseimbangan ini merupakan kelanjutan dari asas persamaan. *franchisor*

dinilai mempunyai kekuatan untuk menuntut prestasi namun *franchisor* memikul pula beban melaksanakan perjanjian itu dengan itikad baik. Kedudukan *franchisor* yang kuat apabila diimbangi pula dengan kewajibannya untuk memperhatikan itikad baik, maka kedudukan *franchisor* dan *franchisee* dapat seimbang. Asas keseimbangan menekankan pada keseimbangan antara hak dan kewajiban dari para pihak secara wajar dengan tidak membebani salah satu pihak saja.

### (2) Asas Konesualitas

Menurut asas konesualitas, maka perjanjian sudah dianggap ada saat tercapainya kesepakatan tentang hal-hal yang diperjanjikan. Asas ini perlu diperhatikan dalam hal akan memperbaharui perjanjian lama perlu ditentukan kembali dalam perjanjian pembaharuan.

Hal ini dapat menimbulkan persengketaan karena suatu syarat yang telah disepakati dalam perjanjian terdahulu padahal syarat tersebut mengalami perubahan maka secara otomatis kesepakatan terdahulu akan berlaku kembali padahal syarat tersebut tidak ingin dipertahankan.

### (3) Asas Itikad Baik

Persetujuan tersebut harus dilaksanakan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Oleh karena itu, maka kedua pihak harus menjunjung tinggi asas ini sehingga baik hak maupun kewajiban yang harus diberikan kepada *franchisor* dengan baik serta itikad baik.

#### (4) Asas Kerahasiaan

Asas ini menurut Rooseno, pada dasarnya mewajibkan kepada para pihak (*franchisor* dan *franchisee*) untuk menjaga kerahasiaan data ataupun ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, misalnya *trade-secret-knowhow* atau resep makanan/minuman dan tidak dibenarkan untuk memberitahukan kepada pihak ketiga, kecuali undang-undang menghendakinya.

Asas kerahasiaan ini merupakan hal yang esensial dalam suatu perjanjian waralaba. Pada dasarnya bisnis dengan pola waralaba sangat mengandalkan ciri khas dari suatu produk barang/jasa. Sehingga apabila unsur kerahasiaan dari *trade-secret-know-how* tidak dijaga dengan baik hal ini akan merugikan *franchisor* karena mengakibatkan ciri khas dari waralaba yang ada diketahui oleh pihak ketiga. Lolosnya informasi yang sangat penting dapat mengakibatkan kerugian baru bagi *franchisor* karena menimbulkan kompetitor/pesaing baru dalam bidang bisnis yang sama.

#### (5) Asas Persamaan Hukum

Asas ini menempatkan para pihak di dalam persamaan derajat, tidak ada perbedaan perlakuan terhadap perbedaan kulit, bangsa, budaya, kekayaan, kekuasaan, jabatan dan lain-lain. Masing-masing pihak wajib melihat adanya persamaan ini dan mengharuskan kedua pihak untuk menghormati satu sama lain.

Asas ini penting terutama dalam perjanjian waralaba yang bersifat internasional, karena dalam perjanjian waralaba internasional pihak-pihak yang terlibat terdiri dari subjek-subjek hukum yang berlainan baik negara, kewarganegaraan maupun geografis.

#### (6) Asas Kebebasan Berkontrak

Pasal 1338 KUHPerdara menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang namanya tidak dikenal oleh undang-undang namun diatur sesuai Pasal 1338 KUHPerdara.<sup>20</sup>

Waralaba dari aspek/unsurnya, yang menyaratkan adanya 4(empat) unsur, yaitu:

- a. Pemberian hak untuk berusaha dalam bisnis tertentu;
- b. Lisensi untuk menggunakan tanda pengenal usaha, biasanya suatu merek dagang atau merek jasa, yang akan menjadi ciri pengenal dari bisnis waralaba;
- c. Lisensi untuk menggunakan rencana pemasaran dan bantuan yang luas oleh *franchisor* kepada *franchisee*; dan
- d. Pembayaran oleh *franchisee* kepada *franchisor* berupa sesuatu yang bernilai bagi *franchisor* selain dari harga borongan *bonafide* atas barang yang terjual.<sup>21</sup>

#### **b. Pihak-Pihak dalam Waralaba**

Di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, terdapat beberapa pihak yang terlibat didalamnya. Pihak-pihak dalam perjanjian waralaba tersebut yaitu:

- (1) Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

---

<sup>20</sup> <http://jetryana.wordpress.com/2011/04/02/waralaba-franchise-hak-guna-paten/> diakses pada 28/01/2014 Pukul 07.41

<sup>21</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawati sewu, *Op. Cit.*, hlm. 120-121.

- (2) Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki oleh pemberi waralaba.
- (3) Pemberi waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak dari pemberi waralaba untuk menggunakan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba untuk menunjuk penerima waralaba lanjutan.
- (4) Penerima waralaba lanjutan adalah orang perseorangan atau badan usaha yang menerima hak untuk menggunakan dan/atau menggunakan waralaba dari pemberi waralaba lanjutan.<sup>22</sup>

### **c. Aspek-Aspek dalam Waralaba**

Dari sudut muatan yang terkandung di dalam suatu perjanjian waralaba yang umumnya terdiri dari pasal-pasal, jika dilakukan suatu identifikasi terhadap pokok-pokok materi yang terpenting di dalam perjanjian tersebut maka minimal terdapat klausula-klausula utama sebagai berikut:

#### (1) Objek yang diwaralabakan

Objek yang diwaralabakan harus menjelaskan secara cermat mengenai bisnis barang/jasa apa yang termasuk dalam waralaba.

#### (2) Tempat Berbisnis

Tempat berbisnis dan penampilan yang baik dan membawa ciri *franchisor* dibutuhkan dalam usaha waralaba. Tempat yang akan dijadikan lokasi berbisnis

---

<sup>22</sup><http://dimarzuliaskimsah.blogspot.com/2011/02/hukum-kegiatan-usaha-waralaba.html>  
diakses pada 27-01-2014 Pukul 12.50

harus diperhatikan dengan baik agar kerjasama yang dijalankan menghasilkan keuntungan yang layak.

### (3) Wilayah Waralaba

Bagian ini meliputi pemberian wilayah oleh *franchisor* kepada *franchisee*, dimana dalam pertimbangan pemberian wilayah ini harus didasarkan pada strategi pemasaran. Idealnya wilayah yang diberikan merupakan wilayah yang tidak terlampau luas ataupun terlampau sempit, sehingga dapat di eksploitasi secara maksimal.

### (4) Sewa Guna

Sewa guna ini dilakukan apabila lokasi usaha waralaba didapat dengan suatu sewa. Jangka waktu sewa ini paling tidak harus sama dengan jangka waktu berlakunya perjanjian waralaba.

Seringkali waralaba menggunakan tempat untuk berbisnis yang bukan miliknya, ia menyewa suatu tempat untuk melakukan aktivitas waralaba. Dalam hal ini tempat tersebut diperoleh berdasarkan perjanjian sewa menyewa maka secara bijaksana lamanya waktu menyewa tempat tidak lebih singkat dibandingkan dengan jangka waktu perjanjian waralaba.

### (5) Pelatihan dan Bantuan Teknik dari *Franchisor*

Pelatihan merupakan hal mutlak yang harus dilakukan oleh calon *franchisee* ataupun para *franchisee*. *Franchisor* merasa bahwa pelatihan terutama untuk tahap awal merupakan hal yang terpenting, *franchisor* harus mendapat kepastian bahwa para *franchisee* beserta staff mereka telah mendapat pelatihan yang baik.

*Franchisee* harus menilai kelayakan dari pelatihan serta bantuan teknik yang diberikan oleh *franchisor* kepadanya. Kelayakan ini penting karena sangat berguna bagi *franchisee* di dalam menjalankan bisnisnya, karena apabila *franchisee* tidak mendapat bantuan teknik serta pelatihan yang cukup maka akan mendapat kesulitan di dalam menjalankan roda bisnisnya.

#### (6) Standar Operasional

Standar operasional yang diterapkan dalam waralaba biasanya tertuang dalam buku petunjuk operasional/*operation manuals*. Petunjuk tersebut mengandung metode, dalam bentuk tertulis yang lengkap untuk menjalankan bisnis waralaba.

#### (7) Pertimbangan-pertimbangan Keuangan

Pertimbangan keuangan merupakan hal yang paling sensitif dalam perjanjian waralaba. Besarnya uang yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor* pada hakekatnya merupakan pengganti atas pemberian hak-haknya dari *franchisor* kepada *franchisee*.

Terdapat beberapa jenis pembayaran yang menjadi kewajiban dari *franchisee* kepada *franchisor*, yaitu: *initial fee*, *continuing fee*, royalti serta biaya lain yang disepakati yang berguna di dalam memelihara kelanjutan hubungan waralaba.

#### (8) Klausula-klausula kerahasiaan

Perjanjian waralaba selalu memuat klausula yang melarang para pihak (*franchisor* maupun *franchisee*) untuk memberitahukan rahasia dagang kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai kepentingan dengan bisnis. Klausula ini sangat penting

dalam suatu Perjanjian waralaba karena bila rahasia dagang diketahui oleh pihak lain akan menimbulkan pesaing baru dalam bidang bisnis barang/jasa yang sama.

#### (9) Klausula yang Membatasi Persaingan

Selain itu, biasanya dicantumkan pula bahwa setelah berakhirnya perjanjian maka pihak waralaba dibatasi untuk tidak berusaha dalam bisnis yang sejenis dengan usaha waralaba yang sebelumnya telah dijalankan selama periode tertentu.

#### (10) Pertanggungjawaban

Pertanggungjawaban merupakan hal yang penting, karena memuat mengenai sampai sejauh mana tanggung jawab yang dipikul baik oleh *franchisor* maupun *franchisee*. Pertanggungjawaban para pihak harus dirumuskan secara jelas dan terperinci agar masing-masing pihak mengetahui dengan tepat hal apa saja yang menjadi tanggung jawabnya.

#### (11) Pengiklanan dan Startegi Pemasaran

Masalah iklan yang perlu diperhatikan dalam perjanjian waralaba ini dalam hal siapa yang berhak memasang iklan, serta siapa yang membiayai pemasangan iklan itu, iklan itu bersifat lokal, regional, atau bahkan internasional, berapa banyak frekuensi pengiklanannya untuk setiap bulan/tahun, serta apakah *franchisee* dikenakan semacam iuran wajib untuk semua hal tersebut di atas.

#### (12) Penetapan Harga dan Pembelian-pembelian

Penetapan harga dalam bisnis waralaba ini sangat penting, apakah kewenangan penetapan harga berada di tangan *franchisor* sepenuhnya atau *franchisee*



mempunyai andil pula dalam penentuan harga. Biasanya penetapan harga ditetapkan oleh *franchisor* dengan mempertimbangkan masukan dari *franchisee*.

#### (13) Status Badan Usaha

Hingga saat ini perusahaan Indonesia yang hendak melibatkan diri dalam perjanjian waralaba tidak disyaratkan status badan usaha/perusahaannya. Hal ini harus diperhatikan karena memberikan dampak terhadap perancangan perjanjian waralaba.

#### (14) Hak Untuk Menggunakan Nama Dan Merek Dagang

Dalam kerjasama waralaba kita tidak akan terlepas dari merek dagang atau logo serta desain dari perusahaan yang bersangkutan. Merek dagang, logo dan desain perusahaan itu merupakan identitas dan ciri khas dari waralaba itu. *Franchisor* akan memberikan kepada *franchisee* sehingga identitas serta penampilan bisnis *franchisee* akan sama dengan bisnis milik *franchisor*.

Perjanjian waralaba harus memuat pula mengenai pihak yang bertanggung jawab atas pendaftaran tersebut, biasanya kewajiban mendaftarkan serta pembiayaan ditanggung oleh pihak *franchisee* sesuai kesepakatan yang tertuang dalam perjanjian. Hal-hal tersebut di atas merupakan hal-hal yang harus diperhatikan dalam menegosiasikan perjanjian waralaba.

#### (15) Masa Berlaku dan Kemungkinan Pembaharuan/Perpanjangan Perjanjian

Prinsip dasar dalam mengatur jangka waktu perjanjian ini adalah bahwa hubungan harus dapat bertahan pada jangka waktu yang cukup lama. Hubungan waralaba ini merupakan hubungan bisnis yang memerlukan waktu yang cukup untuk dapat

mencapai hasil yang memadai. Jangka waktu perjanjian yang pendek akan memberatkan bagi pihak *franchisee* karena kesempatan untuk memaksimalkan fungsi operasional sangat singkat, sebaliknya apabila jangka waktu perjanjian cukup panjang maka kesempatan untuk mendapat keuntungan dari operasi waralaba cukup dimungkinkan.

#### (16) Pengakhiran Perjanjian

Seperti telah dikemukakan di atas, kerjasama dibidang bisnis waralaba biasanya berlaku 5-10 tahun. Apabila jangka waktu itu telah terlampaui *franchisor* akan meninjau kembali hubungan itu dan juga *franchisee* seringkali berkeinginan untuk dapat terus memelihara serta memperbaharui hubungan kerjasama bisnis waralaba tersebut.

#### (17) Penafsiran terhadap Perjanjian

Para pihak dapat menyepakati masalah penafsiran ini, terutama apabila dalam bisnis waralaba terlibat 2(dua) pihak yang berlainan bangsa atau kewarganegaraan. Biasanya waralaba bertanggung jawab dalam masalah penerjemahan dan pengadaptasian dari semua material dan informasi yang digunakan secara lokal dan informasi lain yang disediakan oleh *franchisor*, akan tetapi semua terjemahan harus sesuai dan disetujui oleh *franchisor*.

#### (18) Pilihan Hukum dan Pilihan Forum

Semua perjanjian harus benar-benar memperhatikan penetapan hukum mana yang akan diterapkan dalam perjanjian, serta tempat hukum mana yang dipilih untuk menyelesaikan perselisihan-perselisihan yang timbul. Selain pilihan hukum terdapat pula pemilihan forum apakah dimungkinkan pula untuk menyelesaikan

perselisihan dengan arbitrase atau penyelesaian hanya berdasarkan proses yudisial biasa yakni melalui pengadilan.<sup>23</sup>

### **C. Bentuk Hukum, Legalitas Usaha dan Pendaftaran Usaha Waralaba**

#### **1. Bentuk Hukum Perusahaan**

Dilihat dari kriteria jumlah pemilik, perusahaan diklasifikasikan menjadi perusahaan perseorangan dan perusahaan persekutuan. Perusahaan perseorangan didirikan dan dimiliki oleh satu orang pengusaha sedangkan perusahaan persekutuan didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang pengusaha yang bekerja sama dalam satu persekutuan (*maatschap, partnership*). Adapun dilihat dari status pemilikannya, perusahaan diklasifikasikan menjadi perusahaan swasta dan perusahaan negara. Perusahaan swasta didirikan dan dimiliki oleh pihak swasta, sedangkan perusahaan negara didirikan dan dimiliki oleh negara, lazim disebut Badan Usaha Milik Negara (BUMN). Dilihat dari bentuk hukumnya, perusahaan diklasifikasikan menjadi perusahaan badan hukum dan perusahaan bukan badan hukum. Perusahaan badan hukum ada yang dimiliki oleh pihak swasta, yaitu perseroan umum (*perum*) dan perusahaan perseroan (*persero*). Perusahaan badan hukum perseroan terbatas dan koperasi selalu berupa perusahaan persekutuan, sedangkan perusahaan bukan badan hukum dapat berupa perusahaan perseorangan dan perusahaan persekutuan, dan hanya dimiliki oleh pihak swasta. Berdasarkan klasifikasi tersebut dapat ditentukan ada tiga jenis bentuk hukum perusahaan, yaitu.<sup>24</sup>

---

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm.134-147.

<sup>24</sup> *Ibid.*, hlm. 83.

a. Perusahaan Perseorangan

Perusahaan perseorangan adalah perusahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh pengusaha perseorangan. Perusahaan perseorangan dapat mempunyai bentuk hukum menurut bidang usahanya, yaitu perusahaan perindustrian, perusahaan perdagangan dan perusahaan perjasaaan.

b. Perusahaan Bukan Badan Hukum

Perusahaan bukan badan hukum adalah perusahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang pengusaha secara kerjasama. Bentuk perusahaan ini merupakan perusahaan persekutuan yang dapat menjalankan usaha dalam bidang perekonomian, yaitu bidang perindustrian, perdagangan, dan perjasaaan. Perusahaan persekutuan dapat mempunyai bentuk hukum firma dan persekutuan komanditer (CV).

c. Perusahaan Badan Hukum

Perusahaan badan hukum terdiri atas perusahaan swasta yang didirikan dan dimiliki oleh beberapa orang pengusaha secara kerjasama dan perusahaan negara yang didirikan dan dimiliki oleh negara. Perusahaan badan hukum dapat menjalankan usasha dalam semua bidang perekonomian, yaitu perindustrian, perdagangan, perjasaaan, dan pembiayaan. Perusahaan ini mempunyai bentuk hukum perseroan terbatas (PT) dan koperasi yang dimiliki oleh pengusaha swasta sedangkan perusahaan umum (perum) dan perusahaan perseroan (persero) yang dimiliki negara.

Bentuk-bentuk hukum perusahaan ada yang sudah diatur dan ada yang belum diatur dalam perundang-undangan. Bentuk yang sudah diatur dalam perundang-undangan adalah bentuk hukum perusahaan bukan badan hukum dan badan hukum, baik perusahaan swasta maupun perusahaan negara. Bentuk hukum perusahaan swasta yang sudah diatur dalam perundang-undangan adalah sebagai berikut:<sup>25</sup>

- (1) Firma (Fa) dan persekutuan komanditer (CV) diatur dalam KUHD.
- (2) Perseroan Terbatas (PT) diatur dalam Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas.
- (3) Badan usaha koperasi diatur dalam Undang-Undang Nomor 17 Tahun 2012 tentang Perkoperasian.

Bentuk-bentuk perusahaan negara (BUMN) yang ditentukan dalam Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1969 diklasifikasikan menjadi tiga jenis, yakni:

- (1) Perusahaan jawatan (perjan) diatur dalam *Indonesische Berdrijvenwet* (Stb. No. 419 Tahun 1927).
- (2) Perusahaan umum (perum) diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1960 tentang Perusahaan Negara.
- (3) Perusahaan perseroan (persero) diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 1969 tentang Perusahaan Perseroan.

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (1) PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba menyatakan pemberi waralaba adalah orang atau perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 85.

dimiliki pemberi waralaba. Dari pengertian di atas secara jelas tertulis pemberi waralaba bisa perseorangan maupun badan usaha sehingga baik perusahaan badan hukum maupun non badan hukum dapat mendirikan usaha waralaba.

## **2. Legalitas Perusahaan**

Setiap perusahaan yang menjalankan kegiatan usaha wajib memenuhi syarat operasional usaha. Setiap perusahaan yang telah memenuhi syarat tersebut dinyatakan sebagai perusahaan yang mempunyai bukti legalitas kegiatan usaha. Legalitas kegiatan usaha yang dimaksud terdiri atas bukti tanda daftar usaha perdagangan (TDUP) dan surat izin usaha perdagangan (SIUP). Kedua bukti legalitas kegiatan tersebut diatur dalam SK-Menperindag No. 408/MPP/Kep/10/1997 tentang Tata Cara Pemberian TDUP dan SIUP.

### **a. Akta Pendirian Usaha**

Akta pendirian perusahaan merupakan salah satu bentuk legalitas usaha yang dibuat di muka notaris, yaitu pejabat umum yang diberi wewenang untuk itu oleh undang-undang. Akta pendirian tersebut memuat anggaran dasar perusahaan, yaitu seperangkat peraturan yang menjadi dasar berdiri dan beroperasinya perusahaan menurut hukum. Akta pendirian perusahaan persekutuan badan hukum harus mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM. Sedangkan akta pendirian perusahaan persekutuan bukan badan hukum tidak perlu mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM, cukup didaftarkan pada kepaniteraan pengadilan negeri setempat.

Akta pendirian badan hukum perlu mendapat pengesahan dari Menteri Hukum dan HAM karena pengesahan itu merupakan pengawasan apakah anggaran dasar perusahaan sudah sesuai dengan ketentuan undang-undang dan sekaligus pengakuan sebagai badan hukum (Pasal 7 Ayat (6) Undang Undang Nomor 1 Tahun 1995). Karena memuat anggaran dasar perusahaan, akta pendirian tersebut diumumkan kepada khalayak ramai melalui Tambahan Berita Negara Republik Indonesia.

Pada garis besarnya akta pendirian perusahaan yang memuat anggaran dasar itu secara formal memuat judul, nomor, tempat, hari dan tanggal pembuatan dan penandatanganan akta pendirian. Selain itu, secara materiil memuat identitas para pendiri, identitas perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi perusahaan, jangka waktu berdiri perusahaan, usaha perusahaan, hubungan hukum perusahaan (internal dan eksternal), kewajiban dan hak terhadap pihak ketiga, cara penyelesaian jika terjadi sengketa dan lain-lain yang perlu.<sup>26</sup>

#### b. Nama Perusahaan

Nama perusahaan merupakan jati diri yang dipakai oleh perusahaan untuk menjalankan usahanya. Nama perusahaan ini melekat pada bentuk badan usaha atau perusahaan tersebut, dikenal oleh masyarakat, dipribadikan sebagai perusahaan tertentu, dan dapat membedakan perusahaan itu dengan perusahaan lain. Karena melekat pada perusahaan, nama perusahaan tidak bisa dipisahkan dengan perusahaan tersebut. Kalau perusahaannya lenyap, nama perusahaan itu pun menjadi lenyap pula. Demikian juga kalau perusahaan itu dialihkan kepada

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 331.

orang lain.<sup>27</sup> Nama perusahaan orang lain yang sudah ada dilarang untuk digunakan walaupun terdapat sedikit perbedaan, hal itu akan membingungkan masyarakat. Selain itu, juga dilarang memakai nama perusahaan yang serupa atau berasal dari merek perusahaan atau merek dagang orang lain yang sudah ada terdahulu walaupun ada sedikit perbedaan.

c. Merek Perusahaan.

Ketentuan tentang Merek diatur dalam Undang Undang Nomor 15 tahun 2001. Undang-Undang ini mencabut Undang-Undang Nomor 14 Tahun 1997 tentang Merek. Menurut Pasal 1 angka 1 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2011 menyatakan merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang mempunyai unsur pembeda yang dapat digunakan untuk usaha perdagangan barang atau jasa.

### **3. Pendaftaran Usaha Waralaba**

Berdasarkan Pasal 9 Ayat (1) Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba menyatakan pemberi waralaba wajib memiliki STPW. STPW adalah bukti pendaftaran Prospektus penawaran waralaba bagi pemberi dan/atau pemberi waralaba lanjutan serta bukti pendaftaran perjanjian waralaba bagi penerima waralaba dan/atau penerima waralaba lanjutan, yang diberikan setelah memenuhi persyaratan pendaftaran yang ditentukan dalam peraturan tersebut.

---

<sup>27</sup> Zaeni Asyhadie, *Hukum Bisnis: Prinsip dan Pelaksanaannya di Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 83.



Untuk mendapatkan STPW , pada Pasal 10 Ayat (2) dijelaskan pemberi waralaba baik yang berasal dari dalam negeri, luar negeri dan pemberi waralaba lanjutan mendaftarkan Prospektus Penawaran Waralaba ke Direktorat Bina Usaha Perdagangan up. Kantor Unit Pelayanan Perdagangan Kementerian Perdagangan dengan mengisi formulir yang telah tersedia.

Permohonan STPW yang dimaksud dalam Pasal 9 harus ditandatangani oleh pemilik, pengurus atau penanggungjawab perusahaan dengan melampirkan dokumen-dokumen yang menjadi persyaratan dalam permohonan STPW.

Sebelum STPW diterbitkan, apabila diperlukan Pejabat Penerbit STPW dapat meminta pemohon untuk melakukan presentasi mengenai kegiatan usaha waralaba yang dilakukan di hadapan Tim Penilai. Hasil penilaian Tim penilai merupakan rekomendasi persetujuan penerbitan STPW. Tim Penilai dibentuk oleh Direktur Jendral Perdagangan Dalam Negeri sesuai dengan kebutuhan.

STPW berlaku selama 5 tahun dan dapat diperpanjang untuk jangka waktu yang sama. STPW dinyatakan tidak berlaku apabila:

- a. Jangka waktu STPW berakhir;
- b. Perjanjian waralaba berakhir;
- c. Pemberi waralaba dan/atau penerima waralaba menghentikan kegiatan usahanya.

Menteri mendelegasikan wewenang penerbitan STPW untuk permohonan yang diajukan oleh pemberi waralaba kepada Kordinator dan Pelaksanaan Unit Pelayanan Perdagangan Kementerian Perdagangan.

## **D. Upaya Hukum Penyelesaian Sengketa Ekonomi**

Kemajuan bidang industri mengakibatkan perkembangan perdagangan yang cepat dan luas. Perkembangan perdagangan menciptakan berbagai hubungan hukum perjanjian antara para pengusaha. Dalam hubungan hukum tersebut, para pihak wajib memenuhi kewajiban mereka masing-masing secara timbal balik. Dalam pemenuhan kewajiban itu mungkin pula terjadi perbedaan interpretasi atau silang pendapat yang dapat menuju pada sengketa kepentingan yang lazim disebut sengketa perdagangan. Sengketa perdagangan akan menjadi masalah jika tidak dapat diselesaikan sendiri oleh pihak-pihak. Untuk mengatasi hal tersebut, para pengusaha yang bersengketa berupaya mencari penyelesaian melalui peradilan umum (litigasi atau nonlitigasi) yang dibentuk oleh negara.<sup>28</sup>

### **1. Peradilan Negeri**

Apabila penyelesaian sengketa perdagangan melalui peradilan umum, sudah dapat diduga bahwa proses penyelesaian sengketa akan memerlukan perjalanan waktu yang cukup lama, dengan biaya relatif mahal. Hal ini sudah pasti bertentangan dengan filosofi para pengusaha yang berpegang pada prinsip "*time is money*". Penyelesaian sengketa perdagangan yang dibutuhkan pengusaha justru yang memenuhi asas peradilan sederhana: waktu relatif singkat, biaya relatif murah, putusan yang adil, kekuatan mengikat, dan eksekusi putusannya sama dengan putusan hakim peradilan umum. Peradilan alternatif yang dimaksud adalah arbitrase.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> Abdulkadir Muhammad, *Op. Cit.*, hlm. 617.

<sup>29</sup> *Ibid.*

## 2. Arbitrase

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 menyatakan arbitrase adalah cara penyelesaian sengketa perdata di luar pengadilan umum yang didasarkan pada perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa. Sedangkan Pasal 1 Ayat (10) menyatakan alternatif penyelesaian sengketa adalah lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negoisasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli. Sengketa para pihak yang secara tegas sudah terikat dalam perjanjian arbitrase menjadi wewenang arbitrase, bukan wewenang pengadilan umum (pengadilan negeri).<sup>30</sup>

Berdasarkan ketentuan Pasal 1 butir 8 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 bahwa lembaga arbitrase adalah badan yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu, lembaga tersebut juga dapat memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal belum timbul sengketa. Atas pasal ini, lembaga Arbitrase diartikan sama dengan badan arbitrase, yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa. Pihak yang bersengketa adalah para pengusaha. Dibandingkan dengan proses litigasi di pengadilan, arbitrase mempunyai kelemahan, yaitu tidak mempunyai kekuatan untuk eksekusi putusan, jika pihak yang kalah tidak mau secara sukarela memenuhi putusan arbitrase<sup>31</sup>.

---

<sup>30</sup> *Ibid*, hlm. 621

<sup>31</sup> Rahmadi Usman, *Mediasi di Pengadilan: dalam teori dan praktik* (Jakarta: Sinar Grafika, 2012), hlm. 20.

#### a. Peraturan Lembaga Arbitrase

Dalam Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 diatur tentang berbagai ketentuan mengenai Lembaga Arbitrase. Agar penyelesaian tersebut dapat dilakukan dengan sempurna, perlu diketahui dan diinventarisasikan lebih dahulu berbagai ketentuan umum mengenai Lembaga Arbitrase dan ketentuan khusus mengenai acara arbitrase. Penyesuaian yang dimaksud dapat dilakukan oleh Lembaga Arbitrase yang sudah ada (BANI dan Basyarnas) sehingga eksistensi kedua Lembaga Arbitrase tersebut memenuhi ketentuan pasal-pasal Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999. Penyesuaian tersebut tercantum dalam akta pendirian yang memuat Anggaran Dasar Lembaga Arbitrase yang Bersangkutan.

##### (1) Dasar Hukum Lembaga Arbitrase

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 Lembaga Arbitrase adalah badan yang dipilih berdasarkan perjanjian oleh para pihak (pengusaha) yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu di bidang perdagangan, perindustrian, atau keuangan. Berdasarkan Pasal 3 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 pengadilan negeri tidak berwenang untuk mengadili sengketa para pihak yang telah terikat dalam perjanjian arbitrase. Lembaga Arbitrase tersebut dapat juga memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal belum timbul sengketa.

Atas permohonan pihak yang bersangkutan, Lembaga Arbitrase atau Lembaga Alternatif Penyelesaian Sengketa dapat menyelesaikan sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati pihak-pihak, yakni penyelesaian di luar pengadilan dengan cara konsultasi, negoisasi, mediasi, konsolidasi, atau

penilaian ahli. Usaha penyelesaian sengketa melalui mediator atau konsolidator dalam waktu paling lama tiga puluh hari harus tercapai kesepakatan dalam bentuk tertulis yang ditandatangani oleh semua pihak yang terkait. Kesepakatan tertulis ini adalah final dan mengikat pihak-pihak untuk dilaksanakan dengan itikad baik.<sup>32</sup> Kesepakatan tersebut wajib didaftarkan di pengadilan negeri dalam waktu paling lama tiga puluh hari sejak penandatanganan.<sup>33</sup>

Pasal 5 Ayat (1) Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 menyatakan sengketa yang dapat diselesaikan melalui arbitrase hanya sengketa dibidang perdagangan dan mengenai hak yang menurut hukum dan perundang-undangan dikuasai sepenuhnya oleh pihak yang bersengketa. Berdasarkan Pasal 66 huruf b lingkup bidang perdagangan yang dimaksud meliputi kegiatan, antara lain, di bidang perniagaan, perbankan, keuangan, penanaman modal, industri dan Hak Kekayaan Intelektual.

#### (2) Syarat Kompetensi Arbitrase

Pasal 7 dan Pasal 9 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 1999 menyatakan sengketa yang terjadi atau yang akan terjadi, yang ingin diselesaikan melalui arbitrase harus secara tegas memuat “klausula arbitrase” dalam perjanjian tertulis yang mereka tanda tangani. Permohonan tertulis penyelesaian sengketa melalui arbitrase harus memuat nama dan alamat para pihak, penunjukan klausula atau perjanjian arbitrase, masalah yang menjadi sengketa, dasar tuntutan dan jumlah yang dituntut, cara penyelesaian yang dikehendaki, perjanjian atau usul jumlah arbiter dalam jumlah ganjil.

---

<sup>33</sup> *Ibid.*, hlm. 630.

Pada Pasal 11 tertulis adanya perjanjian arbitrase tertulis meniadakan hak para pihak untuk mengajukan penyelesaian sengketa atau beda pendapat yang termuat dalam perjanjiannya ke pengadilan negeri. Pengadilan negeri wajib menolak dan tidak campur tangan dalam suatu penyelesaian sengketa yang telah ditetapkan dalam undang-undang ini. Klausula arbitrase dalam kontrak yang dibuat pihak-pihak, baik sebelum maupun sesudah terjadi sengketa menentukan tentang kompetensi absolut arbitrase.

#### **E. Gambaran Umum Usaha Waralaba *Superwash***

Pengertian waralaba berdasarkan PP 42 Tahun 2007 adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.<sup>34</sup>

Pengertian waralaba tersebut secara jelas menyatakan salah satu unsur terpenting dalam suatu perjanjian waralaba adalah para pihak. Para pihak dalam perjanjian waralaba disebut sebagai *franchisor* atau pemberi waralaba dan *franchisee* atau penerima waralaba. Pada perjanjian waralaba *Superwash* para pihak yang mengikatkan diri adalah CV. Edria Mitra Internasional (Edria Group) yang bertindak sebagai *franchisor* dan Perusahaan Perseorangan yang didirikan oleh Ahmad Iqbal Syarib selaku *franchisee*.

---

<sup>34</sup> Ardian Sutedi, *Op. Cit.*, hlm. 6.

## 1. CV. Edria Mitra Internasional (*Franchisor*)

*Superwash laundry* pada awalnya, dirintis dengan *brand* Tiara *laundry* di Jogjakarta yang didirikan oleh Viradiansyah ketika menjadi mahasiswa di jurusan Teknik Elektro Fakultas Teknik Universitas Gajah Mada. Kemudian pada tahun 2007 Viradiansyah mendirikan bisnis distributor bahan baku dan *chemical laundry* dengan jaringan pelanggan serta agen tersebar di berbagai kota di Jawa, Bali, Sumatera, Kalimantan dan Sulawesi.

Awal tahun 2008, dengan banyaknya permintaan dari berbagai kota, akhirnya Viradiansyah mengembangkan konsep kemitraan atau *business opportunity laundry* kiloan dengan merek *Superwash laundry*, merancang dan menyempurnakan dokumentasi konsep & sistem waralaba *Superwash laundry* yang didirikan dengan bentuk perusahaan bukan badan hukum yaitu CV. Edria Mitra Internasional.

Launching waralaba *SuperWash laundry* dijalankan pada tahun 2009 dengan strategi ekspansi dan penetrasi di wilayah Jawa Barat dan Jabodetabek yang bekerjasama dengan PT. Astra Daihatsu Internasional Tbk dengan mengikuti program pemberdayaan masyarakat sekitar pabrik Astra Daihatsu Jakarta Utara. Usaha waralaba yang pada awal berdirinya memiliki kantor pusat di garasi rumah di wilayah Condong Catur di Yogyakarta berkembang menjadi 20 gerai di akhir tahun 2009.

*Superwash laundry* pada tahun 2010 mulai melakukan penyebaran jaringan wilayah Sumatera dan Kalimantan dan mendapat penghargaan *business award*

untuk pertama kalinya yaitu juara 1 wirausaha muda berprestasi dari Kementerian Pemuda dan Olahraga kemudian mulai diliput berbagai media cetak maupun elektronik dan pertumbuhan gerai di akhir tahun 2010 mencapai 47 gerai dan hingga sekarang berkembang di lebih dari 50 kota.<sup>35</sup>

## **2. Ahmad Iqbal Syarib (*Franchisee*)**

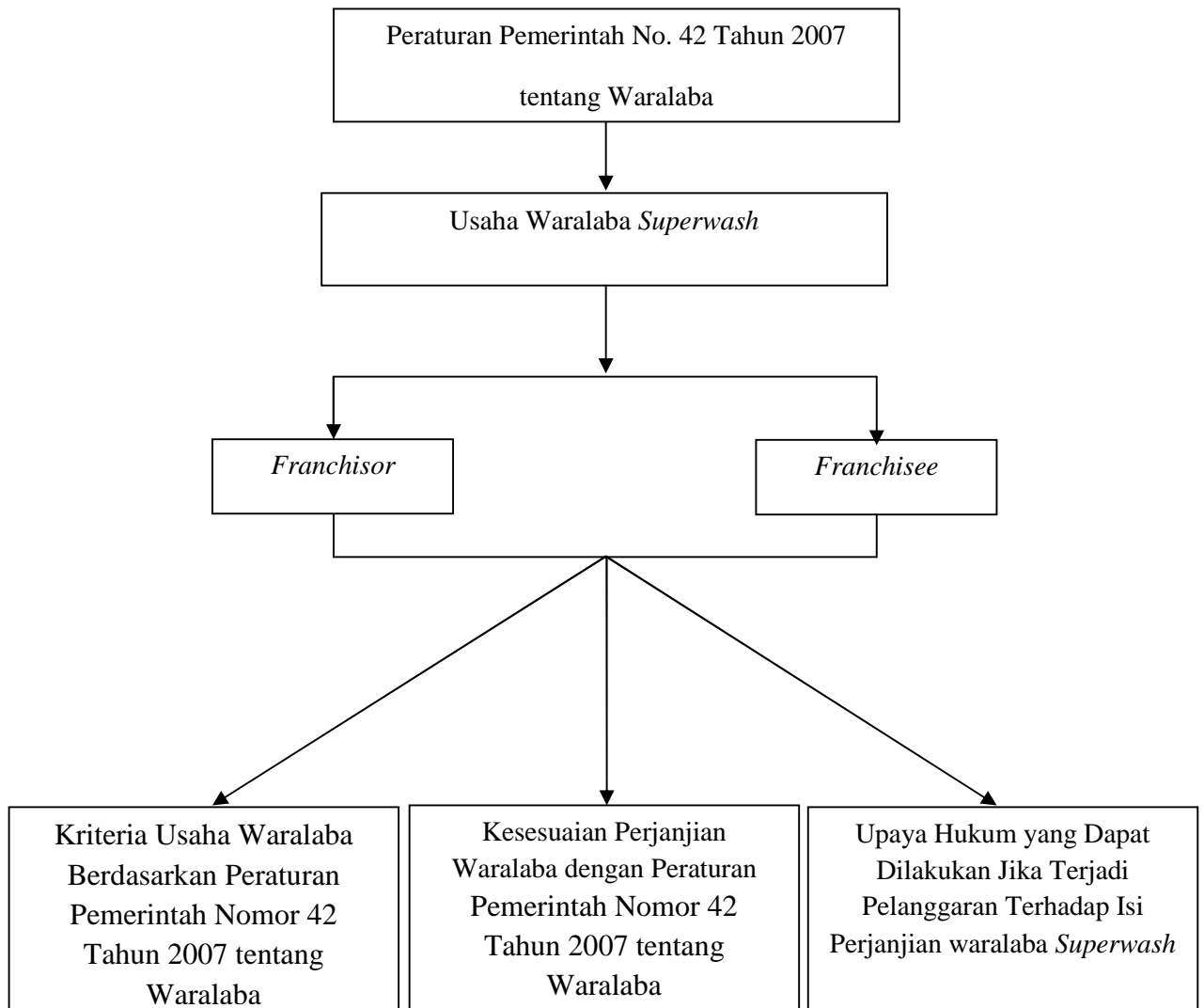
Ahmad Iqbal Syarib adalah sarjana dengan latar belakang bidang ekonomi lulusan Universitas Islam Negeri (UIN) Yogyakarta yang berdomisili di Jalan Pulau Sebuku Nomor 9 Tanjung Baru Sukabumi Bandar Lampung Provinsi Lampung. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 3 Tahun 1982 tentang Wajib Daftar Perusahaan Ahmad Iqbal Syarib mendaftarkan usahanya dengan bentuk Perusahaan Perseorangan dengan status kepemilikan tunggal dengan nama *Superwash Laundry* yang menjalankan usaha pokok Jasa Binatu dengan Nomor Tanda Daftar Perusahaan (TDP) 07. 01. 5. 96. Perjanjian waralaba *Superwash* dibuat pada tanggal 15 Oktober 2012 antara CV. Edria Mitra Internasional sebagai *franchisor* dan Ahmad Iqbal Syarib sebagai *franchisee*. Perjanjian yang bersifat mengikat tersebut berkekuatan hukum sebagai undang-undang terhadap kedua belah pihak.

---

<sup>35</sup> <http://www.franchiselaundry.com/site/profil.html> diakses pada tanggal 10 April 2014 Pukul 06:17



## F. Kerangka Pemikiran



Penjelasan:

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian yang dibuat antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba dalam membuat usaha dengan ciri khas khusus yang pelaksanaannya harus sesuai dengan sistem yang ditentukan oleh *franchisor*. Syarat dan kriteria dalam usaha waralaba harus sesuai dengan PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Salah satu waralaba yang ada di Bandarlampung adalah waralaba *Superwash*. Perjanjian waralaba *Superwash* merupakan perjanjian yang dibuat antara CV. Edria Mitra Internasional (Edria Group) sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) dan Perusahaan Perseorangan *Superwash Laundry* yang didirikan oleh Ahmad Iqbal Syarib, SE dengan syarat yang telah disepakati oleh kedua belah pihak.

Berdasarkan Peraturan PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, kriteria usaha waralaba yang terdapat pada Pasal 3 harus dipenuhi oleh *franchisor* yang dapat dibuktikan dalam prospektus penawaran waralaba. Sedangkan dalam perjanjian waralaba, syarat-syarat yang harus tercantum dalam klausula perjanjian waralaba itu agar dapat dikatakan sah sebagai perjanjian waralaba sesuai dengan klausula wajib pada Pasal 5 PP 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Sesuai dengan klausula wajib dalam perjanjian waralaba, maka harus ditentukan upaya hukum dengan pemilihan penyelesaian sengketa pada perjanjian waralaba.

Untuk itu, penelitian ini akan mendeskripsikan secara lengkap, jelas, sistematis dan rinci tentang kriteria yang telah dipenuhi oleh *Superwash* sebagai usaha waralaba, klausula perjanjian *Superwash* yang harus dipenuhi sebagai perjanjian waralaba serta upaya hukum yang dapat dilakukan dilakukan jika terjadi pelanggaran dalam perjanjian *Superwash*.