

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Pengertian Waralaba

Istilah waralaba atau dalam bahasa asing disebut dengan *franchise* asal katanya berasal dari Perancis Kuno yang memiliki arti "bebas". Sekitar abad pertengahan, pemerintah atau bangsawan di Inggris menggunakan istilah *franchise* untuk memberikan hak khusus seperti untuk mengoperasikan kapal feri atau berburu di tanah milik pemerintah atau bangsawan tersebut.

Franchise di Indonesia lebih dikenal dengan sebutan waralaba. Kata waralaba sendiri berasal dari dua kata yaitu wara dan laba. Wara memiliki arti istimewa dan laba berarti keuntungan. Kata waralaba pertama kali diperkenalkan oleh LPPM (Lembaga Pembinaan dan Pengembangan Manajemen) sebagai padanan kata *franchise*.

Pasal 1 PP Nomor 42 Tahun 2007 waralaba memiliki arti 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.

Berdasarkan pengertian Pasal 1 di atas, dapat diperinci bahwa terdapat unsur-unsur pengertian waralaba yaitu hak khusus, para pihak (*franchisor* dan

franchise perseorangan atau badan hukum, sistem bisnis, ciri khas usaha, pemasaran barang dan/atau jasa dan perjanjian waralaba. Waralaba sendiri berdasarkan Pasal 3 PP Nomor 42 Tahun 2007 memiliki kriteria seperti memiliki ciri khas usaha, terbukti sudah memberikan keuntungan, memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. mudah diajarkan dan diaplikasikan, adanya dukungan yang berkesinambungan dan adanya hak kekayaan intelektual yang didaftarkan.

Pengertian waralaba di Indonesia pun 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 di bawah format bisnisnya dengan imbalan yang telah disepakati (Bambang N Rahmadi, 2007:7).

Konsep *franchise* mengalami perkembangan yang pesat di Amerika, dimulai pada tahun 1951 perusahaan jahit Singer di Amerika mulai memberikan *distribution franchise* untuk penjualan mesin-mesin jahit. Singer membuat perjanjian *distribution franchise* secara tertulis, sehingga Singer dapat disebut sebagai pelopor dari perjanjian *franchise* modern (Lindati P. Sewu, 2004:15).

Pada tahap ini pengertian *franchise* masih sederhana, *franchise* hanya dikenal sebagai pemberian hak untuk mendistribusikan produk serta menjual produk-produk hasil manufaktur. Namun setelah bertahun-tahun mengalami perkembangan akhirnya pengertian *franchise* dan kegiatannya tidak hanya

pendistribusian dan penjualan produk-produk manufaktur, melainkan mencakup segala jenis produk, baik itu jasa, perhotelan, dan termasuk industri makanan dan minuman. Pada mulanya *franchise* dipandang bukan sebagai bisnis, melainkan suatu konsep, metode, atau sistem pemasaran yang dapat digunakan oleh suatu perusahaan (*franchisor*) untuk mengembangkan pemasarannya tanpa melakukan investasi langsung pada tempat penjualan (outlet), melainkan dengan melibatkan kerjasama pihak lain (*franchisee*) sebagai pemilik outlet (Abdulkadir Muhammad, 2006: 524)

Waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 (dua) atau lebih perusahaan, di mana 1 (satu) pihak akan bertindak sebagai *franchisor* dan pihak lain sebagai *franchisee*, dimana di dalamnya diatur bahwa pihak *franchisor* sebagai pemilik suatu merek dari *know-how* terkenal, memberikan hak kepada *franchisee* 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 yang eksklusif ataupun noneksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada *franchisor* sehubungan dengan hal tersebut (Munir Fuady, 2001:339).

Waralaba juga memiliki arti suatu sistem bagi distribusi selektif bagi barang dan/atau jasa di bawah suatu nama merek melalui tempat penjualan yang dimiliki oleh pengusaha independen yang disebut "*franchisee*", walaupun pemberi *franchise* (*franchisor*) memasok *franchisee* dengan pengetahuan atau identifikasi

merek secara terus menerus, *franchisee* menikmati hak atas profit yang diperoleh dan menanggung risiko kerugian (Pandji Anoraga, 2005:59)

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 dan aturan yang berlaku yaitu PP No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba serta Perjanjian Waralaba itu sendiri, dengan segala sanksi dan resiko apabila terjadi wanprestasi dalam pelaksanaannya, dalam menjalankan usaha waralaba tersebut penerima waralaba harus menjalankan semua ketentuan yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba tanpa menghiraukan PP No.42 Tahun 2007 dan Perjanjian Waralaba yang ada. Karena waralaba merupakan bisnis usaha yang dijalankan dengan ciri khas tertentu dengan manajemen dan sistem pemasarannya sudah menjadi satu paket yang harus dijalankan sesuai dengan peraturan yang ada.

B. Jenis-jenis Waralaba

Menurut Turf D. Brown dalam buku *Handbook of Retailing* yang terdapat dalam buku yang berjudul *Franchise Pola Bisnis Spektakuler dalam Perspektif Hukum dan Ekonomi* (Lindaty P Sewu, 2004:16) bisnis usaha waralaba terbagi menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu:

a. Waralaba Pekerjaan

Pada bentuk ini Penerima Waralaba (*Franchisee*) menjalankan usaha waralaba pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Bentuk ini tidak memerlukan modal yang besar karena tidak menggunakan tempat dan

perlengkapan. Dalam hal ini usaha yang ditawarkan adalah usaha di bidang jasa

b. 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.

c. 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.

Di Indonesia terdapat beragam jenis *franchise* yang dilihat dari sektor usaha.

Jenis-jenis tersebut antara lain:

1. Makanan dan Minuman
2. Ritel (*non food & food*)
3. Salon Rambut dan Kecantikan
4. Binatu/Jasa Perbaikan
5. *Training*/Jasa Konsultasi
6. Fitnes & Perawatan Jasmani (*Body Care*)
8. *Printing/Photo Furnitur*
9. *Real Estate/Car Rental*

Indomaret Emir M Noor dalam hal ini termasuk dalam jenis waralaba usaha dengan sektor usaha pada ritel (*non food & food*).

C. Waralaba (*franchise*) Minimarket

Franchise minimarket ini muncul karena adanya tuntutan perubahan sistem berdagang yang inovasi, pelayanan yang memang konsepnya telah diciptakan dan dipatenkan. Hitungan tahun, minimarket telah menyebar ke berbagai daerah seiring dengan perubahan orientasi konsumen dalam pola berbelanja untuk kebutuhan sehari-hari. Dulu konsumen hanya mengejar harga murah, sekarang tidak hanya itu saja tetapi kenyamanan berbelanja pun menjadi daya tarik tersendiri. Bisnis minimarket melalui jejaring waralaba alias *franchise* berkembangbiak sampai pelosok kota kecamatan kecil.

Franchise minimarket yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah jenis usaha pertokoan yang barang dagangannya seperti yang dijual oleh pedagang kecil usaha kelontongan yang menggunakan format *franchise* minimarket, yang barang penjualannya meliputi bahan sembako, barang kebutuhan hidup sehari-hari bagi masyarakat dengan sistem eceran dan retail. Namun dibentuk menjadi toko serba ada (toserba) mini.

Usaha pertokoan yang menggunakan format *franchise* juga dapat diartikan toko Modern, Pasar Perbelanjaan dan Toko Modern adalah toko dengan sistem pelayanan mandiri, menjual berbagai jenis barang secara eceran yang berbentuk Minimarket, Supermarket, Departement Store, Hypermarket ataupun grosir yang berbentuk perkulakan. Usaha *franchise* minimarket yang menjadi objek penelitian ini adalah *franchise* Indomaret Emir M Noor.

Franchise Minimarket adalah suatu jenis pasar modern yang sudah menjadi satu paket dan terbentuk dengan pola *franchise* itu sendiri, serta memudahkan dan

memberi kenyamanan bagi masyarakat dalam berbelanja kebutuhan sehari-hari.

D. Perjanjian Waralaba

1. Pengertian dan Syarat Sahnya Perjanjian

KUHPdt pada BAB III mengatur tentang Perikatan. Pengertian perjanjian sebagaimana yang dirumuskan dalam Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata adalah suatu perbuatan dimana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Selain pengertian yang dirumuskan dalam Pasal 1313 KUHPdt, menurut Abdulkadir Muhammad (2000: 225) perjanjian adalah suatu persetujuan dengan mana dua atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal mengenai harta kekayaan.

Berdasarkan rumusan perjanjian di atas maka unsur-unsur perjanjian adalah sebagai berikut:

- a. ada pihak-pihak, sedikitnya dua orang;
- b. ada persetujuan antara pihak-pihak itu;
- c. ada tujuan yang akan dicapai;
- d. ada prestasi yang akan dilaksanakan;
- e. ada bentuk tertentu, lisan atau tulisan; dan
- f. ada syarat-syarat tertentu sebagai isi perjanjian.

Perjanjian waralaba merupakan perbuatan hukum antara *franchisee* dengan *franchisor* yang menimbulkan kewajiban dan hak timbal balik antara kedua pihak.

Kewajiban *franchisor* adalah memberikan hak kepada *franchisee*, sedangkan kewajiban *franchisee* adalah mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area

geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek logo dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh *franchisor*. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba.

Sebagaimana perjanjian pada umumnya, untuk sahnya perjanjian waralaba harus memenuhi syarat-syarat sahnya suatu perjanjian yang tercantum dalam Pasal 1320 KHUPdt, menurut pasal tersebut untuk sahnya perjanjian diperlukan empat syarat yaitu:

- a. Adanya suatu kesepakatan bagi mereka yang mengikatkan dirinya. Apabila dihubungkan dengan unsur-unsur perjanjian di atas maka dalam perjanjian waralaba harus ada persetujuan antara *franchisee* dan *franchisor*. Persetujuan dari kedua pihak artinya tanpa paksaan, tipuan maupun kekeliruan
- b. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan
Kecakapan untuk membuat suatu perikatan 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 sudah mencakup umur 21 tahun atau sudah menikah walaupun belum mencapai umur 21 tahun.
- c. Suatu hal tertentu
Jika dihubungkan dengan unsur-unsur perjanjian di atas maka suatu hal tertentu artinya ada prestasi yang akan dilaksanakan dan ada tujuan yang akan dicapai *franchisee* adalah mempergunakan merek yang dimiliki oleh *franchisor*.

d. Suatu sebab yang halal

Artinya perjanjian waralaba yang dibuat oleh *franchisee* dan *franchisor* 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.

Bilamana perjanjian waralaba antara *franchisee* dan *franchisor* tersebut telah memenuhi empat syarat yang telah diuraikan di atas maka perjanjian tersebut dianggap telah sah menurut hukum, sehingga berlaku bagi mereka yang membuatnya.

Para pihak yang telah sepakat dalam suatu perjanjian waralaba, selain mempermasalahkan persoalan-persoalan yuridis, juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu adanya jaminan. *Franchisor* maupun *franchisee* adalah pihak-pihak yang secara bisnis dapat diandalkan dalam hal kerja sama, kemampuan manajerial dan keinginan yang kuat untuk bersama-sama membangun kerjasama bisnis.

Ketentuan-ketentuan di atas sebenarnya menjadi ukuran dalam menentukan unsur-unsur pokok kesepakatan, persyaratan serta hak dan kewajiban para pihak yang pada akhirnya dicantumkan dalam klausula-klausula suatu perjanjian waralaba (*franchisee agreement*).

Berdasarkan Pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba bahwa dalam setiap perjanjian waralaba harus memuat beberapa klausula, yaitu:

- 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, 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 ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan
- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Suatu paket 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 *franchisor* dan *franchisee* dan para pihak telah bersepakat, maka perjanjian tersebut mengikat bagi para pihak tersebut dan berlaku sebagai undang-undang bagi mereka.

Jangka waktu perjanjian waralaba berlaku sekurang-kurangnya adalah selama 5 (lima) tahun. Para pihak dapat membuat waktu masa berlaku perjanjian telah diatur dalam Pasal 7 Permenperindag No.2 Tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

2. Pihak-pihak dalam Perjanjian Waralaba

Menurut Subekti (2002:1) yang dimaksud dengan pihak-pihak dalam perjanjian waralaba adalah mereka yang secara langsung terikat memenuhi kewajiban dan memperoleh hak dalam perjanjian waralaba yang dalam hal ini adalah pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*).

a. Pemberi Waralaba (*franchisor*)

Berdasarkan Pasal 1 Ayat (2) PP Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang dimaksud dengan pemberi waralaba (*franchisor*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

b. Penerima Waralaba (*franchisee*)

Penerima (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba (*franchisor*) untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba. Penerima waralaba (*franchisee*) berhak untuk mendapatkan perlengkapan penjualan, satu buah tempat berdagang, dapat menggunakan nama bisnis waralaba dan menggunakan dan melaksanakan SOP (*Standard Operational Procedure*) sebagai arahan kerja.

E. Asas-asas Perjanjian Waralaba

Franchisor dan *franchisee* dalam mengatur hubungannya pada perjanjian waralaba sering mewujudkannya dalam suatu perjanjian tertentu. Perjanjian dalam hukum Indonesia harus sesuai dengan ketentuan buku III Kitab Undang-Undang

Hukum Perdata. Perjanjian waralaba merupakan salah satu perjanjian kerjasama bisnis yang dibuat berdasarkan asas-asas yang ada dalam pengaturan buku III KUHPdt. Ada sejumlah asas-asas hukum penting yang dikenal dalam ilmu hukum pada umumnya, selain itu hukum perjanjian memuat beberapa asas yang penting pula, oleh sebab itu kerjasama sistem bisnis *franchise* hendaknya didasarkan pada (Subekti, 1995: 41-49)

a. Asas Kebebasan Berkontrak

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata memberikan hak kepada para pihak untuk membuat dan melakukan kesepakatan apa saja dengan siapa saja, selama mereka memenuhi syarat-syarat sahnya perjanjian yang diatur dalam Buku III KUHPdt tersebut. Setiap perjanjian yang dibuat dengan sahnya berlaku sebagai undang-undang bagi para pembuatnya. Berdasarkan Pasal 1338 ayat (2) KUHPdt yang menyatakan bahwa perjanjian yang telah disepakati tersebut tidak dapat ditarik kembali secara sepihak oleh salah satu pihak dalam perjanjian tanpa adanya persetujuan dari pihak lainnya dalam perjanjian atau dalam hal-hal oleh undang-undang dinyatakan cukup adanya alasannya untuk itu.

b. Asas Konsensualitas

Menurut asas konsensualitas, maka perjanjian sudah dianggap ada saat tercapainya kesepakatan tentang hal-hal yang diperjanjikan. Asas ini perlu diperhatikan karena akan memperbaharui perjanjian waralaba, maka hal-hal yang pernah disepakati dalam perjanjian lama perlu ditentukan kembali dalam perjanjian pembaharuan. Hal ini dapat menimbulkan suatu 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.

c. Asas Itikad Baik

Persetujuan tersebut harus dilaksanakan dengan itikad baik. Pelaksanaan perjanjian waralaba merupakan suatu rangkaian proses timbal balik antara *franchisor* dan *franchisee*. Selain itu perjanjian ini seringkali dilaksanakan dalam jangka waktu yang cukup panjang. Maka kedua pihak harus menjunjung tinggi asas ini sehingga baik hak maupun kewajiban dari kedua pihak dapat dipenuhi dengan baik. Jadi, hal-hal yang menyangkut asas itikad baik ini perlu dicermati agar tidak terjadi hal yang dapat merugikan kedua belah pihak.

d. Asas Kerahasiaan

Asas ini pada dasarnya mewajibkan kepada para pihak untuk menjaga kerahasiaan ataupun ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, misalnya masalah resep makanan/minuman atau *trade secret know how*, dan tidak dibenarkan untuk memberitahukan kepada pihak ketiga, kecuali undang-undang menghendakinya. Asas ini merupakan hal yang sangat penting dalam perjanjian waralaba, karena pada dasarnya bisnis dengan sistem waralaba sangat mengandalkan ciri khas dari suatu produk barang/jasa. Apabila unsur kerahasiaan ini tidak dijaga dengan baik, akan menimbulkan kerugian bagi *franchisor* karena mengakibatkan ciri khas dari waralaba diketahui oleh pihak ketiga.

e. Asas Persamaan Hukum

Asas ini dimaksudkan agar perjanjian *franchise* yang dibuat dapat menempatkan posisi kesederajatan hukum kedua belah pihak secara adil, sehingga terdapat suatu hubungan yang seimbang yang bermuara pada posisi yang saling

menguntungkan. Asas ini menempatkan para pihak dalam hal persamaan derajat, tidak ada perbedaan, walaupun dari segi warna kulit, bangsa, kekayaan, kekuasaan dan lainnya.

f. Asas Keseimbangan

Perjanjian waralaba yang dibuat harus memberikan hak yang seimbang antar kedua belah pihak. Misalnya, jika satu pihak diberi hak memutus hubungan *franchise*, maka pihak lainnya harus diberi hak yang sama, misalnya ganti rugi dan hak-hak lain yang diperkenankan. Asas ini menekankan pada keseimbangan antara hak dan kewajiban dari para pihak secara wajar dengan tidak membebani salah satu pihak saja dalam rangka pemenuhan dan pelaksanaan dari perjanjian waralaba yang dilakukan oleh kedua belah pihak meminimalisir terjadinya cedera janji atau wanprestasi.

Pihak yang terlibat dalam usaha waralaba akan diberikan kebebasan untuk membuat perjanjian waralaba asalkan para pihak tersebut tetap memperhatikan ketertiban umum, kesusilaan, dan perundang-undangan sesuai dengan asas kebebasan berkontrak. Perjanjian dapat diwujudkan apabila terjadi kesepakatan diantara para pihak dan dilakukan dengan itikad baik agar tujuan yang telah disepakati dapat terpenuhi dengan baik, karena waralaba sangat mengandalkan dari ciri khas produknya, maka diwajibkan kepada para pihaknya untuk menjaga kerahasiaan agar ciri khas tersebut tidak diketahui oleh pihak lain yang dapat menimbulkan kerugian dan atau memberikan pengaruh yang buruk bagi kelangsungan bisnis waralaba tersebut.

F. Wanprestasi

Wanprestasi berasal dari istilah bahasa Belanda "*Wanprestatie*" artinya tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan atau perjanjian. Tidak terpenuhinya kewajiban disebabkan dengan dua kemungkinan yaitu karena kelalaian maupun kesengajaan dan kemungkinan yang lain karena keadaan memaksa (*force majeure*) yaitu diluar kemampuan, debitur tidak bersalah (Abdulkadir Muhammad, 2000:203).

Sanusi Bintang dan Dahlan (2000:20) membagi wanprestasi itu ke dalam empat bentuk, yaitu:

1. tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukannya;
2. melaksanakan apa yang dijanjikannya tetapi tidak sebagaimana dijanjikan;
3. melakukan apa yang dijanjikannya, tetapi terlambat; dan
4. melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

Akibat-akibat yang timbul karena wanprestasi bagi pihak yang melakukannya dapat berupa:

1. Menanggung Resiko (Pasal 1237 ayat (2) KUHPdt)

Risiko adalah kewajiban untuk memikul kerugian jika terjadi satu peristiwa diluar kesalahan salah satu pihak yang menimpa barang yang menjadi obyek perjanjian, dengan lalainya salah satu pihak berarti ia harus menanggung resiko akibat kelalaiannya. Pada perjanjian waralaba, apabila terjadi kelalaian yang dilakukan salah satu pihak baik *franchisor* atau *franchisee* harus menanggung resiko dari beban kerugian atas kelalaian yang dilakukan.

2. Membayar ganti rugi (Pasal 1243 KUHPdt)

Ganti rugi ditanggung oleh pihak yang melakukan wanprestasi akibat dari kelalaian atau cedera dilakukan. Pada perjanjian waralaba, apabila salah satu pihak *franchisor* atau *franchisee* melakukan cedera janji, ganti rugi tersebut ditanggung salah satu pihak yang melakukan wanprestasi tersebut.

3. Pembatalan perjanjian (Pasal 1266 KUHPdt)

Kelalaian salah satu pihak atau dalam hal ini *franchisor* dan *franchisee* dengan pembatalan maka pihak yang melakukan wanprestasi dibebaskan dari kewajiban melakukan prestasi. Pembatalan perjanjian bertujuan membawa kedua belah pihak kembali pada keadaan semula atau sebelum perjanjian diadakan. Jika suatu pihak sudah menerima sesuatu dari pihak lain baik uang maupun barang maka ia harus mengembalikannya, dengan kata lain perjanjian itu ditiadakan. Pembatalan perjanjian berlaku surut sampai detik dibuatnya perjanjian.

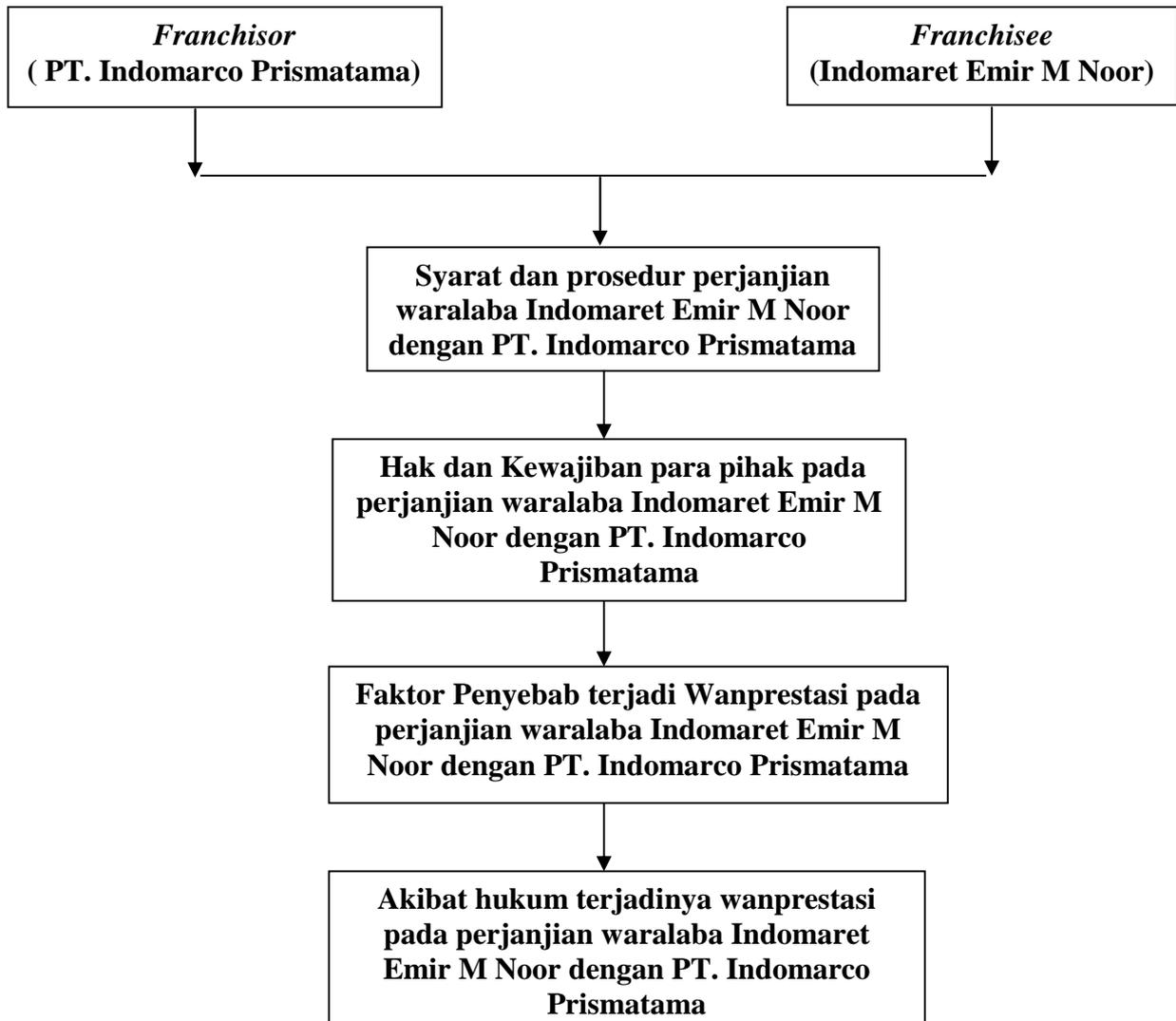
4. Membayar biaya perkara jika sampai diperkarakan di Pengadilan. Pembayaran ongkos perkara pihak yang melakukan wanprestasi adalah tersimpul dalam satu aturan hukum acara apabila pihak yang dikalahkan diwajibkan membayar biaya perkara jika sampai terjadi dihadapan hakim.

5. Pemenuhan perjanjian atau pembatalan perjanjian disertai ganti rugi (Pasal 1267 KUHPdt). Apabila perjanjian tidak dipenuhi oleh salah satu pihak ia boleh memilih, hal itu masih bisa dilakukan akan memaksa pihak lain untuk memenuhi atau menuntut pembatalan perjanjian yang disertai ganti kerugian.

Seseorang yang lalai melaksanakan kewajibannya, kemudian diberi peringatan maka orang tersebut masih diperbolehkan untuk memenuhi kewajibannya tersebut. Persoalan ini dinamakan tentang persoalan dengan kemungkinan bagi pihak yang lalai untuk membersihkan dirinya dari kelalaiannya.

Akibat hukumnya bagi pihak yang melakukan wanprestasi selain menanggung kerugian berupa biaya serta berakhirnya hubungan kerja juga menanggung kerugian berupa kehilangan kesempatan bekerjasama dan semacamnya yang semuanya perlu dihitung berapa besarnya jumlahnya dalam bentuk uang.

E. Kerangka Pikir



Aturan perundangan tentang waralaba di Indonesia mengatur bahwa *franchisee* sebelum menerima peralihan hak suatu usaha waralaba (dalam hal ini Indomaret Emir M Noor), sebelumnya harus memenuhi persyaratan-persyaratan yang diajukan oleh *franchisor*. Persyaratan-persyaratan tersebut dibuat oleh pihak *franchisor* dalam bentuk prospectus penawaran kepada pihak *franchisee*. Hal ini harus sesuai dengan Pasal 5 Permenperindag No.12 Tahun 2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba serta dalam Pasal 7 PP No.42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Apabila telah terjadi kesepakatan antara kedua belah pihak, maka dituangkan kesepakatan tersebut dalam bentuk perjanjian kesepakatan kedua belah pihak yang terhimpun dalam perjanjian waralaba. Dalam perjanjian waralaba tersebut juga dituangkan hal-hal apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari kedua belah pihak kemudian dilanjutkan dengan pelaksanaan isi perjanjian tersebut, sebagai implementasi dari isi perjanjian waralaba yang telah dibuat. Pada saat menjalankan isi perjanjian waralaba tersebut terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi terjadinya wanprestasi yang menimbulkan akibat hukum bagi mereka yang melakukan wanprestasi tersebut.