

PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* MENURUT HUKUM PERDATA DI KOTA SAMARINDA

Muhammad Iman Agrianto
Fakultas Hukum
Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda

ABSTRAK

Perjanjian waralaba (*franchise*) merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat bagi para pihak untuk menegakkan perlindungan hukum. Pertumbuhan bisnis waralaba (*franchise*) yang demikian pesatnya tentunya memiliki konsekuensi, yaitu membuka peluang bagi masyarakat untuk terlibat di dalam kegiatan bidang ekonomi. Peluang ini tentunya juga membutuhkan proses, pengaturan, pengarahan serta pembahasan untuk dapat menghindari kerugian dan pemutusan kontrak secara sepihak, khususnya dalam bidang waralaba (*franchise*) ini.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode yuridis normatif, dalam melakukan pembahasan terhadap permasalahan yang ada, penulis akan melihat pada ketentuan peraturan perundang-undangan yang ada kaitannya dengan *franchise*. Permasalahan yang penulis bahas dalam skripsi ini adalah mengenai pelaksanaan perjanjian *franchise* menurut Hukum Perdata di kota samarinda dan akibat hukum pemutusan perjanjian *franchise* secara sepihak oleh *franchisor* sebelum berakhirnya kontrak.

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan Dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* para pihak yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchise*) harus mendaftarkan usahanya dan memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).

Kata kunci : *franchise, franchisor, wanprestasi*

BAB I PENDAHULUAN

A. Alasan Pemilihan Judul.

Perkembangan *franchise* dalam dekade terakhir ini atau sering disebut era globalisasi, batas non fisik antar negara semakin sulit untuk membedakannya bahkan cenderung tanpa batas (*borderless state*). Globalisasi membawa dampak yang sangat besar di semua bidang tidak terkecuali di bidang ekonomi. Perkembangan sangat pesat terjadi dalam bidang perdagangan dan jasa salah satunya adalah bisnis *franchise*. Bisnis usaha ini tumbuh subur di Indonesia baik asing maupun lokal. Cepatnya perkembangan dan suksesnya bisnis *franchise* ini disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor yang paling mendasar adalah bahwa

franchise merupakan kombinasi dari pengetahuan dan kekuatan satu usaha bisnis yang sudah ada atau mapan.

Pengaturan mengenai *franchise* diatur secara khusus di tengah pertumbuhan ekonomi yang terasa semakin meningkat, termasuk dengan banyaknya bentuk kerjasama bisnis internasional. Bentuk kerjasama bisnis ini ditandai dengan semakin meningkatnya usaha-usaha asing di Indonesia sebagai dampak dari era globalisasi. Di dalam bidang perdagangan dan jasa, salah satu yang berkembang saat ini yaitu bisnis *franchise* atau biasa disebut dengan waralaba.

Franchise atau waralaba adalah kegiatan berwirausaha dengan membeli bisnis yang sudah ada. Waralaba berasal dari kata wara artinya lebih dan laba artinya untung. Jadi secara harfiah dapat diartikan bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih. *Franchise* atau waralaba pada dasarnya adalah sebuah perjanjian mengenai metode pendistribusian barang dan jasa kepada konsumen, yang dijual kepada pihak lain yang berminat. Berdasarkan pengertian di atas, dapat diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk bisnis dimana pihak pertama yang biasa disebut dengan pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak kedua yang biasa disebut dengan penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan

barang/jasa di dalam daerah tertentu dan dalam waktu tertentu dengan menggunakan merek, logo, dan sistem pelaksanaan yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Pemberian hak ini dituangkan dalam sebuah bentuk perjanjian waralaba.

Konsep waralaba atau *franchise* muncul sejak tahun 200 sebelum Masehi. Saat itu, seorang pengusaha Cina memperkenalkan konsep rangkaian toko untuk mendistribusikan produk makanan dengan merek tertentu.¹

Waralaba sendiri dengan pengertian yang kita kenal saat ini berasal dari Amerika Serikat. Di Amerika Serikat, waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Namun ada yang mengatakan waralaba mulai dikenal kurang lebih dua abad yang lalu ketika perusahaan-perusahaan bir memberikan lisensi kepada perusahaan-perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka. Sistem waralaba di Amerika Serikat pertama kali dimulai pada tahun 1851. Pada saat itu, di Amerika Serikat timbul apa yang dinamakan sistem waralaba Amerika generasi pertama, yang disebut sebagai *straight product*

¹ Adrian Sutedi, 2008, *Hukum Waralaba*. Ghalia Indonesia. Jakarta. hal. 1

franchising (waralaba produk murni).

“Pada mulanya, sistem ini berupa pemberian lisensi bagi penggunaan nama pada industri minuman (*CocaCola*), kemudian berkembang sebagai sistem pemasaran pada industri mobil (*General-Motors*). Kemudian, sistem waralaba ini dikembangkan oleh produsen bahan bakar, yang memberikan hak waralaba kepada pemilik pompa bensin sehingga terbentuk jaringan penyediaan untuk memenuhi suplai bahan bakar dengan cepat.”²

Di Indonesia saat ini dan seperti di kebanyakan negara berkembang yang lain, juga berusaha semaksimal mungkin untuk dapat meningkatkan kesejahteraan warganya, termasuk di Kota Samarinda salah satu kota di Kalimantan Timur. Maka dari itu pengembangan pada sektor ekonomi menjadi tumpuan utama agar taraf hidup warganya menjadi lebih baik atau mapan.

Banyak saat ini rakyat Indonesia yang memulai bisnis waralaba (*franchise*) untuk dapat meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Karena bisnis waralaba (*franchise*) merupakan suatu konsep bisnis pemasaran untuk memperluas jaringan dengan cepat, misalkan saja karena seorang franchisee akan menjalankan bisnis waralaba (*franchise*) dari seorang franchisor yang bisnisnya sudah terkenal di dalam masyarakat.

Sebagaimana pendapat Gunawan Widjaja bahwa :

“Waralaba atau *franchise* bukanlah suatu industri yang baru dikenal, meskipun legalitas yuridisnya baru dikenal di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah RI No.16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan

²*Ibid*, hal. 1

Pendaftaran Usaha Waralaba.”³

Waralaba dalam Hukum Bisnis sangat besar perkembangannya hal ini Johannes Ibrahim dan Lindawaty sewu berpendapat :
 “Perkembangan *franchise* sendiri di Indonesia mulai diterapkan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia. Di Indonesia sampai dengan bulan Maret tahun 1996 diperkirakan telah beroperasi 119 (seratus sembilan belas) *franchise* asing, sedangkan *franchise* lokal diperkirakan sekitar 32 (tiga puluh dua) perusahaan dan terus berkembang hingga saat ini.”⁴

Waralaba di Indonesia saat ini diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba. Di dalam Peraturan Pemerintah tersebut juga menentukan bahwa

suatu kontrak harus dibuat secara jelas. Sebagai pelaksana Peraturan Pemerintah tersebut, pemerintah melalui Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan Menteri ini kemudian di cabut dan di ganti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Dan bila kita amati saat ini di Indonesia sudah banyak bisnis waralaba (*franchise*) di dalam bidang makanan berkembang sangat pesat. Kita dapat dengan mudah menemukan berbagai jenis waralaba (*franchise*) dalam bidang makanan yang sangat kreatif.

Pertumbuhan bisnis waralaba (*franchise*) yang demikian pesatnya tentunya memiliki konsekuensi, yaitu membuka peluang bagi masyarakat untuk terlibat di dalam kegiatan bidang ekonomi. Peluang ini tentunya juga membutuhkan proses, pengaturan, pengarahan serta pembahasan untuk dapat menghindari kerugian dan pemutusan kontrak secara sepihak, khususnya dalam bidang waralaba (*franchise*) ini. Perjanjian waralaba (*franchise*) merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat bagi para

³ Gunawan Widjaja, 2001, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, Raja Grafindo Persada. Jakarta. hal. 1.

⁴ Johannes Ibrahim dan Lindawaty Sewu, 2003, *Hukum Bisnis Dalam Persepsi Manusia Modern*, Refika Aditama. Bandung. hal 124

pihak untuk menegakkan perlindungan hukum.

Perjanjian waralaba (*franchise agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan serta komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor untuk para franchisenya. Di dalam suatu perjanjian waralaba memuat ketentuan yang berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisor* dan *franchisee*, misalnya seperti hak territorial yang dimiliki seorang *franchisee*, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor*, ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisor* dengan *franchisee*.

Hal-hal yang diatur di dalam hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak di dalam perjanjian waralaba. Tetapi sering juga terjadi penyimpangan. Penyimpangan ini akibatnya menimbulkan ingkar janji (*wanprestasi*). Akibat dari adanya ingkar janji (*wanprestasi*) dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Terhadap kerugian yang ditimbulkan di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum terhadap para pihak yang dirugikan, maka pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang membuat kerugian.

Bentuk-bentuk ingkar janji (*wanprestasi*) yang dilakukan oleh para pihak di

dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Ingkar janji (*wanprestasi*) yang timbul dari pihak *franchisor* dapat berupa tidak melakukan pembinaan kepada *franchisee* seperti yang telah diperjanjikan, tidak memberikan fasilitas kepada *franchisee* sesuai yang telah diperjanjikan. Sedangkan ingkar janji (*wanprestasi*) dari pihak *franchisee* dapat berupa tidak membayar keuntungan bagi hasil waralaba tepat waktu, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan standar yang telah ditetapkan oleh *franchisor*, melakukan hal-hal yang dilarang sesuai ketentuan yang telah diatur dalam sistem waralaba tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka merasa tertarik untuk memilih judul tentang **“PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* MENURUT HUKUM PERDATA DI KOTA SAMARINDA.”**

B. Perumusan Dan Pembatasan Masalah.

Permasalahan yang diambil dari penulisan ini sebagai isu hukum yang perlu mendapatkan jawaban adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian *franchise* menurut Hukum Perdata di kota samarinda?
2. Bagaimana akibat hukum pemutusan perjanjian *franchise* secara sepihak oleh *franchisor* sebelum berakhirnya kontrak?

BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Pelaksanaan Perjanjian *Franchise* Menurut Hukum Perdata.

Dalam rangka memberikan kepastian hukum dan perlindungan hukum dalam menjalankan usaha *franchise* ini, pemerintah telah mengatur secara khusus dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba (*Franchise*) yang telah diundangkan pada tanggal 23 Juli 2007, karena Pemerintah beranggapan bahwa sistem *franchise* ini merupakan salah satu cara yang efektif untuk meningkatkan kegiatan perekonomian negara kita yang sedang lesu dan memberikan kesempatan kepada masyarakat khususnya kepada golongan ekonomi lemah untuk berusaha melaksanakan bisnisnya. Oleh karena itulah Pemerintah mengeluarkan peraturan perundang-undangan tersebut.

Bisnis *franchise* atau waralaba di Indonesia menjadi suatu usaha yang sangat menarik bagi pelaku usaha namun dengan perkembangan yang ada dalam rangka memberikan perlindungan hukum bagi kedua belah pihak antara *franchisor* (pemberi waralaba) dan *franchise* (penerima waralaba) tidaklah cukup pengaturannya melalui peraturan pemerintah saja sehingga perlu dibuat suatu undang-undang tentang waralaba. Walaupun demikian segala peraturan yang mengatur tentang

franchise tetaplah harus tunduk pada peraturan dan ketentuan dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUH Perdata). mengenai perjanjian dalam KUHPerdata itu diatur dalam Buku III yang mempunyai sifat terbuka, di mana dengan sifatnya yang terbuka itu akan memberikan kebebasan berkontrak kepada para pihaknya, dengan adanya asas kebebasan berkontrak memungkinkan untuk setiap orang dapat membuat segala macam perjanjian.

Waralaba menurut perspektif KUH Perdata yang terdapat dalam Buku III termasuk dalam perjanjian innominaat atau perjanjian tidak bernama yang tidak diatur secara khusus dalam KUH Perdata. Perjanjian innominaat adalah perjanjian yang timbul, tumbuh, hidup dalam praktek kehidupan masyarakat.⁵

Jenis Perjanjian ini diatur dalam ketentuan Pasal 1319 KUH Perdata: "Semua Perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat di dalam bab ini dan bab yang lalu.

Franchise atau waralaba adalah sebuah pengaturan bisnis

⁵ Salim H.S, *Pengantar Hukum Perdata Tertulis (BW)*, Op.cit, hal 155.

yang berkembang saat ini di era globalisasi yang bertujuan komersial alih teknologi (*transfer of technology*) dilakukan dengan sistem *franchise* ataupun distribusi barang atau jasa yang dilakukan di bidang hak kekayaan intelektual seperti Paten, Merek, Rahasia Dagang, Desain Industri dan lain sebagainya.

Menurut penulis bahwa upaya melakukan transfer teknologi atau alih teknologi sebagai dasar masuknya pengaturan hak kekayaan intelektual di Indonesia sampai saat ini belum tercapai sebagaimana yang diharapkan, sebaliknya Indonesia dijadikan sebagai pasar dari produk-produk negara maju sehingga perlu peningkatan dari para individu-individu kreatif dalam persaingan di bidang usaha khususnya di bidang hak atas kekayaan intelektual. Bentuk bisnis *franchise* bagaimanapun juga bentuknya bertujuan memperpanjang atau memperlebar dunia bisnis dan industri. Hal ini tidak dapat disamakan dengan bisnis penyewaan seragam (*formal-wear*), dokter gigi, singkatnya aktivitas ini dapat digunakan di banyak kegiatan ekonomis di mana sistemnya terbentuk karena adanya manufaktur, proses dan/atau distribusi barang-barang atau usaha pemberian jasa.

Dalam praktek, bahwa bentuk hal hukum (*legal stand point*) dari usaha *franchise* ini dituangkan dalam perjanjian atau kontrak (*contract law*). Banyak pendapat yang mengatakan bahwa

dalam menjalankan aktivitas *franchise* atau waralaba ini tidak perlu syarat atau pengaturan yang khusus atau struktur perundang-undangan untuk mengatur fungsi dari *franchise*. Oleh sebab itu setidaknya perlu ada usaha untuk menekan pada pihak luar bahwa tidak perlu adanya peraturan khusus (*specific regulation*) dari *franchise* yang sudah ada atau berjalan sekarang ini atau akan lebih penting bagi bisnis *franchise* adalah bentuk pengembangannya agar dapat berkembang pesat di dalam lapangan pertumbuhan ekonomi.

Bisnis *franchise* adalah salah satu dari bisnis yang kompleks, hal ini terkait dengan nasihat/informasi dalam bisnis, aspek finansial dan aspek hukum. Untuk itu ada beberapa hal penting yang perlu diperhatikan dalam memberikan perlindungan terhadap perjanjian *franchise* sebagaimana diuraikan berikut ini.

1. Pengaturan *Franchise*

Franchise adalah sebuah pengaturan di mana satu pihak (*the franchisor*), ialah pihak yang mengembangkan sebuah sistem untuk melakukan bisnis tertentu dengan memperbolehkan pihak lain (*the franchisee*) untuk menggunakan sistem yang dimiliki *franchisor*. Hubungan tersebut adalah suatu hubungan yang berkelanjutan, hal mana *franchisee* menjalankan berdasarkan standar dan praktik yang sudah dibuat dan dimonitor oleh *franchisor* dengan asistensi yang

berkelanjutan serta dukungan usaha.

Franchise dalam hal ini berkaitan dengan sebuah sistem di mana *franchisor* memperbolehkan *franchisee* untuk mengeksploitasinya hal ini merupakan sebuah sistem *franchise*. Sistem *Franchise* adalah sebuah paket Hak Kekayaan Intelektual yang berkaitan satu atau lebih merek (*marks*), nama dagang (*trade name*), industrial desain, penemuan, hak cipta berikut *know-how* yang relevan serta rahasia dagang dapat dieksploitasi untuk perdagangan barang ataupun ketentuan dalam bisnis jasa.

2. Lisensi.

Pemberian lisensi dalam arti yang sempit, yakni perusahaan atau seseorang (*licencor*) yang memberi hak kepada pihak tertentu (*licensee*) untuk memakai Hak Kekayaan Intelektual seperti merek, hak cipta, paten untuk memproduksi atau menyalurkan produk jasa pihak *licencor*. Sebagai imbalannya

licensee membayar fee.⁶

Licencor tidak mencampuri urusan manajemen dan pemasaran pihak *licensee*. Misalnya, perusahaan Mattel Inc yang memiliki hak karakter Barbie (boneka anak-anak) di AS memberikan hak lisensi kepada perusahaan mainan di Indonesia dalam memproduksi. Hal yang perlu diperhatikan dalam pemberian lisensi ini adalah pihak penerima lisensi atau waralaba yang menjalankan kegiatan usaha sebagai mitra usaha pemberi lisensi atau waralaba menurut ketentuan dan tata cara yang diberikan, juga

⁶ Sonny Sumarsono, 2009, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Yogyakarta. Hal. 88.

memerlukan kepastian bahwa kegiatan usaha yang sedang dijalankan olehnya tersebut memang sudah benar-benar teruji dan memang merupakan suatu produk yang disukai oleh masyarakat, serta akan dapat memberikan suatu manfaat (*finansial*) baginya.⁷

3. Unit *Franchise*

Unit *franchise* adalah hal yang paling signifikan di mana bisnis *franchise* dapat dijalankan karena ini berkaitan erat antara *franchisor* dan *franchisee* di mana *franchisor* memasuki sebuah perjanjian waralaba secara langsung dengan *franchisee*. Dalam situasi dalam negeri (*domestik*) tertentu di mana *franchisor* dan *franchisee* dalam negara yang sama unit waralaba umumnya menggunakan struktur tersebut. Hal ini dapat diperbolehkan oleh *franchisor* untuk meniru bisnisnya seefektif mungkin tanpa berencana mendirikan

struktur waralaba baru, seperti subsidiinya atau *joint venture*.

Dalam kesepakatan tingkat Internasional di mana *franchisor* dan *franchisee* berlokasi di negara yang berbeda. Perbedaan bahasa, budaya, bisnis politik dan ekonomi antara negara yang mana *franchisor* dan *franchisee* berlokasi pada perbedaan ketentuan pendekatan untuk mengimplementasikan waralaba di negara tersebut. *Franchisor* dapat menemukan karena sebuah perbedaan pendekatan dibutuhkan di negara *franchisee*, ini juga dibutuhkan untuk mendirikan sebuah perwakilan lokal.

Sebagai alternatif untuk mendirikan sebuah perwakilan lokal bagi *franchisor* untuk mendirikan organisasinya sendiri ahli yang mungkin untuk adaptasi waralabanya kepada kebutuhan dari setiap pasar lokal yang dia harapkan untuk dijalankan. Pendekatan ini dengan pengawasan secara maksimal oleh *franchisor* di mana waralaba tersebut dijalankan, hal mana ini signifikan dengan perkembangan kewajiban administratif, biaya-biaya, mengoperasikan di negara lain dan akan mengurangi dari salah satu keuntungan utama dari waralaba yang tidak dapat dialihkan sumber untuk mendirikan operasi bisnis keluar.

4. Teritorial *franchise*.

Perjanjian *franchise* yang tujuannya dibuat terhadap

⁷ Gunawan Widjaja, 2004, *Lisensi atau Waralaba*, RajaGrafindo Persada, Jakarta, hal 6.

suatu wilayah atau segi area geografis untuk periode waktu tertentu disebut teritorial *franchise*. Misalnya toko-toko atau outlet-outlet. Dua bentuk waralaba teritorial adalah perjanjian pengembang *franchise* dan master perjanjian *franchise*. Dalam sebuah waralaba internasional di mana master lokal *franchisor* adalah subsidiary dari *franchisor*, mengontrol secara langsung hubungan bisnis dengan *franchise* misalnya dengan tetap memberikan masukan disesuaikan dengan kondisi lokal. *Franchisor* harus secara aktif turut serta dalam *joint venture* tersebut untuk menjalankan waralaba. Format dari sebuah *joint ventura* kadang menyediakan keamanan bagi pemilik hak kekayaan intelektual, karena dengan *franchisor* terlibat dalam management *join venture* tersebut, penggunaan sistem waralaba oleh *franchisee* dapat terkontrol.

Menurut penulis bahwa keterlibatan *franchisor* menjadi sangat penting dalam masalah kontrol bisnis *franchise* dan bagi pelaku bisnis di Indonesia ini merupakan kesempatan untuk belajar dengan demikian proses alih teknologi dapat terjadi dengan menghasilkan suatu inovasi yang baru bagi *franchisee*.

Pelaksanaan bisnis *franchise* atau waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-

DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Peraturan Menteri tersebut mengatur bahwa setiap usaha *franchise* atau waralaba baik pemberi waralaba atau *franchisor* dan penerima waralaba atau *franchise* wajib mendaftarkan usahanya dalam bentuk Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), kesimpulan penulis berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa sesuai kondisi *real* di Samarinda bahwa dalam kenyataan untuk bisnis waralaba sangat memberi aspek bisnis yang menjajikan karena bisnis *franchise* sangat di minati semua kalangan masyarakat baik keatas dan banyak asosiasi . Asosiasi waralaba yang berkembang di kota Samarinda khususnya sampai dengan 2019.

B. Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian *Franchise* Secara Sepihak Oleh *Franchisor* Sebelum Berakhirnya Kontrak

Pihak *franchisor* memiliki kedudukan yang lebih tinggi daripada *franchisee*, hal ini disebabkan karena *franchisor* sebagai pemilik usaha yang menyewakan usahanya tersebut kepada *franchisee* dengan ketentuan bahwa pihak *franchisee* tidak akan menyewakannya kepada pihak lain. Kedudukan ini membuat *franchisor* dapat menentukan isi perjanjian bahkan memutuskan perjanjian secara sepihak. Pemutusan perjanjian atau kontrak dapat

disebabkan karena wanprestasi atau kealpaan dari pihak *franchisor* (pemberi waralaba) dan wanprestasi atau kealpaan dari pihak *franchise* (penerima waralaba). Biasanya alasan *franchisor* memutuskan perjanjian karena pihak *franchisee* melanggar isi perjanjian yang telah dibuat. Misalnya jika *franchisee* tidak memenuhi sales quota minimum yang telah disepakati, *franchisor* dapat memutuskan perjanjian tersebut. Hal lain yang mungkin juga terjadi misalnya:

1. *Franchisee* menjadi terutang atau tidak mampu membayar utang kepada *franchisor* (*insolven*);
2. Melakukan pelanggaran atau kerahasiaan;
3. Terlambat melakukan laporan royalti;
4. Gagal membayar royalti;
5. Melakukan tindakan di luar standard kualitas dan jasa;

Lebih lanjut dalam hal *franchisee* menyatakan dirinya bangkrut atau dinyatakan bersalah karena adanya masalah kriminal, *franchisor* dapat memutuskan perjanjian waralaba tanpa harus memberikan catatan kepada *franchisee*, dari alasan-alasan pemutusan perjanjian atau kontrak yang dikemukakan di atas, muncul pertanyaan apakah hak dan kewajiban dari *franchisor* dan *franchisee* setelah pemutusan. Mengenai masalah tersebut harus dilihat apakah hal ini dinyatakan dalam perjanjian waralaba atau tidak. Pada saat pemutusan perjanjian, bekas *franchisee* tidak

lagi berhak menggunakan hak kekayaan intelektual, karena hak tersebut masih dipegang oleh *franchisor* karena perlisensian, ataupun pendaftaran. Secara khusus *franchisee* harus perhatikan bahwa uang yang telah dibayarkan misalnya untuk advertising, promosi dari merk dan nama usaha digunakan berdasarkan perjanjian waralaba tidak akan diberikan hak apapun untuk menggunakan tanda tersebut setelah pemutusan perjanjian.

Berkenaan dengan pemutusan perjanjian atau kontrak, ketentuan Pasal 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba dan Pasal 8 Peraturan Menteri Perdagangan No. 53/MDAG/PER/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba menjelaskan bahwa Perjanjian Waralaba yang diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlaku perjanjian berakhir, pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum tercapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (*clean break*) atau paling lambat 6 bulan setelah pemutusan perjanjian waralaba atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap.

Dampak dari pemutusan perjanjian atau kontrak secara sepihak oleh *franchisor* pastinya sangat merugikan *franchisee*. Sehingga tidak menutup kemungkinan *franchisee* untuk menuntut ganti rugi atas kerugian

yang dideritanya. Apabila *franchise* menuntut ganti rugi, maka *franchisor* harus membayar kerugian tersebut. Demikian sebaliknya apabila wanprestasi atau kealpaan disebabkan oleh *franchise* maka *franchisor* juga dapat menuntut ganti rugi. Sebelum menyatakan bahwa salah satu pihak wanprestasi baik dilakukan oleh *franchisor* maupun *franchise*, maka para pihak menyelesaikan sengketa dengan cara musyawarah terlebih dulu dengan memberikan teguran atau somasi. Somasi diatur dalam Pasal 1238 KUH Perdata dan Pasal 1243 KUH Perdata. Dalam Pasal 1238 KUH Perdata dijelaskan bahwa “si berutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ini menetapkan, bahwa si berutang harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan”.

Somasi adalah teguran dari si berpiutang (kreditor) kepada si berutang (debitor) agar dapat memenuhi prestasi sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak. Surat teguran harus dilakukan paling sedikit tiga kali. Akibat tidak dilaksanakannya prestasinya dan telah ditegur selama tiga kali, maka si berutang (debitor) dinyatakan wanprestasi.

Ada dua sebab timbulnya ganti rugi, yaitu ganti rugi karena wanprestasi dan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum. Ganti rugi karena wanprestasi diatur dalam Buku III KUH Perdata

dimulai dari Pasal 1243 KUH Perdata sampai dengan Pasal 1252 KUH Perdata, sedangkan ganti rugi karena perbuatan melawan hukum diatur dalam Pasal 1365 KUH Perdata. Ganti rugi karena perbuatan melawan hukum adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada orang menimbulkan kesalahan kepada pihak yang dirugikannya. Ganti rugi itu timbul karena adanya kesalahan, bukan karena adanya perjanjian. Ganti rugi karena wanprestasi adalah suatu bentuk ganti rugi yang dibebankan kepada debitor yang tidak memenuhi isi perjanjian yang telah dibuat antara kreditor dan debitor.

Mengenai syarat pembatalan perjanjian atau kontrak, dalam Pasal 1266 KUH Perdata menyebutkan bahwa perjanjian harus timbal balik, terdapat wanprestasi, dan pembatalannya harus dimintakan kepada hakim. Dalam hal penggantian biaya kerugian diatur dalam Pasal 1267 KUH Perdata yang menyebutkan pihak kreditor dapat menuntut debitor dengan cara pemenuhan perjanjian atau pembatalan disertai ganti rugi. Sebagai kesimpulan dapat ditetapkan, bahwa kreditor dapat memilih antara tuntutan-tuntutan sebagai berikut:

1. Pemenuhan perjanjian;
2. Pemenuhan perjanjian disertai ganti rugi;
3. Ganti rugi saja;
4. Pembatalan perjanjian;
5. Pembatalan disertai ganti rugi.

Selain jalur litigasi atau pengadilan, para pihak dapat

menyelesaikan sengketa perdata melalui jalur di luar pengadilan, yakni non litigasi atau arbitrase. Menurut Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 Tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa sesuai dengan ketentuan Pasal 1 ayat (1) disebutkan bahwa Arbitrase adalah “penyelesaian sengketa perdata di luar peradilan hukum yang berdasarkan perjanjian arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh pihak yang bersengketa”.

Mengacu pada ketentuan Pasal 1 ayat (10) Undang-Undang Nomor. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, maka cara penyelesaian sengketa melalui Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa dibagi menjadi lima cara, yaitu: ⁸

1. Konsultasi

Konsultasi merupakan tindakan penyelesaian sengketa bersifat personal antara suatu pihak tertentu, yang disebut dengan klien dengan pihak lain yang disebut dengan konsultan yang memberikan pendapatnya kepada klien tersebut untuk memenuhi dan

mengikuti pendapat kliennya tersebut.⁹

2. Negosiasi

Menurut Pasal 6 ayat (2) Negosiasi merupakan persetujuan antara kedua belah pihak untuk menyelesaikan sendiri sengketa yang timbul di antara mereka. Kesepakatan mengenai permasalahan tersebut selanjutnya harus dituangkan dalam bentuk tertulis yang disetujui oleh para pihak..

3. Mediasi

Mediasi merupakan kesepakatan tertulis antara para pihak yang bersengketa atau beda pendapat yang diselesaikan melalui seorang mediator menurut Pasal 6 ayat (3). Mediator baik perorangan maupun lembaga independen bersifat netral atau tidak memihak. Mediator berkewajiban melaksanakan tugas dan fungsinya berdasarkan pada kehendak dan kemauan dari para pihak.

4. Konsiliasi

Konsiliasi merupakan proses yang dilakukan pihak ketiga untuk mengupayakan kesepakatan bersama dengan para pihak yang bersengketa mengenai kasus yang terjadi dan menyelesaikannya dengan cara kekeluargaan.

5. Pendapat Ahli

⁸ Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

⁹Gunawan Widjaja, 2005, *Seri Hukum Bisnis Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hal 86

Pendapat ahli merupakan konsultasi dalam bentuk opini atau pendapat hukum atas permintaan dari para pihak yang bersengketa. Pemberian opini dalam bentuk masukan bagi para pihak maupun penafsiran ketentuan dalam perjanjian yang telah dibuat oleh para pihak untuk memperjelas permasalahannya.

Pendapat penulis bahwa dengan adanya kontrak yang disepakati kedua belah pihak secara hukum sudah mengikat dan sah dalam pembuktian adanya bahwa pemutusan perjanjian *franchise* secara sepihak (wanprestasi), terhadap kerjasama yang telah disepakati dengan ditanda tangani kedua belah pihak hal tersebut namun dalam kenyataannya apabila dalam satu pihak dalam perjanjian itu ingkar atau wanprestasi maka perjanjian tersebut dapat dibatalkan secara sepihak baik dari pihak dari pihak *franchise* maupun dari pihak ke dua dalam prinsip dapat disimpulkan bahwa perjanjian, dalam sepihak tersebut apabila terjadi ingkar janji atau perjanjian itu tidak sesuai dengan isi perjanjian yang telah disepakati di karenakan adanya hal, yang mendasar yaitu tidak sesuai dengan perjanjian semula yang disepakati, hal tersebut dapat di batalkan secara sepihak baik dari pihak pertama (*franchisor*) maupun pihak kedua (*franchise*)

Khususnya di kota Samarinda sebagai ibu kota

Kalimantan Timur telah banyak berkembang bisnis waralaba seperti halnya J.co, KFC, Pizza hut dan lainnya, di Indonesia itu sendiri mencatat hanya 52 merek waralaba yang mengantongi STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba).

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan

1. Dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* para pihak yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) maupun penerima waralaba (*franchise*) harus mendaftarkan usahanya dan memiliki Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW). Selanjutnya *franchisor* membuat prospektus penawaran kepada franchisee yang memuat data identitas pemberi waralaba, legalitas usaha, sejarah kegiatan usaha, struktur organisasi, laporan keuangan, jumlah tempat usaha, daftar penerima waralaba dan hak/kewajiban para pihak. Dalam perjanjian *franchise* harus memuat klausul-klausul seperti nama dan alamat para pihak, jenis HKI, kegiatan usaha, hak dan kewajiban, pelatihan, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, cara pembayaran, penyelesaian sengketa, cara perpanjangan/pengakhiran/pemutusan perjanjian, jaminan dan jumlah gerai. Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* antara lain: manual *operation*, training, pemilihan

lokasi, *support* berkelanjutan, jadwal pengembangan, *quality control* dan rahasia dagang.

2. Akibat hukum pemutusan perjanjian secara sepihak oleh *franchisor* sebelum berakhirnya kontrak yaitu, *franchise* tidak dapat menggunakan HKI dari bisnis usaha *franchise* tersebut. *Franchisor* tidak boleh menunjuk *franchise* yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum penyelesaian perselisihan. Penyelesaian perselisihan diselesaikan secara musyawarah dengan cara teguran atau somasi yang diatur dalam Pasal 1238 KUH Perdata dan Pasal 1243 KUH Perdata. Secara litigasi atau pengadilan, baik *franchisor* maupun *franchise* dapat menuntut ganti rugi atas dasar wanprestasi berdasarkan Pasal 1266 KUH Perdata dan Pasal 1267 KUH Perdata. Selain itu, penyelesaian perselisihan dapat dilakukan di luar pengadilan (non litigasi) atau arbitrase yaitu konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, dan pendapat ahli.

B. Saran

1. Pelaksanaan perjanjian *franchise* atau waralaba kedua belah pihak harus menuangkan segala bentuk hak dan kewajiban sebagaimana yang disepakati bersama dalam ketentuan *franchise agreement*, dan mematuhi isi dari kontrak, jangan sampai terjadi pemutusan secara sepihak oleh *franchisor* atau menolak untuk memperbaharui perjanjian dan

kemudian mendistribusikan sendiri produknya di wilayah *franchise*.

2. Dalam hal terjadi pemutusan perjanjian *franchise* secara sepihak oleh *franchisor* sebelum berakhirnya kontrak sebaiknya diselesaikan secara arbitrase atau non litigasi karena prosesnya cepat, tidak memakan waktu, dan keputusan yang dibuat bersifat privat sehingga dapat menghindari kerusakan hubungan antara *franchisor* dan *franchise*.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku Bacaan Hukum

- Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Raja Grafindo Persada, 2005, Jakarta.
- Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, Raja Grafindo Persada, 2004, Jakarta.
- Kartini Mulyadi dan Gunawan Widjaya, *Kebendaan Pada Umumnya*, Kencana, 2003, Jakarta.
- Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, 2011, Bandung.
- M. Mendelson, *Franchising: Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Pustaka Binaman Pressindo, 1997, Jakarta.

B. Peraturan Perundang-undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa.

C. Sumber Lain

<https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/.../19239/.../SYARAH%20SEPTIANA-FSH> diakses pada tanggal 15 Mei 2019

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/download>

[ad/7036/654](#) diakses pada tanggal 15 Mei 2019

<http://konsultanwaralaba.com/perbedaan-franchise-license-dan-business-opportunity-bo/> diakses pada tanggal 30 Mei 2019

<http://baltyra.com/2010/06/21/perindungan-hukum-bisnis-franchise/> diakses pada tanggal 30 Mei 2019