

## **KEABSAHAN DAN PERLINDUNGAN HUKUM DALAM KONTRAK WARALABA DI INDONESIA**

### ***VALIDITY AND LEGAL PROTECTION IN FRANCHISE CONTRACTS IN INDONESIA***

**Nico Gerry<sup>1</sup>, Fajar Prasetyo Putro<sup>2</sup>, Feri Pahri<sup>3</sup>**

Fakultas Hukum Universitas Balikpapan

Jl. Pupuk Raya, Gunung Bahagia, Balikpapan Selatan

Kota Balikpapan, Kalimantan Timur, 76114

E-mail: nicogerry1998@gmail.com, fajar.gendut2208@gmail.com, feriphri@gmail.com

#### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi keabsahan dan perlindungan hukum dalam kontrak waralaba di Indonesia, yang semakin hari semakin relevan seiring pertumbuhan industri waralaba di berbagai sektor, seperti makanan, layanan pengiriman, kesehatan, pendidikan, dan kecantikan. Fokus utama penelitian ini adalah memahami bagaimana kontrak waralaba diatur dalam hukum Indonesia dan bagaimana mekanisme perlindungan hukum bagi franchiser dan franchisee. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah yuridis normatif dengan pendekatan deksriptif analitis.

Kontrak waralaba di Indonesia mulai diakui sejak diberlakukannya Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang menjadi cikal bakal peraturan pelaksanaannya, Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Sebagai bentuk perjanjian, Kontrak waralaba tunduk pada ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat sebagaimana diatur dalam Buku III KUHPerdara. Selain itu, penelitian ini mengkaji perlindungan hukum yang diberikan kepada franchiser dan franchisee dalam bentuk preventif dan represif. Perlindungan preventif melibatkan pembentukan peraturan perundang-undangan untuk mencegah adanya pelanggaran, sedangkan perlindungan represif meliputi pemberian sanksi bagi pelanggar kontrak.

**Kata Kunci:** Keabsahan, Perlindungan Hukum, Waralaba

#### **ABSTRACT**

This research aims to explore the validity and legal protection of franchise contracts in Indonesia, which are becoming more relevant day by day as the franchise industry grows in various sectors, such as food, delivery services, health, education and beauty. The main focus of this research is to understand how franchise contracts are regulated in Indonesian law and what the legal protection mechanisms are for franchisors and franchisees. The research method used in this research is normative juridical with a descriptive analytical approach.

Franchise contracts in Indonesia began to be recognized since the enactment of Government Regulation no. 16 of 1997 concerning Franchising, which became the forerunner of its implementing regulations, Minister of Trade Regulation No. 71 of 2019 concerning the Implementation of Franchises. As a form of agreement, the franchise contract is subject to the terms and conditions as regulated in Book III of the Civil Code

In addition, this research examines the legal protection provided to franchisors and franchisees in preventive and repressive forms. Preventive protection involves the establishment of laws and regulations to prevent violations, while repressive protection involves providing sanctions for contract violators.

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Balikpapan

<sup>2</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Balikpapan

<sup>3</sup> Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Balikpapan

**Keywords:** *Validity, Legal Protection, Franchise*

## I. PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Dewasa ini model bisnis waralaba/*franchise* menjadi salah satu model bisnis yang lazim digunakan di Indonesia, perjanjian waralaba/*franchise* secara sederhana merupakan perjanjian yang melibatkan pihak pemberi waralaba/*franchiser* yang memberikan suatu hak khusus untuk menjalankan usaha yang telah terbukti menguntungkan kepada penerima waralaba/*franchisee* dengan kompensasi berupa uang, secara legalitasnya, Indonesia telah mengakui model bisnis ini sejak tahun 1997 dengan diterbitkannya Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, yang kemudian digantikan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Pertumbuhan industri yang menggunakan model bisnis waralaba/*franchise* khususnya di Indonesia dapat dilihat dari banyaknya industri, tidak hanya industri makanan dan minuman yang terkenal (Mc'Donalds, KFC, Coca-Cola, A&W) menggunakan model bisnis waralaba/*franchise*, namun juga industri lain seperti layanan jasa pengiriman (JNE, TIKI), kesehatan (K24, Anytime Fitness), pendidikan, (Kumon, Primagama) kecantikan (Natasha), dan jasa rumah tangga (Clean Pro Express). Pertumbuhan Industri yang menggunakan model bisnis waralaba/*franchise* tidak lepas dari beberapa faktor yang mendorongnya, antara lain pertumbuhan ekonomi yang meningkatkan daya beli masyarakat, dan perubahan pola konsumsi yang ada pada masyarakat, mengutamakan efisiensi dan kenyamanan.

Pertumbuhan model bisnis waralaba / *franchise* berdasarkan penjelasan Septo Soepriyanto, Direktur Bina Usaha Perdagangan Kementerian Perdagangan, pada tahun 2023 mengalami peningkatan sebanyak 5% dari tahun sebelumnya, pada Oktober 2023 diketahui bahwa terdapat 142 *franchiser* dalam negeri, dan 137 *franchisee* luar negeri yang telah memiliki izin berupa Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW).<sup>4</sup>

Namun dengan semakin menjamurnya industri yang menggunakan model bisnis waralaba/*franchise*, menimbulkan rentannya penyalahgunaan model bisnis tersebut, salah satunya adalah penipuan berkedok bisnis waralaba/*franchise*, sehingga penting untuk mengetahui keabsahan dan mekanisme perlindungan hukum dalam sebuah perjanjian/kontrak waralaba/*franchise* baik dari sisi *franchiser* dan *franchisee*.

### B. Rumusan Masalah

Mengingat latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis mengidentifikasi problematika yang ada ke dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana keabsahan kontrak waralaba diatur dalam hukum Indonesia?
2. Bagaimana perlindungan hukum bagi pihak-pihak dalam kontrak waralaba?

### C. Tujuan Penulisan

Tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk menilai keabsahan kontrak waralaba/*franchise* berdasarkan hukum yang berlaku di Indonesia
2. Untuk mengidentifikasi mekanisme perlindungan hukum bagi *franchiser* dan *franchisee* di Indonesia

<sup>4</sup> "Pameran Franchise Kembali Digelar, Gandeng 180 Merek Usaha - Bisnis Liputan6.Com," accessed September 3, 2024, <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5444568/pameran-franchise-kembali-digelar-gandeng-180-merek-usaha>.

#### D. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Yuridis-Normatif yang bersifat deskriptif analitis, yang didasarkan pada kaidah hukum dan peraturan yang ada dengan jenis dan bahan hukum primer melalui studi pustaka, fenomena hukum, perilaku subjek, dan efektifitas dari hukum.

#### E. Tinjauan Pustaka

##### 1. Tinjauan Umum tentang Waralaba

Secara etimologis, kata *franchise* bersumber dari bahasa Perancis dan Inggris, yang bermakna “kebebasan” atau “*freedom*”, Pada awalnya, *franchise* merupakan wewenang yang dimiliki oleh raja/bangsawan yang menjadi pemilik/tuan tanah pada wilayah wilayah yang dikuasainya. Terhadap daerah tersebut, raja/bangsawan dapat memungut pajak/upeti terhadap pihak yang memanfaatkan tanah yang dikuasainya.<sup>5</sup>

Dalam *Black's Law Dictionary* waralaba atau *franchise* memiliki definisi yaitu: “A Special privilege granted or sold, such as to use a name or to sell products or services. In its simple terms, a Franchise is a license from owner of a trademark or trade name permitting another to sell a product or service under that name or mark. More broadly stated, a Franchise has evolved into an elaborate agreement under which the Franchisee undertakes to conduct a business or sell a product or service in accordance with methods and procedures prescribed by the Franchisor, and the Franchisor undertakes to assist the Franchisee through advertising, promotion and other advisory services.”

Definisi waralaba diatas menekankan pada suatu hak khusus atau *Privilege* yang diberikan pemilik nama dagang kepada pihak lain untuk menjual suatu barang atau jasa dengan nama dagang tersebut. waralaba/*franchise* kemudian berkembang menjadi suatu perjanjian terperinci yang dimana penerima Waralaba/*Franchisee* berkewajiban untuk menjalankan sebuah bisnis / menjual suatu produk atau layanan sesuai dengan metode atau prosedur yang dipersyaratkan oleh pemilik Waralaba/*Franchiser*. Sedangkan pemilik Waralaba/*Franchiser* berkewajiban untuk memberikan bantuan dalam pemasaran, promosi, maupun bantuan lainnya.

Waralaba/*Franchise* digunakan oleh pebisnis sebagai sebuah alternatif pengembangan bisnis, Warren J. Keegen dalam bukunya yang berjudul *Global Marketing Management* mengkategorikan beberapa cara seorang pengusaha dapat mengembangkan usahanya secara internasional menjadi 5 macam cara. Yaitu:

1. Perdagangan internasional
2. Pemberian lisensi
3. Pemberian waralaba/*franchise*
4. Membentuk perusahaan patungan / *joint ventures*; dan
5. Penanaman modal langsung / *foreign direct investment*.<sup>6</sup>

Waralaba / *Franchise* dapat dibedakan menjadi 2 bentuk, yaitu dalam bentuk

1. *Product and Trade Franchise* / Waralaba Produk dan Merek Dagang ; dan
2. *Business Franchise Format* / Waralaba Format Bisnis.<sup>7</sup>

<sup>5</sup> Mudassir Mathar, “Aspek Hukum Usaha Waralaba Di Indonesia,” *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* 4, no. 1 (2016), <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JIS/article/view/211>.

<sup>6</sup> Gunawan Widjaja, *Seri Hukum Bisnis Waralaba*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001), 1–2.

<sup>7</sup> Yuni Artha Manalu, “Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia,” *EJournal Fakultas Hukum Uki* 32, no. 2 (2022): 83–97, <http://repository.uki.ac.id/8858/>.

## Artikel

Perbedaan antara kedua jenis waralaba tersebut terletak pada kompleksitas atas hak yang diberikan, pada Waralaba Produk dan Merek Dagang, pemberi waralaba hanya diberikan sebatas hak untuk menjual, dan menggunakan merek dagang milik pemberi Waralaba, sedangkan pada Waralaba Format Bisnis, menurut Martin Mandelsohn, jenis lisensi tersebut memberikan hak kepada *franchiser*/penerima waralaba untuk menjaalkan kegiatan usaha dengan merek dagang/nama dagang Pemberi Waralaba, dan untuk menggunakan keseluruhannya, tidak dikecualikan dari semua komponen yang dibutuhkan bagi pengusaha yang baru memulai dan tidak terlatih dalam bisnis, serta mendapatkan bantuan dari pihak pemberi waralaba berdasarkan ketentuan kontrak yang telah diatur.”<sup>8</sup>

Istilah Waralaba pertama kali dikenal di Indonesia pada tahun 1995, dalam Pasal 27 huruf d Undang-Undang No 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil yang mendefinisikan waralaba sebagai salah satu bentuk pola kemitraan, dalam penjelasan pasal tersebut, “pola waralaba merupakan hubungan kemitraan yang didalamnya pemberi waralaba memberikan hak penggunaan lisensi, merek dagang, dan saluran distribusi perusahaannya kepada penerima waralaba dengan disertai bantuan bimbingan manajemen”.

Waralaba/*Franchise* memiliki kaitan erat dengan Hak Kekayaan Intelektual, hal ini dapat dilihat dalam Pasal 2 Ayat 2 huruf f Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, bahwa Waralaba harus memenuhi beberapa kriteria, salah satunya yaitu Hak Kekayaan Intelektual (HKI) yang telah terdaftar. Kewajiban sebuah waralaba/*franchise* yang telah memiliki bukti pendaftaran Hak Kekayaan Intelektual tidak lepas dari fakta dari sejarah waralaba/*franchise* yang bersumber dari pemberian izin / Lisensi.

Lisensi dalam *Black's Law Dictionary* didefinisikan sebagai “*A personal privilege to do some particular act or series of act*”, atau “*The permission by competent authority to do an act which, without such permission would be illegal, a trespass, a tort, or otherwise would not allowable.*”, Yang dapat diartikan bahwa Lisensi merupakan suatu bentuk hak khusus / *privilege* untuk melakukan sebuah perbuatan atau lebih yang diberikan dalam bentuk izin, dimana bila perbuatan tersebut dilakukan tanpa izin tersebut, maka perbuatan tersebut adalah perbuatan yang terlarang, tidak sah, atau melawan hukum.<sup>9</sup>

Berdasarkan definisi Lisensi diatas, dapat dipahami bahwa Lisensi merupakan bentuk pemberian hak, Awal pengembangan konsep Lisensi menjadi Waralaba didasarkan pada pemikiran yang merasa tidak cukup dengan pemberian hak semata, perlu diberikan kewajiban kewajiban untuk menjalankan sistem operasional kegiatan lisensi tersebut. Sebagai imbalan maka penerima Waralaba diberikan hak untuk memanfaatkan Hak Kekayaan Intelektual oleh Pemberi Waralaba, baik dalam bentuk merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten teknologi, maupun rahasia dagang.<sup>10</sup>

Waralaba, menurut Richard Burton (1995), mempunyai ciri-ciri mendasar sebagai berikut:

- a. Antara pemberi waralaba dan penerima waralaba harus ada kesepakatan sebagai suatu perjanjian yang dibuat
- b. Dalam seluruh bagian usaha yang akan dimasukinya, pemberi waralaba harus memberikan pelatihan, menawarkan bantuan dalam berbagai aspek tertentu dari perusahaan yang mutlak diperlukan untuk kelangsungan keberhasilan bisnis waralaba c. Dalam pengawasan pemberi waralaba, penerima waralaba diperbolehkan bekerja dengan

<sup>8</sup> Gunawan Widjaja, “Lisensi Atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis,” *Language* 8, no. 279p (2002): 43–44.

<sup>9</sup> *Ibid.*,p.3.

<sup>10</sup> *Ibid.*,p.5.

## Artikel

menggunakan nama, nama merek, desain atau teknik potensial serta nama besar (ketenaran) apa pun yang dimiliki oleh pemberi waralaba.

- d. Usaha penerima waralaba harus berasal dari sumber keuangannya sendiri atau dengan dukungan sumber dukungan keuangan lain (misalnya kredit bank). Lokasi atau outlet penjualan pewaralaba tidak menerima investasi langsung apa pun dari pemberi waralaba. Pemberi waralaba tidak memberikan modal kepada unit usaha yang dikelola pewaralaba; sebaliknya, pewaralaba dapat menyewa fasilitas atau barang dagangan dan membiayainya secara mencicil, atau mereka dapat membeli bangunan yang disewakan kepada pewaralaba.
- e. Penerima waralaba bertanggung jawab atas segala sesuatu yang berhubungan dengan bisnis *franchise* nya.
- f. Suatu biaya atau royalti harus dibayarkan oleh penerima waralaba kepada pemberi waralaba sebagai imbalan atas hak khusus dan bantuan berkelanjutan dari pemberi waralaba yang diterimanya.
- g. Penerima waralaba mempunyai pilihan untuk mendapatkan wilayah penjualan tertentu dimana ia merupakan pihak utama yang mempunyai hak istimewa untuk menjual barang dan jasa yang ditawarkan usahanya.
- h. Transaksi antara penerima waralaba dan pemberi waralaba tidak sama dengan transaksi antar cabang dari perusahaan induk atau individu yang sama dan bisnis yang mereka kendalikan.<sup>11</sup>

## 2. Tinjauan Umum tentang Keabsahan

Keabsahan berdasarkan Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai memiliki sifat yang sah, Istilah Keabsahan merupakan istilah yang umum digunakan dalam kehidupan bermasyarakat dan dikenal dalam banyak budaya, dalam Bahasa Inggris, Keabsahan dikenal dengan *Validity*, *Cambridge Dictionary* mendefinisikan *Validity* sebagai “the quality of being based on truth or reason, or of being able to be accepted” or “the fact of having legal force, or being legally acceptable”, yang dapat diterjemahkan menjadi “Kualitas yang didasarkan pada kebenaran atau alasan, atau mampu diterima” atau “Fakta yang memiliki kekuatan hukum, atau dapat diterima secara hukum” Kedua definisi Keabsahan diatas dapat dikaitkan dengan kekuatan mengikat suatu hukum berdasarkan suatu norma, khususnya norma hukum.

Norma memiliki peran yang krusial dalam pembentukan peraturan yang berlaku dalam masyarakat, hal ini didasarkan pada dibutuhkannya suatu Keabsahan, Keabsahan tersebut diperoleh berdasarkan mampu/tidaknya diterima, didasarkan pada kebenaran/alasan, serta dapat diterima secara hukum Peraturan tersebut.

## 3. Tinjauan Umum tentang Perlindungan Hukum

### a. Pengertian Perlindungan Hukum

Mengutip pendapat Philipus M. Hadjon, “Perlindungan hukum adalah perlindungan akan harkat dan martabat, serta pengakuan terhadap hak-hak asasi manusia yang dimiliki oleh subyek hukum berdasarkan ketentuan hukum dari kesewenangan atau sebagai kumpulan peraturan atau kaidah yang akan dapat melindungi suatu hal dari hal lainnya. Berkaitan dengan konsumen, berarti hukum memberikan perlindungan

---

<sup>11</sup> Supriyadi Supriyadi, “Aspek Hukum Dalam Bisnis (Telaah Peraturan Perundangan Di Indonesia)” (IAIN Kudus), 246-47, accessed September 3, 2024

## Artikel

terhadap hak-hak pelanggan dari sesuatu yang mengakibatkan tidak terpenuhinya hak-hak tersebut.”<sup>12</sup>

Mengutip pendapat Jeremy Bentham, dengan pandangan Hukum aliran Utilitarianism nya “The purpose of the law and judicial system should be to promote the greatest happiness for the greatest number of people.”

Pada hakikatnya dapat dikatakan sebagai berikut:

- 1) Menentukan kewajiban-kewajiban yang harus dipenuhi sehubungan dengan hak-hak setiap orang dan memberikan perlindungan (proteksi) yang wajar terhadap hak-hak tersebut.
- 2) Memberikan pembatasan terhadap hak-hak individu semaksimal mungkin agar tidak memperlambat atau merusak hak-hak istimewa orang lain, serta menentukan landasan terjauh komitmen yang harus dipenuhi untuk menjamin kebebasan orang lain.<sup>13</sup>

## II. PEMBAHASAN

### A. Bagaimana keabsahan kontrak waralaba diatur dalam hukum Indonesia?

Perjanjian waralaba/*franchise* merupakan salah satu bentuk perjanjian *innominaat*<sup>14</sup>, atau sederhananya, merupakan perjanjian yang bentuknya tidak dikenal dalam KUHPerdara, hal ini dikarenakan pada saat diundangkannya KUHPerdara, bentuk perjanjian tersebut belum ada. Hal ini tidak dilarang, didasarkan pada pasal 1319 KUHPerdara mengenai perjanjian *innominaat* yang berbunyi: “Semua persetujuan, baik yang mempunyai nama khusus maupun yang tidak dikenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan umum yang termuat dalam bab ini dan bab yang lain.”

Kontrak waralaba/*franchise* merupakan bentuk perjanjian, sehingga tunduk pada Buku III KUHPerdara, Kontrak waralaba/*franchise* sebagai perjanjian tidak dilarang selama tidak bertentangan dengan ketentuan perundang-undangan serta norma lainnya, serta memenuhi syarat sahnya suatu perjanjian, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara, tentang Syarat sahnya perjanjian yaitu:

1. Adanya kesepakatan antara mereka yang mengikatkan dirinya;
2. Kecakapan untuk membuat suatu perikatan;
3. Suatu pokok persoalan tertentu; dan
4. Suatu sebab yang tidak terlarang.

Kontrak waralaba/*franchise* juga tunduk pada Pasal 1338 KUHPerdara yang mengatur mengenai asas kebebasan berkontrak, yang berbunyi “persetujuan yang dibuat sesuai dengan undang-undang, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, Persetujuan

<sup>12</sup> Sayyid Muhammad zein Alydrus, “PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PT. PLN (PERSERO) BALIKPAPAN TERKAIT ADANYA PEMADAMAN LISTRIK,” *LEX SUPREMA Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (2020), <https://jurnal.law.uniba-bpn.ac.id/index.php/lexsuprema/article/view/255>.

<sup>13</sup> Fence M. Wantu, *Pengantar Ilmu Hukum* (Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan “KDT”): REVIVA CENDEKIA, 2015), 17..

<sup>14</sup> “Perjanjian Innominaat: Yuk Kenali Perjanjian Tak Bernama Yang Ada Di Indonesia | HeyLaw,” accessed September 3, 2024, <https://heylaw.id/blog/perjanjian-innominaat-yuk-kenali-perjanjian-tak-bernama-yang-ada-di-indonesia>.

## Artikel

tersebut tidak dapat ditarik kembali kecuali dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang ditentukan oleh undang-undang. Persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.”

Perjanjian waralaba atau *franchise* tunduk pada beberapa asas lain yang terkandung dalam KUHPerdara, antara lain:

- a. Asas Konsensualisme, asas ini mensyaratkan suatu perjanjian yang sah adalah perjanjian yang konsensual, atau menyangkut persetujuan semua pihak yang terlibat, sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 Ayat 1 KUHPerdara.
- b. Asas Kebebasan Berkontrak, asas ini menerangkan bahwa seluruh perjanjian yang dibuat antara pihak, berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya, persetujuan tersebut tidak dapat ditarik kembali, kecuali dengan kesepakatan para pihak tersebut, atau karena alasan lain yang ditentukan oleh undang-undang, dan harus dijalankan dengan itikad baik / *good faith*, didasarkan pada Pasal 1338 KUHPerdara. Asas ini merupakan perwujudan kehendak bebas manusia.<sup>15</sup>
- c. Asas Kepribadian, asas ini menentukan bahwa dalam pembuatan kontrak, kepentingan yang diwakili oleh para pihak terbatas pada kepentingan pribadi atau perseorangan saja, asas ini dapat dilihat dalam Pasal 1315 KUHPerdara, dan Pasal 1340 KUHPerdara.

Syarat 1 dan 2, merupakan syarat subjektif, dikarenakan sifatnya yang berkaitan erat dengan kondisi subjek pada saat ditutupnya perjanjian. Akibat tidak dipenuhinya syarat 1 dan 2, mengakibatkan perjanjian dapat dibatalkan, sedangkan Syarat 3 dan 4, merupakan syarat objektif, dikarenakan sifatnya yang berkaitan erat dengan kondisi objek pada saat ditutupnya perjanjian. Akibat tidak dipenuhinya syarat 3 dan 4 mengakibatkan perjanjian batal demi hukum (*null and void*)

Pemerintah Indonesia menyadari pada tahun 1997 bahwa memberikan kepastian bisnis dan hukum kepada industri model bisnis waralaba adalah hal yang mendesak, sehingga pada tahun 1997 diterbitkan regulasi mengenai Waralaba yaitu Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba

Kedua regulasi ini kemudian menjadi cikal bakal regulasi yang mengalami beberapa penyesuaian yang berlaku sampai dengan sekarang, yaitu Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dan Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Waralaba, dalam pengertian Pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, diartikan sebagai “hak khusus yang dimiliki oleh orang perserorangan 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.” Definisi tersebut bersesuaian dengan definisi

---

<sup>15</sup> Mariam Darus Badruzaman, “KUH Perdata Buku III Hukum Perikatan Dengan Penjelasannya,” *Alumni, Bandung*, 1993, 109–111.

*Artikel*

Waralaba pada Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Selain melalui Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, pengaturan lebih lanjut mengenai Waralaba diatur oleh Kementerian Perdagangan Republik Indonesia dengan diterbitkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Tidak jarang ditemui dalam sebuah kontrak waralaba yang dibuat antara pemberi waralaba/*franchiser* dan penerima waralaba *franchisee*, melibatkan pihak yang memiliki kewarganegaraan berbeda antara pihak penerima dan pemberi waralaba, Dalam kontrak waralaba tersebut, berdasarkan bunyi Pasal 4 Ayat 2 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, apabila perjanjian waralaba tersebut ditulis dalam bentuk bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan dalam bahasa Indonesia, hal ini didasarkan pada Pasal 31 Ayat 1 Undang-Undang No. 24 Tahun 2009 tentang Bendera, Bahasa, dan Lambang Negara, serta Lagu Kebangsaan, yang berbunyi “Bahasa Indonesia wajib digunakan dalam nota kesepahaman atau perjanjian yang melibatkan lembaga negara, instansi pemerintah Republik Indonesia, lembaga swasta Indonesia atau perseorangan warga negara Indonesia.”

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, selain mendefinisikan pengertian perjanjian waralaba/*franchise* juga menetapkan kriteria yang harus dipenuhi, agar sebuah waralaba/*franchise* dapat dikatakan sebagai sebuah waralaba/*franchise*, sebagaimana diatur dalam Pasal 3 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang berbunyi: Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. “Memiliki ciri khas usaha;
2. Terbukti sudah memberikan keuntungan;
3. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
4. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
5. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan
6. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.”

Meskipun telah diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdara sebagaimana telah dijelaskan diatas, bahwa suatu perjanjian yang sah, tidak mempersyaratkan keharusan perjanjian dalam bentuk tertulis, namun pengaturan perjanjian Waralaba sebagaimana diatur dalam Dalam Pasal 4 Ayat 1 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, secara eksplisit menyatakan bahwa dalam sebuah perjanjian waralaba, diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi Waralaba dengan penerima Waralaba, dengan memperhatikan hukum Indonesia, definisi memperhatikan hukum Indonesia dalam pasal 4 Ayat 1 diatas merupakan bentuk implementasi Pasal 1254 KUHPerdara, yang berbunyi “Semua syarat yang bertujuan melakukan sesuatu yang tak mungkin terlaksana, sesuatu yang bertentangan dengan kesusilaan yang baik, atau sesuatu yang dilarang oleh undang-undang adalah batal dan mengakibatkan persetujuan yang digantungkan padanya tak berlaku”.

Dalam perjanjian yang melibatkan *Franchiser* dan *Franchisee* tersebut dituangkan dalam kontrak tertulis yang memuat paling sedikit, berdasarkan Pasal 5 Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yaitu:

## Artikel

---

1. "Nama dan alamat para pihak
2. Jenis Hak Kekayaan Intelektual
3. Kegiatan Usaha
4. Hak dan Kewajiban para pihak
5. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba
6. Wilayah Usaha
7. Jangka waktu perjanjian
8. Tata cara pembayaran imbalan
9. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris
10. Penyelesaian sengketa; dan
11. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian"

Dalam perjanjian Waralaba, salah satu komponen krusial yang dapat mempengaruhi keberhasilan penerima Waralaba adalah Lokasi, atau Wilayah Usaha, sehingga tidak jarang ditemui dalam sebuah perjanjian waralaba, dimuat sebuah klausula mengenai Wilayah Usaha, yang juga dikenal dengan klausul eksklusivitas, yang memberikan Penerima Waralaba hak untuk menjalankan kegiatan usahanya secara eksklusif.<sup>16</sup> Sebuah klausul eksklusivitas dalam perjanjian Waralaba bertujuan untuk menghindari persaingan internal antara sesama penerima Waralaba, memberikan ketenangan pikiran kepada penerima Waralaba mengetahui bahwa mereka tidak akan menghadapi persaingan dari penerima waralaba lain dalam wilayah tersebut, serta menjadi ruang negosiasi bagi Pemberi Waralaba.

### **B. Bagaimana perlindungan hukum bagi pihak-pihak dalam kontrak waralaba**

#### **- Perlindungan hukum pemberi waralaba**

Penerima Waralaba merupakan penerima hak untuk menjalankan usaha dengan mempergunakan merek dagang atau merek jasa pemilik Pemilik Waralaba, hal ini kemudian dapat menimbulkan risiko reputasi terhadap Pemilik Waralaba, apabila dalam menjalankan usaha waralaba tersebut, Perlu adanya seleksi penerima waralaba secara matang, hal ini untuk menghindari risiko Penerima Waralaba tidak menggunakan metode dan tata cara, ataupun prosedur yang telah ditetapkan oleh pemberi waralaba.<sup>17</sup>

Dalam sebuah perjanjian waralaba dikenal istilah *non-competition clause*, yang pada dasarnya merupakan sebuah klausula yang lazim dicantumkan dalam perjanjian Waralaba/*Franchise*. Klausula ini merupakan klausula pernyataan komitmen penerima waralaba/*franchisee* untuk tidak berkompetisi dengan pemberi waralaba/*franchiser*, bahkan setelah perjanjian waralaba nya berakhir<sup>18</sup>. Pencantumkan *non-competition clause* dalam sebuah kontrak Waralaba bertujuan untuk memberikan perlindungan informasi rahasia pemberi waralaba/*franchiser* yang diperoleh penerima waralaba/*franchisee* berupa *know how*, rahasia, resep, metode operasional, dan strategi bisnis yang digunakan oleh pemberi waralaba.

Bentuk lain perlindungan hukum bagi pemberi waralaba/*franchiser* adalah dengan adanya kepastian hukum terhadap kedudukan Lisensi yang diberikan pemberi waralaba/*franchiser* khususnya pada Hak Atas Kekayaan Intelektual dalam bentuk Merek dan Rahasia Dagang,

---

<sup>16</sup> Widjaja, *op.cit.*, p.16.

<sup>17</sup> *Ibid.*, p.20.

<sup>18</sup> Widjaja, *op.cit.*, p.9.

## Artikel

kedua bentuk Hak Atas Kekayaan Intelektual tersebut diatur dalam Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, serta Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Berdasarkan Pasal 35 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang berbunyi “Merek terdaftar akan mendapatkan perlindungan hukum dengan jangka waktu 10 (sepuluh) tahun sejak tanggal penerimaan.” Sedangkan dalam Pasal 2 Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, menetapkan Lingkup perlindungan Rahasia Dagang berupa metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan, atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.

Bentuk perlindungan hukum represif terhadap pelanggaran HAKI dapat dilihat dalam Pasal 83 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, yang berbunyi “Pemilik Merek terdaftar dan/atau penerima Lisensi Merek terdaftar dapat mengajukan gugatan terhadap pihak lain yang secara tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya untuk barang dan/atau jasa yang sejenis berupa: gugatan ganti rugi, dan/atau penghentian semua perbuatan yang berkaitan dengan penggunaan merek tersebut.” Perlindungan hukum tersebut tidak hanya meliputi ranah perdata, namun juga ranah pidana, sebagaimana diatur dalam Pasal 100 Undang-Undang No. 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis, Penggunaan Merek tanpa hak yang memiliki kesamaan pada keseluruhan dengan merek terdaftar, diancam dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah). Penggunaan Merek tanpa hak yang memiliki kesamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar, diancam dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)

Sedangkan Pasal 11 Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang memberikan Pemegang Hak Rahasia Dagang atau penerima Lisensi hak untuk menggugat ganti rugi ataupun penghentian perbuatan siapapun yang dengan sengaja dan tanpa hak menggunakan rahasia dagang yang dimilikinya. Pasal 17 Ayat 1 Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang juga mengatur mengenai sanksi pidana terhadap pihak yang dengan tanpa hak menggunakan Rahasia Dagang pihak lain dengan pidana penjara paling lama 2 (dua) tahun dan/atau denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 mengakomodir perlindungan hukum preventif demi kepentingan Pemberi Waralaba / *Franchiser* hal ini tertuang dalam beberapa pasalnya antara lain:

1. Pasal 5 huruf k, mengatur bahwa dalam sebuah perjanjian waralaba, setidaknya memuat beberapa klausula, antara lain yaitu mengenai tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian, Klausul pemutusan perjanjian/*termination clause* merupakan klausula yang menentukan kondisi/keadaan dimana salah satu pihak dapat mengakhiri perjanjian sebelum waktunya. Umumnya mencakup kegagalan salah satu pihak untuk memenuhi kontrak, ketidakpatuhan finansial, pelanggaran terhadap perjanjian, atau alasan lainnya.

### - Perlindungan hukum penerima waralaba

## Artikel

Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba mengakomodir perlindungan hukum preventif demi kepentingan Penerima Waralaba / *Franchisee* hal ini tertuang dalam beberapa pasalnya antara lain:

1. Pasal 7, mewajibkan Pemberi Waralaba untuk memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran, yang didalamnya setidaknya memuat antara lain:
  - a. “Data identitas Pemberi Waralaba;
  - b. Legalitas usaha Pemberi Waralaba;
  - c. Sejarah kegiatan usahanya;
  - d. Struktur organisasi Pemberi Waralaba;
  - e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
  - f. Jumlah tempat usaha;
  - g. Daftar Penerima Waralaba; dan
  - h. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.”
2. Pasal 8, mewajibkan Pemberi Waralaba untuk memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada penerima Waralaba secara berkesinambungan.
3. Pasal 14, bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan waralaba, berupa:
  - a. Pendidikan dan pelatihan Waralaba;
  - b. Rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
  - c. Rekomendasi untuk mengikuti pameran waralaba, baik di dalam negeri, dan luar negeri;
  - d. Bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
  - e. Penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik; dan/atau
  - f. Bantuan perkuatan permodalan.

Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba juga memberikan payung hukum terhadap penerima Waralaba, hal ini tertuang dalam beberapa pasalnya, antara lain:

1. Pasal 2 Ayat 2 dan 3, bahwa Waralaba yang memenuhi salah satu syarat, yaitu terbukti sudah memberikan keuntungan, yang dibuktikan dengan pengalaman Pemberi Waralaba paling sedikit 5 (lima) tahun dan mempunyai kiat bisnis untuk mengatasi permasalahan usaha, yang dalam hal ini dibuktikan dengan bertahan dan berkembangnya usaha Pemberi Waralaba tersebut secara menguntungkan
2. Pasal 9, bahwa Pemberi Waralaba atau Pemberi Waralaba Lanjutan dapat menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan dengan pembagian wilayah berusaha yang jelas. Pasal ini bertujuan untuk memberikan kepastian terhadap penerima waralaba menghadapi persaingan usaha, khususnya persaingan internal.
3. Pasal 10, mengenai kewajiban Pemberi Waralaba, Pemberi Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba, dan Penerima Waralaba Lanjutan untuk memiliki STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba), pendaftaran Waralaba bertujuan untuk memberikan kepastian terhadap para pihak termasuk pemberi waralaba dan pemberi waralaba lanjutan.

### - **Permasalahan Hukum Waralaba**

## Artikel

Dalam praktiknya, meskipun bisnis waralaba/*franchise* memiliki reputasi sebagai model bisnis yang memiliki resiko rendah, terdapat banyak faktor yang dapat mempengaruhi kesuksesan penerima waralaba/*franchisee*, salah satunya adalah memilih waralaba/*franchise* yang sesuai untuk menghindari permasalahan yang mungkin akan terjadi. Salah satu contoh permasalahan yang dapat timbul antara lain: pemberi waralaba/*franchiser* tidak memenuhi kewajibannya, seperti tidak membuka bisnis waralaba meskipun penerima waralaba/*franchisee* telah membayarkan biaya waralaba/*franchise fee*<sup>19</sup>, pemberi waralaba/*franchiser* yang belum mendaftarkan merek dagangnya dan belum memiliki izin sebagai penyelenggara waralaba<sup>20</sup>, hingga keuntungan waralaba yang tidak sesuai dengan janji pemberi waralaba/*franchiser*.<sup>21,22</sup>

### - Mekanisme penyelesaian sengketa dalam kontrak waralaba

Sebagai bentuk perjanjian, penyelesaian sengketa yang melibatkan penerima dan pemilik Waralaba dapat diselesaikan melalui forum pengadilan, namun melihat sifat dari perjanjian Waralaba, penyelesaian perselisihan yang dilakukan melalui forum pengadilan dikhawatirkan akan menimbulkan kerugian terhadap pemilik Waralaba, baik berupa kerugian reputasi, maupun kerugian terhadap Hak Atas Kekayaan Intelektual.<sup>23</sup>

Dalam metode konvensional, sebuah persengketaan antara penerima waralaba/*franchisee* dan pemberi waralaba/*franchiser* akan diselesaikan di Pengadilan. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan tidak jarang menimbulkan biaya yang cukup banyak, penyelesaian yang berlarut-larut, serta diketahuinya persengketaan para pihak akan menimbulkan citra yang buruk.<sup>24</sup> Dengan contoh persengketaan waralaba/*franchise* antara CV. Trijaya Surya Gemilang dan PT. Ilham Malindo selaku pemilik waralaba/*franchise* “The Lieza Skin Care”, diawali dengan kesepakatan para pihak untuk melakukan kerjasama pada 21 April 2012, Pengadilan Negeri Jakarta Pusat memberikan putusan No 14/PDT.G/2013/PN.JKT.PST pada tanggal 18 September 2013, dengan amar putusan Menyatakan gugatan penggugat tidak jelas dan tidak dapat diterima, serta menghukum penggugat untuk membayar biaya perkara sebesar Rp. 5.316.000, pihak Penggugat kemudian mengajukan permohonan peninjauan kembali dengan dalil terdapat kekeliruan/kekhilafan mengenai ke-kaburan gugatan penggugat, yang kemudian diputuskan oleh Mahkamah Agung pada 19 Desember 2014 dengan Putusan No 239 PK/PDT/2014, permohonan peninjauan kembali ditolak dengan alasan gugatan adalah kabur, menguatkan putusan Pengadilan Negeri Jakarta Pusat, dan membebaskan biaya perkara sebesar Rp.2.500.000.

<sup>19</sup> “Sudah Setor Uang Tapi Waralaba Tak Kunjung Buka, Bisakah Saya Pidanakan?,” accessed September 3, 2024, <https://news.detik.com/berita/d-6049241/sudah-setor-uang-tapi-waralaba-tak-kunjung-buka-bisakah-saya-pidanakan>.

<sup>20</sup> “Investor Waralaba Cerdas Laundry Rugi Rp 5,4 M - Radar Malang,” accessed September 3, 2024, <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/811088138/investor-waralaba-cerdas-laundry-rugi-rp-54-m>.

<sup>21</sup> “Dugaan Penipuan Investasi Cerdas Laundry Berujung Laporan Ke Mabes Polri,” accessed September 3, 2024, <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5653426/dugaan-penipuan-investasi-cerdas-laundry-berujung-laporan-ke-mabes-polri>.

<sup>22</sup> “Franchise Menantea Dituding Menipu, Ini Klarifikasi Dari Founder,” accessed September 3, 2024, <https://lifestyle.bisnis.com/read/20230324/226/1640289/franchise-menantea-dituding-menipu-ini-klarifikasi-dari-founder>.

<sup>23</sup> *Ibid.*, p.97.

<sup>24</sup> Sentosa Sembiring, “Hukum Dagang Edisi Revisi Cetakan Keempat” (Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2015), 254.

## Artikel

Tidak jarang dalam praktiknya, dalam penyelesaian perselisihan antara pihak pemberi waralaba dan penerima waralaba, telah dicantumkan klausula penyelesaian sengketa, atau klausula pilihan hukum, sebagaimana diatur dalam pasal 5 huruf J Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, Salah satu bentuk penyelesaian sengketa adalah dengan Arbitrase atau Penyelesaian Sengketa Alternatif.

Menurut Pasal 5 huruf J Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, salah satu bentuk penyelesaian sengketa *Franchise* adalah melalui Arbitrase atau Alternatif Penyelesaian Sengketa dalam penyelesaian permasalahan kontrak antara pemberi waralaba dan penerima waralaba. Dalam prakteknya, tidak jarang dalam sebuah kontrak Waralaba dimuat sebuah klausul penyelesaian sengketa atau klausul pilihan hukum.

Berdasarkan Pasal 81 Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, penyelenggaraan Arbitrase yang sebelumnya dilaksanakan berdasarkan Pasal 615-651 *Reglement op de Rechtsvordering* atau Rv, Pasal 377 *Het Herziene Indonesisch Reglement* atau Reglemen Indonesia yang Diperbaharui, dan Pasal 705 *Rechtsreglement Buitengewesten* atau Reglemen Acara untuk Daerah Luar Jawa dan Madura dinyatakan tidak berlaku<sup>25</sup>. Ketentuan Arbitrase saat ini diatur dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, Pasal 5 Ayat 1 menyebutkan bahwa “Sengketa yang dapat diselesaikan melalui arbitrase hanya sengketa di bidang perdagangan dan mengenai hak yang menurut hukum dan peraturan-perundang-undangan dikuasai sepenuhnya oleh pihak yang bersengketa”. Definisi bidang perdagangan kemudian dijelaskan lebih lanjut dalam penjelasan pasal 66 huruf b Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa, bahwa yang dimaksud dengan ruang lingkup hukum perdagangan merupakan kegiatan yang meliputi bidang:

1. Perniagaan
2. Perbankan
3. Keuangan
4. Penanaman Modal
5. Industri
6. Hak Kekayaan Intelektual

Kelebihan penyelesaian sengketa melalui lembaga Arbitrase, jika dibandingkan dengan lembaga Peradilan, berdasarkan Penjelasan Umum Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa yaitu:

1. “Dijamin kerahasiaan sengketa para pihak;
2. Dapat dihindari kelambatan yang diakibatkan karena hal prosedural dan administratif;
3. Para pihak dapat memilih arbiter yang menurut keyakinannya mempunyai pengetahuan, pengalaman serta latar belakang yang cukup mengenai masalah yang disengketakan, jujur, dan adil;
4. Para pihak dapat menentukan pilihan hukum untuk menyelesaikan masalahnya serta proses dan tempat penyelenggaraan arbitrase; dan
5. Putusan arbiter merupakan putusan yang mengikat apra pihak dan dengan melalui tata cara (prosedur) sederhana saja ataupun langsung dapat dilaksanakan.”

---

<sup>25</sup> Gunawan Widjaja and Michael Adrian, “Seri Aspek Hukum Dalam Bisnis Peran Pengadilan Dalam Penyelesaian Sengketa Oleh Arbitrase,” *Kencana Prenada Media Group, Jakarta*, 2008, 2.

### **III. PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

- Keabsahan kontrak waralaba di Indonesia secara umum memenuhi syarat hukum yang berlaku, sebagai bentuk perjanjian innominaat, perjanjian waralaba di Indonesia diakui sah apabila memenuhi syarat-syarat sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUHPerdata, yaitu adanya kesepakatan antara para pihak, kecakapan, terdapat pokok persoalan tertentu, dan mengenai suatu sebab yang tidak terlarang.
- Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 mempersyaratkan bentuk perjanjian tertulis terhadap perjanjian waralaba, dan diharuskan untuk memenuhi kriteria-kriteria tertentu, antara lain: nama, alamat para pihak, jenis HAKI, kegiatan usaha, hak dan kewajiban para pihak, bantuan dan fasilitas, wilayah usaha, jangka waktu perjanjian, tata cara pembayaran, serta penyelesaian sengketa
- Perlindungan hukum bagi pemberi waralaba/franchiser mencakup untuk memastikan bahwa penerima waralaba/franchisee menjalankan dan mengikuti standar prosedur yang ditetapkan untuk melindungi reputasi dan kepentingan bisnis pemberi waralaba/franchiser
- Perlindungan hukum bagi penerima waralaba meliputi kewajiban pemberi waralaba untuk memberikan pelatihan, dukungan operasional, dan pemasaran produk/jasa yang diwaralabakan, serta hak untuk mengajukan hak eksklusifitas untuk menghindari persaingan usaha antar penerima waralaba lainnya

#### **B. SARAN**

- Pemerintah memiliki peran sentral dalam fungsinya memperbaharui dan memperketat regulasi terkait waralaba untuk memastikan semua pihak mematuhi ketentuan yang ada.
- Pemerintah dengan lembaga terkait, dalam hal ini Kementerian Perdagangan perlu melakukan edukasi dan sosialisasi kepada pelaku bisnis, baik penerima waralaba / pemberi waralaba mengenai pentingnya memahami regulasi mengenai waralaba, untuk menghindari kesalahpahaman dan pelanggaran yang dapat merugikan kedua belah pihak.
- Dalam penyusunan kontrak waralaba, salah satu unsur perjanjian yang penting untuk diatur adalah penyelesaian sengketa, hal ini bertujuan untuk menghindarkan para pihak, kerugian materiil/nonmateriil khususnya terhadap pemberi waralaba/franchiser, serta memberikan penyelesaian sengketa secara adil dan efisien
- Pemberi waralaba/franchiser harus terus menerus mengembangkan standar operasional/prosedur dengan jelas dan terukur, hal ini bertujuan untuk memastikan penerima waralaba dapat menjalankan usahanya sesuai dengan standar yang ditetapkan, Dengan standar yang jelas dan terukur, pemberi waralaba dapat mendeteksi dan mengatasi masalah yang mungkin terjadi dalam jalannya usaha penerima waralaba

## DAFTAR PUSTAKA

- Alydrus, Sayyid Muhammad zein. "PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP KONSUMEN PT. PLN (PERSERO) BALIKPAPAN TERKAIT ADANYA PEMADAMAN LISTRIK." *LEX SUPREMA Jurnal Ilmu Hukum* 2, no. 1 (2020). <https://jurnal.law.uniba-bpn.ac.id/index.php/lexsuprema/article/view/255>.
- Badrulzaman, Mariam Darus. "KUH Perdata Buku III Hukum Perikatan Dengan Penjelasannya." *Alumni, Bandung*, 1993.
- "Dugaan Penipuan Investasi Cerdas Laundry Berujung Laporan Ke Mabes Polri." Accessed September 3, 2024. <https://news.detik.com/berita-jawa-tengah/d-5653426/dugaan-penipuan-investasi-cerdas-laundry-berujung-laporan-ke-mabes-polri>.
- Fence M. Wantu. *Pengantar Ilmu Hukum*. (Perpustakaan Nasional : Katalog Dalam Terbitan "KDT"): REVIVA CENDEKIA, 2015.
- "Franchise Menantea Dituding Menipu, Ini Klarifikasi Dari Founder." Accessed September 3, 2024. <https://lifestyle.bisnis.com/read/20230324/226/1640289/franchise-menantea-dituding-menipu-ini-klarifikasi-dari-founder>.
- Gunawan Widjaja. *Seri Hukum Bisnis Waralaba*,. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2001.
- "Investor Waralaba Cerdas Laundry Rugi Rp 5,4 M - Radar Malang." Accessed September 3, 2024. <https://radarmalang.jawapos.com/kota-malang/811088138/investor-waralaba-cerdas-laundry-rugi-rp-54-m>.
- Manalu, Yuni Artha. "Pengaturan Hukum Tentang Franchise Di Indonesia." *EJournal Fakultas Hukum Uki* 32, no. 2 (2022): 83–97. <http://repository.uki.ac.id/8858/>.
- Mathar, Mudassir. "Aspek Hukum Usaha Waralaba Di Indonesia." *Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah* 4, no. 1 (2016). <http://journal.iain-manado.ac.id/index.php/JIS/article/view/211>.
- "Pameran Franchise Kembali Digelar, Gandeng 180 Merek Usaha - Bisnis Liputan6.Com." Accessed September 3, 2024. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/5444568/pameran-franchise-kembali-digelar-gandeng-180-merek-usaha>.
- "Perjanjian Innominaat: Yuk Kenali Perjanjian Tak Bernama Yang Ada Di Indonesia | HeyLaw." Accessed September 3, 2024. <https://heylaw.id/blog/perjanjian-innominaat-yuk-kenali-perjanjian-tak-bernama-yang-ada-di-indonesia>.
- Sembiring, Sentosa. "Hukum Dagang Edisi Revisi Cetakan Keempat." Bandung: PT Citra Aditya Bakti, 2015.
- "Sudah Setor Uang Tapi Waralaba Tak Kunjung Buka, Bisakah Saya Pidanakan?" Accessed September 3, 2024. <https://news.detik.com/berita/d-6049241/sudah-setor-uang-tapi-waralaba-tak-kunjung-buka-bisakah-saya-pidanakan>.
- Supriyadi, Supriyadi. "Aspek Hukum Dalam Bisnis (Telaah Peraturan Perundangan Di Indonesia)." IAIN Kudus. Accessed September 3, 2024. [http://repository.iainkudus.ac.id/6181/1/174%20BUKU%20HUKUM%20BISNIS\\_wm%20DR.%20Supriyadi%2C%20S.H.%2C%20M.H.pdf](http://repository.iainkudus.ac.id/6181/1/174%20BUKU%20HUKUM%20BISNIS_wm%20DR.%20Supriyadi%2C%20S.H.%2C%20M.H.pdf).
- Widjaja, Gunawan. "Lisensi Atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis." *Language* 8, no. 279p (2002): 20cm.
- Widjaja, Gunawan, and Michael Adrian. "Seri Aspek Hukum Dalam Bisnis Peran Pengadilan Dalam Penyelesaian Sengketa Oleh Arbitrase." *Kencana Prenada Media Group, Jakarta*, 2008.