BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1 Tinjauan Pustaka

Perjanjian yang dibuat oleh para pihak akan menimbulkan adanya hubungan hukum diantara mereka. Hubungan hukum adalah hubungan yang diatur oleh hukum, hukum mengaturnya karena perbuatan yang dilakukan para pihak merupakan perbuatan hukum. Sedangkan yang dimaksud dengan perbuatan hukum adalah perbuatan yang dimaksudkan untuk menimbulkan akibat hukum berarti akibat tersebut dikehendaki.[2]

Sehingga hubungan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba merupakan perbuatan hukum yang bersumber pada suatu perjanjian.

Hubungan hukum diantara para pihak dapat terjadi karena dua hal, yaitu:[3]

a. Karena Undang-undang

   1). Yang lahir dari undang-undang semata

   Misal : perikatan untuk memberi nafkah

   2). Yang lahir dari undang-undang karena perbuatan manusia

b. Karena adanya kontrak atau persetujuan

   1). Secara lisan

   2). Secara tertulis

---

[2] R. Ali Rido, 1992, *Hukum Dagang*, Alumni, Bandung, hlm. 338-339

[3] J. Satrio, 1992, *Hukum Perjanjian*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.1-2

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Adapun perjanjian yang terjadi antara pemberi waralaba dengan pembeli waralaba dalam bentuk perjanjian tertulis. Hal ini dapat disimpulkan dari ketentuan pasal 4 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yang menyatakan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan pembeli waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.

2.1.1 Pengertian Waralaba

Waralaba bukanlah hal baru di Indonesia, tetapi legalitas yuridisnya baru dituangkan tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tertanggal 18 Juni 1997 tentan Waralaba, yang disusul dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tertanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan ini kemudian diubah dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Dalam Pasal 1 PP Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menngunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Dari rumusan pasal tersebut diatas dapat diketahui bahwa waralaba merupakan perikatan atau perjanjian antara kedua belah pihak. Dikarenakan sebagai perjanjian maka dapat dipastikan bahwa semua ketentuan dalam hukum perdata (KUH Perdata) tentang perjanjian juga secara otomatis berlaku bagi perjanjian waralaba. Ketentuan tersebut terdapat dalam pasal-pasal sebagai berikut :

a. Pasal 1313 KUHPerdata

   Suatu perjanjian adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih

b. Pasal 1319 KUHPerdata

   Semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun yang tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat didalam bab ini dan bab yang lalu

c. Pasal 1320 KUHPerdata

   Syarat syahnya suatu perjanjian, para pihak harus memenuhi syarat-syarat tersebut dibawah ini :

   1) Sepakat mereka yang megikatkan diri
   2) Kecakapan para pihak dalam membuat suatu perjanjian
   3) Suatu hal tertentu
   4) Suatu sebab yang halal

d. Pasal 1338 (1) KUHPerdata

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya

e. Pasal 1338 (3) KUHPerdata

Suatu perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik

Selain itu secara khusus, waralaba di Indonesia diatur melalui :

a. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tanggal 18 Juni 2007 tentang Waralaba

Pasal 1 ayat 1, disebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perorangan 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.

b. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dari ketentuan keputusan menteri diatas dapat diketahui bahwa setiap usaha waralaba yang akan berdiri dan memulai usahanya harus mendaftarkan diri agar usahanya tersebut sah atau legal menurut hukum yang berlaku. Kewajiban bagi setiap penerima waralaba untuk mendaftarkan usahanya diatur dalam pasal 11 ayat 1 dimana dijelaskan bahwa:

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Setiap penerima waralaba atau pembeli waralaba atau penerima waralaba lanjutan atau pembeli waralaba lanjutan wajib mendaftarkan perjanjian waralabanya beserta keterangan tertulis sebagaimana yang dimaksud dalam pasal 5 keputusan ini pada Depertemen Perindustrian dan Perdagangan c.q pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

Dalam keputusan menteri tersebut juga diatur ketentuan yang bersifat preventif, yaitu dalam bentuk:

1) Kewajiban bagi pemberi waralaba untuk menyampaikan keterangan tertulis dan benar kepada penerima waralaba atau pembeli waralaba sebelum perjanjian waralaba ditandatangani oleh kedua belah pihak yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba atau pembeli waralaba
2) Adanya ketentuan yang mengatur mengenai klausula minimum yang diatur dalam perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba atau pembeli waralaba
3) Kewajiban untuk melakukan pendaftaran perjanjian waralaba pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan, termasuk atas setiap perubahannya
4) Kewajiban untuk melakukan pelaporan berkala atas pelaksanaan waralaba

Ketentuan preventif ini dimaksudkan agar kedua belah pihak yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba atau pembeli waralaba tidak

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

ada yang merasa dirugikan dalam perjanjian waralaba, sehingga kelak usaha waralaba dapat berjalan dengan baik dan lancar sehingga menghasilkan keuntungan seperti yang diharapkan.

c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Waralaba, dapat diketahui bahwa pengertian waralaba yaitu :

   Pasal 1 ayat 1 disebutkan bahwa waralaba adalah perikatan antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dimana penerima waralaba diberikan hak untuk menjalankan usaha dengan memanfaatkan dan atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan oleh pemberi waralaba dengan sejumlah kewajiban menyediakan dukungan konsultasi operasional yang berkesinambungan oleh pemberi waralaba kepada penerima waralaba.

Dari sudut penerima waralaba, sistem waralaba mempunyai keuntungan sebagai berikut:[4]

a. Kemungkinan untuk berhasil lebih besar jika dibandingkan dengan memulai usaha dengan tenaga sendiri

[4] Amin Widjaja Tunggal dan Iman Sjahputra Tunggal, 2010, *Accounting For Franchise (Akuntansi Waralaba)*, Harvarindo, Jakarta, hlm. 52-55

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

b. Pewaralaba sebagai pemilik unit usaha bersangkutan bebas berkarya dalam lingkungan yang telah rapi dan stabil
c. Pewaralaba membeli sediaan sebagai anggota kelompok yang besar, sehingga kemungkinan dapat memperoleh harga sediaan yang murah
d. Pewaralaba dapat memanfaatkan produk baru yang dikembangkan oleh pengwaralaba
e. Pewaralaba menerima pelayanan berupa petunjuk di bidang keuangan dan manajemen
f. Pewaralaba dapat memanfaatkan periklanan kantor pusat dengan mutu yang lebih tinggi
g. Pewaralaba sebagai anggota kelompok usaha, turut menikmati reputasi, kekuatan dan keharuman nama dagang/merek bersangkutan
h. Pewaralaba mendapat latihan yang diperlukan sehingga tidak perlu menjalankan usaha secara coba-coba.

Sedangkan kelemahan dari sistem waralaba dari sudut pandang pewaralaba adalah :

a. Jenis produk yang dapat ditawarkan pewaralaba bergantung kepada pengwaralaba
b. Biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi pewaralaba pada umumnya tinggi

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

c. Pewaralaba tidak bebas untuk menjalankan usaha karena harus mematuhi pedoman dan prosedur yang telah ditetapkan dan ditentukan oleh pengwaralaba
d. Pewaralaba kadang-kadang dituntut untuk mencapai tingkat prestasi tertentu. Misalnya dalam jangka waktu tertentu harus mencapai tingkat penjualan atau tingkat pertumbuhan sekian prosen

Dari sudut pandang pengwaralaba, sistem waralaba memiliki keuntungan sebagai berikut:

a. Sistem usaha dapat berkembang dengan cepat dengan menggunakan modal dan motivasi pewaralaba
b. Dengan nama dan citra pengwaralaba yang baik maka pasar dapat meluas dengan cepat melalui unit-unit usaha waralaba
c. Modal untuk perluasan usaha lebih kecil karena sebagaian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul atau ditanggung oleh pewaralaba
d. Pewaralaba yang juga pemilik, mempunyai motivasi yang tinggi untuk memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan
e. Pengwaralaba tidak banyak membutuhkan karyawan dibanding perusahaan yang memiliki jaringan cabang-cabang milik sendiri
f. Daya beli kelompok usaha keseluruhan meningkat setiap kali dibuka satu unit usaha waralaba yang baru

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

g. Secara keseluruhan kelompok usaha mempunyai kekuatan di pasar. Selain itu banyak dana dapat dihemat karena promosi dan periklanan dapat dilakukan sebagai satu kelompok.

h. Pengembalian investasi akan tinggi dalam jangka panjang

Selain diatas, waralaba juga memiliki kelemahan-kelemahan, diantaranya :

a. Pengwaralaba tidak dapat mendikte pewaralaba tetapi harus berusaha memotivasi pewaralaba untuk dapat menerima perubahan

b. Pengwaralaba tidak dapat mengadakan perubahan dengan cepat karena pewaralaba akan cenderung menentang perubahan terutama jika melibatkan tambahan biaya

c. Pengwaralaba harus hati-hati memilih pewaralaba karena pilihan yang tidak tepat akan merugikan kelompok usaha secara keseluruhan

d. Citra kelompok secara keseluruhan tergantung dari prestasi masing-masing pewaralaba

e. Sistem waralaba adalah ikatan jangka panjang bagi kedua belah pihak, terwaralaba tidak dapat mengakhiri begitu saja kegiatan waralaba.

Di lain pihak, bagi pemerintah, waralaba dapat memberikan keuntungan sebagai berikut:

a. Meningkatkan penciptaan lapangan kerja baru karena umumnya setiap *outlet* waralaba akan menyerap banyak tenaga kerja

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

b. Berkembangnya kerjasama dan kemitraan usaha antara pengusaha besar/menengah dengan pengusaha kecil
c. Memberikan kontribusi bagi terciptanya sistem distribusi nasional yang efektif dan efisien, karena waralaba sebagai suatu sistem distribusi (pemasaran) memang dirancang untuk dapat dioperasikan seefektif dan seefisien mungkin
d. Berkembangnya kewirausahaan karena waralaba memberikan kesempatan bagi calon wirausaha baru untuk dapat mengelola usaha secara mandiri. Selain itu menurunkan tingkat kegagalan berusaha karena sistem usaha yang ditawarkan sudah teruji.
e. Berkembangnya dampak keterkaitan ke belakang, karena peningkatan pemasaran produk akhir di *outlet* waralaba pada akhirnya mendorong munculnya industri lokal yang memasok kebutuhan waralaba tersebut
f. Dapat menjadi potensi penerimaan devisa negara lewat ekspor waralaba ke manca negara

Dari segi masyarakat, waralaba juga memberikan keuntungan sebagai berikut:

a. Mampu untuk memberikan pemerataan kesempatan berusaha. Pewaralabaan memberikan kesempatan mereka yang tidak berlatar belakang wirausaha atau dagang untuk dapat menjadi pengusaha, khususnya di dunia perdagangan
b. Mampu untuk menambah dengan cepat kesempatan kerja

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

c. Mampu untuk mendukung pemerataan distribusi barang dan jasa. Sistem waralaba menyajikan adanya keseragaman tersedianya produk dan jasa yang standar di banyak lokasi.

Waralaba juga dapat memberikan dampak kerugian, diantaranya:

a. Pewaralabaan adalah suatu sistem anti kompetisi di dalamnya
b. Perjanjian waralaba lebih condong memihak yang kuat, yaitu pengwaralabanya
c. Pengwaralaba menggunakan cara yang kurang etis dalam menjaring pewaralaba.

Ada beberapa indikator yang dapat menunjukan sebuah waralaba dapat dikatakan baik, yaitu : [5]

a. Produknya memenuhi 3 (tiga) syarat utama
   1) Dibutuhkan masyarakat
   2) Bahan bakunya tersedia di sekitar kita
   3) Tidak melanggar norma
b. Nilai investasinya ratusan juta hingga miliaran rupiah
c. Hak dan kewajiban para pihak seimbang
d. Dukungan Manajemennya jelas
e. Pengwaralaba Menjamin Wilayah Pemasaran Eksklusif

[5] Suryono Ekotama, 2010, *Jurus Jitu Memilih Bisnis Franchise*, Citra Media, Yogyakarta, hlm. 162-172

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

f. Memiliki SOP (*Standart Operating Procedure*) yang diaplikasikan, diantaranya :

1) SOP untuk Produksi dan Distribusi
2) SOP untuk Promosi dan Pemasaran
3) SOP untuk SDM dan Pengembangannya
4) SOP untuk Akuntansi dan Keuangan
5) SOP untuk Pelayanan dan Pengelolaan Pelanggan
6) SOP untuk Operasional Gerai
7) SOP untuk Penutupan Usaha

Sedangkan berdasarkan pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, disebutkan bahwa sebuah waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

a. Memiliki ciri khas usaha
b. Terbukti sudah memberikan keuntungan.

   Artinya dengan melihat pada pengalaman terwaralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat khusus bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya dan telah terbukti dengan masih bertahannya bisnis dan usaha tersebut serta telah menguntungkan.
c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Artinya standar secara tertulis agar pewaralaba dapat melaksanakan usaha dalam sistem kerja yang jelas dan standarnya sama

d. Mudah diajarkan dan diterapkan atau diaplikasikan

Artinya mudah dilaksanakan sehingga pewaralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operarional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh terwaralaba

e. Adanya dukungan yang berkesinambungan.

Artinya adanya dukungan dari pengwaralaba kepada pewaralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi

f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar

Artinya adanya hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha, seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Waralaba merupakan 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. Pengwaralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

memberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba.

Usaha waralaba pada dasarnya merupakan konsep pemasaran cara untuk menjual produk dan jasa pelayanan ke pasaran di bawah nama dagang atau simbol komersial lainnya milik pihak pemilik usaha waralaba. Sebagai pengganti penggunaan merek dagang yang dimiliki oleh si pemilik usaha waralaba, pihak pemegang usaha waralaba memberikan pembayaran. Pembayaran tersebut berhubungan dengan modal investasi awal, barang-barang atau pelayanan, pelatihan atau royalti.

Pewaralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pengwaralaba untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimiliki pengwaralaba.

Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pengwaralaba dengan pewaralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia. Perjanjian yang ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Sedangkan berdasarkan pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, disebutkan bahwa perjanjian waralaba harus memuat data-data atau klausul yang paling sedikit mencantumkan hal-hal sebagai berikut:

a. Nama dan alamat para pihak,
b. Jenis hak kekayaan intelektual
c. Kegiatan usaha

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

d. Hak dan kewajiban para pihak

e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba

f. Wilayah Usaha

g. Jangka waktu perjanjian

h. Tata cara pembayaran imbalan

i. Kepemilikan

j. Perubahan kepemilikan

k. Hak ahli waris

l. Penyelesaian sengketa

m. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian

Perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi pewaralaba untuk menunjuk pewaralaba lain. Pewaralaba yang diberi hak untuk menunjuk pewaralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit satu tempat usaha waralaba.

Kewajiban pengwaralaba memberikan prospektus penawaran waralaba kepada calon pewaralaba pada saat melakukan penawaran. Prospektus penawaran waralaba sessuai ketentuan Pasal 7 Undang Undang Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 31 Tahun 2008, paling sedikit harus memuat data-data tentang:

a. Data identitas pengwaralaba

b. Legalitas usaha pengwaralaba

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

c. Sejarah kegiatan usahanya

d. Struktur organisasi pengwaralaba

e. Laporan keuangan dua tahun terakhir

f. Jumlah tempat usaha

g. Daftar pewaralaba

h. Hak dan kewajiban pengwaralaba dan pewaralaba

Pengwaralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada pewaralaba secara berkesinambungan. Pengwaralaba dan pewaralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau jasa hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan atau jasa yang ditetapkan secara tertulis oleh pemberi waralaba. Pewaralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat, untuk dapat membeli barang dan atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persayaratan yang ditetapkan oleh pengwaralaba.

Asas kebebasan berkontrak dalam perjanjian waralaba umumnya kurang dapat terpenuhi, karena dari lima unsur asas kekebasan berkontrak hanya ada dua unsur yang dapat terpenuhi. Begitu juga dengan asas itikad baik dalam perjanjian waralaba kurang dapat terpenuhi, karena selain ada klausula yang mementingkan kepentingan pengwaralaba juga ada klausula yang mementingkan kepentingan pengwaralaba yang memberatkan pewaralaba.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Berdasarkan hal tersebut diatas perlu adanya perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam perjanjian. Perlindungan hukum dimaksud adalah Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 2009 dan perlindungan hukum para pihak mengenai perjanjian waralaba yaitu penyelesaian sengketa perjanjian waralaba. Peraturan-peraturan teknis tentang waralaba berikut tata cara pendaftarannya tertuang dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan Surat Keputusan Menteri Perdagangan Republik Indoensia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008. Secara garis besar perjanjian waralaba sesuai dengan ketentuan pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba minimal memuat klausula-klausula sebagai berikut:

a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak
b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian
c. Nama dan jenis hak atas kekayaan intelektual,penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek waralaba
d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba
e. Wilayah pemasaran

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-sayarat perpanjangan perjanjian

g. Cara penyelesaian perselisihan

h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian

i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian

j. Tata cara pembayaran imbalan

k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil

l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba.

Hubungan bisnis waralaba antara pihak pengwaralaba dengan pewaralaba dijembatani oleh suatu kontrak yang disebut Perjanjian Waralaba. Tidak ada hubungan lain selain dari itu. Karena hal tersebut, maka setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggungjawabkan sendiri oleh masing-masing pihak tersebut dan biasanya prinsip-prinsip tanggung jawab masing-masing hal tersebut ditemukan dengan tegas dalam kontrak perjanjian waralaba tersebut.

Namun demikian disamping prinsip hukum yang umum tentang tanggungjawab masing-masing pihak tersebut dalam hal-hal tertentu terasa tidak adil jika hal tersebut diterapkan secara konsekuen, sehingga di kemudian hari berkembang teori-teori hukum yang membebankan juga

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

pertanggungjawaban kepada pihak pengwaralaba atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak pewaralaba terhadap pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pewaralaba beralih kedudukannya dari semula seperti tanggung jawab distributor ke tanggung jawab yang berlaku bagi seorang agen.

Bisnis waralaba memiliki beberapa karakteristik yuridis sebagai berikut: [6]

a. Memiliki 3 (tiga) unsur dasar, yaitu *franchisor* (pengwaralaba), *franchisee* (pewaralaba) dan kegiatan *franchise* (waralaba)
b. Produk bisnis waralaba bersifar unik
c. Memiliki konsep bisnis total : *product*, *price*, *place*, dan *promotion* (konsep 4P)
d. Franchisee (pewaralaba) memakai atau menjual sistem, produk, dan servise dari *franchisor*
e. Franchisor (pengwaralaba) menerima fee dari franchisee (pewaralaba)
f. Adanya pelatihan manajemen dan skill (ketrampilan khusus)
g. Adanya pemberian lisensi merek dagang, paten atau hak cipta
h. Adanya bantuan pendanaan dari *franchisor* (pengwaralaba)
i. Pemberian produk langsung dari *franchisor* (pengwaralaba)
j. Bantuan promosi dan periklanan dari *franchisor* (pengwaralaba)
k. Pelayanan pemilihan lokasi oleh *franchisor* (pengwaralaba)
l. Daerah pemasaran yang eksklusif

[6] Munir Fuady, 1997, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini:Tinjauan Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, hlm.139-143

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

m. Pengendalian/penyeragaman mutu

n. Mengandung unsur merek dan sistem bisnis

Dalam setiap bisnis waralaba, pengwaralaba akan menarik biaya dari pewaralaba atas penggunaan merk dan atas partisipasi dalam sistem bisnis dari waralaba yang telah diambil dan dijalankan. Biaya – biaya yang timbul tersebut, diantaranya : [7]

a. Biaya Awal

Biaya ini diperlukan misalnya dalam bentuk *survey fee*. Yaitu biaya yang diperlukan oleh pengwaralaba untuk melakukan survey terhadap tempat dari calon pewaralaba akan membuka outletnya. Apakah termasuk tempat yang strategis, memenuhi persayaratan dan standarisasi yang telah ditentukan. Misalnya luas minimum yang telah disyaratkan.

b. Biaya Royalti

Yaitu biaya atas pembelian dan atau penggunaan dari merek milik pengwaralaba yang akan digunakan oleh pewaralaba.

c. Biaya Jasa

Dapat berupa biaya transportasi dan akomodasi bagi pengwaralaba dalam memberikan bimbingan operasional pada saat awal berdirinya outlet baru

d. Biaya Lisensi

[7] Hariyani-Serfianto, Op.Cit.,57

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Biaya ini berupa *franchisee fee*. Yang akan dibayarkan setiap bulan sebagai biaya royalty atas penggunaan merek yang telah dibeli oleh pewaralaba

e. Biaya Pemasaran Bersama

Biaya ini sebagai biaya untuk melakukan promosi baik pada saat awal berdirinya maupun promosi secara berkala

f. Biaya Lainnya seperti Biaya Manajemen

Biaya ini dapat berupa biaya untuk melakukan pendampingan operasional, bimbingan manajemen, saat melakukan rekruitment karyawan dan lain-lain.

a. Kewajiban Pengwaralaba (Pemberi Waralaba)

Secara umum pengwaralaba mempunyai kewajiban, antara lain: [8]

1) Membantu memilih lokasi usaha
2) Membantu pengembangan usaha
3) Menyediakan operasional manual usaha
4) Membantu mengembangkan kampanye promosi pengembangan usaha
5) Menyediakan program pelatihan bagi pewaralaba
6) Memberikan bimbingan dan petunjuk untuk mengurus pendaftaran dan izin usaha
7) Menyediakan staf yang mensupervisi masa awal berdirinya usaha

[8] Widjaya dan Iman Sjahputra, Op.Cit., 46

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

8) Memberikan materi promosi

9) Memberikan hak penggunaan nama, cap dagang, rancangan logo kepada pewaralaba

b. Kewajiban Pewaralaba (Penerima Waralaba)

Secara umum pewaralaba mempunyai kewajiban, antara lain: [9]

1) Memberi informasi posisi keuangan yang akurat

2) Memberi izin pemeriksaan usaha

3) Menghadiri program pelatihan awal

4) Mengembangkan waralaba sesuai standar yang ditentukan

5) Membayar biaya-biaya waralaba, diantaranya:

a). Pembayaran awal

b). Pembayaran selama system berjalan

c). Pembayaran atas pengalihan hak

d). Penyediaan produk

6). Hanya menjual produk dan jasa yang telah disetuju

7). Membeli persediaan bahan baku dan tingkat persediaannya sesuai dengan standar

8). Menggunakan bahan promosi, manual operasi usaha sesuai dengan standar

Klausul-klausul yang terdapat dalam perjanjian waralaba secara umum adalah [10]

[9] Ibid

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

a. Identitas Para Pihak

Jika pengwaralaba merupakan perorangan (bukan badan hukum) maka yang tertulis dalam perjanjian tersebut adalah nama pemiliknya. Jika pemiliknya lebih dari satu orang, maka ditulis semuanya. Sedangkan jika pengwaralaba merupakan badan hukum maka yang ditulis direkturnya, dan biasanya pengwaralaba bertindak sebagai pihak pertama.

Untuk pewaralaba, bisa dalam bentuk perorangan, badan hukum atau koperasi. Jika perorangan, maka yang ditulis nama orang tersebut, jika lebih dari satu, maka ditulis semuanya, atau yang diberi kuasa untuk itu. Sedangkan jika berbentuk badan hukum maka yang ditulis direkturnya serta jika berbentuk koperasi maka biasanya yang bertindak adalah manager koperasi. Dan biasanya pewaralaba bertindak sebagai pihak kedua.

b. Klausula mengenai HAKI

Klausula ini menegaskan bahwa terwaralaba memiliki HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) atas namanya sehingga pewaralaba mempunyai kewajiban membayar sejumlah royalti atas penggunaan merek yang telah digunakannya. Semua bisnis waralaba memiliki merek dagang. Sedangkan jenis HAKI yang lain, biasanya berupa

---

[10] Ekotama, Op.Cit.,44-52

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

paten atau rahasia dagang, biasanya berkaitan dengan resep masakan atau minuman atau bisnis yang berkaitan dengan teknologi.

d. Objek Perjanjian

Yang dimaksud objek perjanjian disini adalah outlet, gerai atau cabang dari bisnis waralaba beserta alamatnya.

e. Klausula Mengenai Kegiatan Usaha

Klausula ini menjelaskan berkaitan dengan jenis usaha yang dijalankan outlet, gerai atau cabang dari bisnis waralaba yang bersangkutan. Biasaya klausula ini sifatnya sangat terbatas. Yakni membatasi pewaralaba untuk hanya menjual produk-produk yang direkomendasikan oleh pengwaralaba. Pengwaralaba tidak akan membiarkan pewaralaba untuk menjual produk-produk diluar produk yang telah ditentukan oleh pengwaralaba.

f. Klausula Mengenai Wilayah Pemasaran Eksklusif

Klausula ini menjelaskan tentang wilayah pemasaran eksklusif yang dimiliki oleh pewaralaba. Wilayah tersebut tidak dapat berpindah-pindah dan pewaralaba akan mendapatkan jaminan dari pengwaralaba bahwa wilayah tersebut tidak akan dimasuki oleh pewaralaba lainnya. Wilayah ini dapat berupa satu wilayah kota, satu kabupaten bahkan satu provinsi atau bahkan satu regional tergantung dari hasil survey dilapangan yang telah dilakukan sebelumnya. Wilayah Eksklusif ini berfungsi untuk menjamin bahwa pewaralaba akan mempunyai

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

pangsa pasar tersendiri dan juga menghindarkan pewaralaba dari persaingan dengan pewaralaba lainnya untuk produk yang sama.

g. Klausula Mengenai Dukungan Manajemen

Salah satu kewajiban pengwaralaba adalah memberikan dukungan manajerial kepada pewaralaba selama perjanjian waralaba berlangsung. Klausula ini menjelaskan bahwa jika pengwaralaba tidak melaksanakan kewajiban tersebut, maka pewaralaba dapat menuntut bahwa pengwaralaba telah melakukan wanprestasi.

Bentuk dukungan manajemen biasanya dapat berupa pelatihan sumber daya manusia, bimbingan operasional manajemen, pengendalian mutu produk dan manajemen, promosi dan pemasaran serta evaluasi bisnis secara berkala.

Klausula ini juga disertai dengan cara-cara untuk mendapatkan dukungan manajemen tersebut, diantaranya dengan melalui telepon, email atau bentuk pelatihan langsung yang terjun ke lapangan.

h. Klausula Mengenai Biaya Investasi Awal Beserta Cara Pembayarannya

Dalam klausula ini tercantum dengan jelas, berapa biaya investasi awal yang harus dibayar kepada pengwaralaba dan kapan pewaralaba harus melakukan pembayaran. Biasanya pembayaran bisa dilakukan satu kali saja atau sebanyak-banyaknya dilakukan dua kali angsuran, baik secara tunai atau melalui transfer via bank.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

i. Klausula Mengenai *Fee* Waralaba

Klausula ini menjelaskan berapa *fee* waralaba per tahunnya yang harus dibayar oleh pewaralaba kepada pengwaralaba disertai dengan teknis cara pembayarannya, apakah secara tunai atau transfer, pembayarannya harus satu kali pembayaran atau bisa dua kali pembayaran. Disertai sangsi apabila lalai dalam melakukan pembayaran.

j. Klausula Mengenai *Royalty Fee*

Klausula ini menjelaskan jumlah *royalty fee* yang harus dibayar tiap bulan oleh pewaralaba kepada pengwaralaba dan bagaimana teknis pembayarannya, disertai konsekuensi apabila lalai dalam melakukan pembayaran.

k. Klausula Mengenai *Promotion Fee*

Klausula ini menjelaskan berapa *promotion fee* yang harus dibayar pewaralaba tiap bulan kepada pengwaralaba dan teknis pembayarannya. *Promotion Fee* digunakan oleh pengwaralaba untuk melakukan *branding* merek dagangnya yang secara langsung dapat berpengaruh terhadap omset penjualan outlet, gerai atau cabang dari pewaralaba.

l. Klausula Mengenai Laporan-laporan Manajemen

Klausula ini menjelaskan laporan apa saja yang harus dibuat oleh pewaralaba untuk dilaporkan kepada pengwaralaba setiap bulannya.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Demikian pula, laporan apa saja yang harus dibuat oleh pengwaralaba untuk pewaralaba setiap bulannya.

Selain itu juga dijelaskan terhadap waktu laporan tersebut yang harus diserahkan setiap bulannya.

m. Klausula Mengenai Pajak

Klausula ini menjelaskan pajak apa saja yang harus dibayar oleh pengwaralaba dan pewaralaba dan bagaimana teknis pembayarannya.

n. Klausula Hak dan Kewajiban Pengwaralaba

Klausula ini merinci apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari pengwaralaba terhadap pewaralabanya.

Untuk perjanjian waralaba yang baik, kewajiban para pihak ini biasanya seimbang (tidak berat sebelah).

o. Klausula Mengenai Larangan Bagi Pewaralaba

Klausula ini menjelaskan larangan apa saja yang diberlakukan oleh pengwaralaba untuk pewaralabanya. Larangan ini murni untuk kepentingan bisnis pewaralaba secara keseluruhan, misalnya larangan bagi pewaralaba untuk tidak mendirikan bisnis serupa dengan bisnis waralabanya.

p. Klausula Mengenai Wanprestasi

Klausula ini menjelaskan hal-hal yang dapat menyebabkan pengwaralaba dan pewaralaba dapat terkena gugatan wanprestasi.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Wanprestasi dapat terjadi jika salah satu pihak tidak mampu melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang tertulis dalam kontrak perjanjian waralaba.

q. Klausula Mengenai *Force Majeure*

Klausula ini menjelaskan bahwa pengwaralaba dan pewaralaba dapat dibebaskan dari segala kewajibannya jika terjadi peristiwa –peristiwa yang terjadi di luar kehendak dan kemampuan manusia yang menyebabkan perjanjian waralaba tidak dapat dilaksanakan, misalnya banjir, bencana alam, tsunami, perang dan sebagainya.

Klausula ini sangat penting untuk dicantumkan, mengingat hak dan kewajiban yang lahir dari perjanjian waralaba tidak dapat hangus sepanjang perjanjian tersebut belum berakhir, bahkan oleh bencana alam sekalipun. Dan dengan adanya klausula ini dapat menyelamatkan , baik pengwaralaba dan pewaralaba pada kondisi darurat.

r. Klausula Mengenai Penyelesaian Sengketa

Perjanjian waralaba adalah perjanjian yang sifatnya perdata. Sengketa yang muncul akibat perjanjian ini dapat diselesaikan di muka pengadilan. Hindari penyelesaian sengketa melalui musyawarah mufakat, karena posisi pewaralaba dapat dikalahkan oleh pengwaralaba yang memiliki posisi tawar lebih kuat atau bahkan sebaliknya jika pewaralaba nakal maka mereka dapat merugikan pengwaralaba dan bisnisnya secara keseluruhan.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Dengan menggunkan jalur hukum, pihak yang tidak jujur pasti akan berpikir ulang, karena penyelesaian secara hukum hanya menghasilkan menang kalah. Siapa yang kalah tentu akan rugi materi yang sangat banyak.

s. Klausula Mengenai Kepemilikan, Perubahan Kepemilikan dan Ahli Waris

Klausula ini sangat penting artinya bagi eksistensi pewaralaba. Intinya bahwa pewaralaba dapat mengalihkan kepemilikan bisnis waralabanaya kepada pihak ketiga, baik itu ahli waris ataupun orang lain sebagai akibat jual beli.

t. Klausula Mengenai Jangka Waktu Perjanjian Waralaba

Klausula ini menjelaskan saat mulai berlaku sampai berakhirnya perjanjian waralaba. Biasanya untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.

u. Klausula Mengenai Tata Cara Perpanjangan Perjanjian

Klausula ini menjelaskan secara teknis melakukan perpanjangan perjanjian waralaba jika memang dirasakan sangat menguntungkan. Biasanya pewaralaba diminta untuk mengajukan perpanjangan perjanjian untuk masa 5 (lima) tahun berikutnya, beberapa bulan sebelum perjanjian terdahulu berakhir.

v. Klausula Mengenai Pemutusan Perjanjian

Klausula ini menjelaskan hak pengwaralaba untuk melakukan pemutusan perjanjian secara sepihak jika pewaralaba melakukan

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

wanprestasi atau melanggar larangan-larangan dari ketentuan yang telah disepakati bersama dalam perjanjian waralaba.

w. Klausula Mengenai Pengakhiran Perjanjian

Klausula ini menjelaskan apa saja yang akan diterima pewaralaba jika perjanjian waralaba berakhir dan tidak melakukan perpanjangan perjanjian. Harus ada batasan-batasan yang jelas, apa saja hak dari pengwaralaba dan juga hak untuk pewaralaba.

2.1.2 Perjanjian Waralaba

Dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, disebutkan, perjanjian waralaba memuat paling sedikit:

a. Nama dan alamat para pihak
b. Jenis hak kekayaan inteletual
c. Kegiatan usaha
d. Hak dan kewajiban para pihak
e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan
f. Pemberi waralaba kepada pembeli waralaba
g. Wilayah usaha
h. Jangka waktu perjanjian
i. Tata cara pembayaran imbalan
j. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

k. Penyelesaian sengketa

l. Tata cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian.

Dengan adanya transaksi antara pemberi waralaba dengan pembeli waralaba maka terdapat keterikatan hubungan hukum diantara keduanya.

Pasal 1 ayat 6 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama.

Pasal 1 ayat 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa perjanjian waralaba lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan.

Rumusan diatas dapat kita simpulkan bahwa dalam hal pemberian waralaba dapat dilakukan dengan pemberian hak lebih lanjut kepada penerima waralaba utama untuk mewaralabakan kembali kepada penerima waralaba lanjutan.

Apabila pemberi waralaba adalah dari pihak asing, sedangkan penerima waralaba dari pihak Indonesia maka perjanjiannya tetap tunduk dan terikat pada ketentuan yang terdapat dalam PP Nomor 42 Tahun 2007. Namun demikian dalam Peraturan Pemerintah ini tidak diatur tentang format baku perjanjian waralaba dan ketentuan akte otentik dalam akte notaris.

Namun demikian, berdasarkan ketentuan pasal 2 ayat 1 PP tersebut disebutkan bahwa perjanjian waralaba harus dibuat dalam bahasa Indonesia.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Disamping itu juga diwajibkan bagi pemberi waralaba, sebelum mengadakan perjanjian dengan penerima waralaba, agar memberikan keterangan menyangkut kegiatan usahanya, hak atas hak kekayaan intelektualnya, hak dan kewajiban masing-masing pihak, persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba, pengakhiran perjanjian, pembatalan dan perpanjangan perjanjian waralaba. (Pasal 3 ayat 1).

Dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan tentang klausula klausula yang harus ada dalam perjanjian waralaba, yaitu:

Perjanjian waralaba memuat klausula paling sedikit:

a. Nama dan alamat para pihak
b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual
c. Kegiatan Usaha
d. Hak dan Kewajiban para pihak
e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan dan pemasaran yang diberikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba
f. Wilayah Uasaha
g. Jangka Waktu Perjanjian
h. Tata Cara Pembayaran Imbalan
i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan dan hak ahli waris
j. Penyelesaian Sengketa
k. Tata Cara perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Keterangan-keterangan beserta perjanjian waralaba yang telah dibuat para pihak tersebut selanjutnya harus didaftarkan ke Kementrian Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 (tiga puluh) hari sejak berlakunya perjanjian waralaba dibuat atau ditanda tangani. Jika tidak dilakukan, maka SIUP (Surat Izin Usaha Perdagangan) akan dicabut. Hal ini sesuai dengan ketentuan Surat Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang jangka waktu perjanjian waralaba.

Perjanjian waralaba ini adalah kontrak antara pengwaralaba dengan pewaralaba. Perjanjian tersebut memberikan detail hal-hal yang penting tentang hubungan antara pewaralaba dengan pengwaralaba. Hal-hal dalam perjanjian mencakup seperti persyaratan, biaya, kewajiban kedua belah pihak, kondisi-kondisi yang menentukan penghentian waralaba dan keterbatasan waralaba. Perjanjian ini merupakan dokumen milik pengwaralaba karena telah dipersiapkan oleh pengwaralaba dan mencantumkan apa-apa yang diinginkan oleh pengwaralaba.

Dalam Undang-Undang Merek Nomor 15 Tahun 2001 sendiri tidak diatur secara khusus tentang waralaba.

Syarat untuk merek dapat didaftarkan menurut ketentuan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah:

a. Tidak bertentangan dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku, moralitas agama, kesusilaan, ketertiban umum

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

b. Memiliki daya pembeda

c. Telah menjadi milik umum

d. Merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimohonkan pendaftarannya

Sedangkan suatu hak atas merek dapat beralih atau dialihkan karena:

a. Pewarisan

b. Wasiat

c. Hibah

d. Perjanjian, atau

e. Sebab-sebab lain yang dibenarkan oleh peraturan perundang-undangan

Perjanjian tersebut dapat dilakukan oleh pemilik merek kepada pihak lain disertai dengan perjanjian lisensi.

Hanya saja dalam ketentuan pasal 43 ayat 1 disebutkan bahwa pemilik hak merek terdaftar, berhak untuk memberikan lisensi kepada pihak lain untuk memakai merek tersebut yang dituangkan dalam sebuah perjanjian dan perjanjian tersebut didaftarkan ke Direktorat Jenderal Haki. Jadi ketentuan tentang merek ini merupakan salah satu peraturan yang menjadi dasar hukum terbentuknya suatu perjanjian waralaba merek dagang dan juga merupakan faktor utama serta memegang peranan penting di dalam adanya suatu waralaba. Waralaba merupakan pengkhususan dari merek.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Selain perjanjian pemberian lisensi, dalam perjanjian waralaba juga terdapat perjanjian yang lain, diantaranya:

a. Perjanjian hutang piutang

   Ada kalanya, pinjaman yang diperoleh, selain dari pihak lain juga diperoleh dari pemberi waralaba tersebut sebagai modal kerja.

b. Perjanjian tempat usaha

   Kadangkala selain mempunyai tempatnya sendiri, pemberi waralaba juga menyewakan tempat usahanya yang dipandang lebih strategis.

c. Perjanjian pembangunan tempat usaha

   Kadangkala pihak pemberi waralaba, mencari pemborong sendiri dalam mendesain tempat yang akan dijadikan usaha.

d. Perjanjian sewa peralatan

   Ada kemungkinan pemberi waralaba mensyaratkan membeli alat-alat dari pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba bukan sekedar pemberian lisensi merek, tetapi memiliki ruang lingkup yang lebih luas.Hal ini dikarenakan dalam perjanjian waralaba juga disertai dengan perjanjian untuk pembimbingan manajemen untuk suatu jangka waktu tertentu. Oleh Karena itu, pada umumnya dalam perjanjian waralaba juga disertai perjanjian yang lain, diantaranya:[11]

---

[11] Widjaja Tunggal dan Iman Sjahputra Tunggal, Op.Cit.,21-25

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

a. Bentuk penerima waralaba

Pihak yang disebut penerima waralaba dapat berupa perusahaan atau perseorangan. Dalam hal perusahaan, pemberi waralaba harus mendapat jaminan dari semua pemegang saham. Dalam hal perseorangan, penerima waralaba diberi hak untuk mengubah usahanya menjadi perusahaan, tetapi tidak membebaskannya dari tanggung jawab secara pribadi kepada pemberi waralaba.

b. Pernyataan

Pernyataan di dalam perjanjian waralaba sangat penting dan merupakan perkenalan didalam hubungan waralaba. Biasanya diterangkan bahwa pemberi waralaba telah membangun nama baik berupa merek tertentu dan sistem usaha. Seringkali penyataan digunakan untuk menjelaskan istilah-istilah:

1). Nama dan merek dagang beserta logo dan tanda-tanda yang dirancang pemberi waralaba dalam kaitannya dengan sistem usaha pemberi waralaba.

2). Sistem usaha yang dibangun pemberi waralaba sehubungan dengan nama dan merek yang dilisensikan kepada penerima waralaba

3). Citra, seperti penampilan interior maupun eksterior, papan reklame, dirumuskan oleh pemberi waralaba sebagai bagian dari sistem.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

c. Jaminan

Pemberi waralaba memberikan jaminan kepada penerima waralaba, seperti:

1). Hak untuk menggunakan sistem usaha pemberi waralaba pada lokasi, jangka waktu, standar dan spesifikasi tertentu.

2). Hak untuk menggunakan nama dan merek di lokasi penerima waralaba sehubungan dengan usaha yang dikelola penerima waralaba.

d. Jangka waktu

Jangka waktu perjanjian waralaba dapat relatif singkat (misal dua tahun) atau panjang (lima belas tahun). Jangka waktu ini dapat diperpanjang apabila dikehendaki oleh kedua belah pihak. Bilamana pemberi waralaba akan menyewakan tempat kepada penerima waralaba, maka jangka waktu perjanjian mengikuti mengikuti waktu penyewaan.

e. Wilayah

Pemberi waralaba membantu penerima waralaba dalam mencarikan tempat usaha yang strategis, dengan cara membeli atau menyewa. Jika diketahui pemberi waralaba akan mengembangkan sistem usahanya, umumnya penerima waralabakan meminta suatu perlindungan wilayah.

f. Tempat Usaha

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Pada pewaralabaan tertentu seperti hotel dan restoran, kadang-kadang pemberi waralaba mensyaratkan bentuk bangunan yang khas, sesuai dengan yang ditetapkan dalam perjanjian waralaba. Dalam perjanjian harus jelas dinyatakan pihak yang akan bertanggung jawab untuk melaksanakan dan membayar setiap tahun dalam proses pembangunan. Jika tempat usaha dibangun oleh penerima waralaba, maka pemberi waralaba harus menyediakan rancang bangun atau denah beserta spesifikasinya sekaligus mengharuskan penerima waralaba untuk mengikutinya.

g. Perlengkapan

Pemberi waralaba mensyaratkan bahwa alat-alat yang akan digunakan oleh penerima waralaba dibeli atau disewa dari pemberi waralaba.

h. Sumber Daya Manusia

Pemberi waralaba dapat memberikan bantuan dalam memilih karyawan, pendidikan dan latihan khusus bagi karyawan. Dalam perjanjian perlu dinyatakan biaya yang harus ditanggung oleh penerima waralaba. Kebanyakan penerima waralaba juga menjanjikan adanya staf pengawas yang membantu selama jangka waktu pembukaan usaha. Maka perlu juga dicantumkan pihak yang akan menanggung biaya, besarnya biaya beserta lamanya bimbingan.

i. Petunjuk Pelaksanaan

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Pemberi waralaba harus membuat petunjuk pelaksanaan bagi penerima waralaba. Dalam perjanjian tersebut terdapat pasal yang mewajibkan penerima waralaba untuk mengikuti standar operasi. Perlu pula disebutkan bahwa petunjuk pelaksanaan bersifat rahasia dan harus dijaga. Pada akhir dari kerjasama perjanjian waralaba, petunjuk pelaksanaan harus dikembalikan kepada pemberi waralaba.

j. Bantuan Pelaksanaan

Perjanjian waralaba juga memuat bantuan operasional yang diberikan pemberi waralaba selama berlangsungnya kerjasama perjanjian. Bantuan pemberi waralaba diantaranya,

1). Teknik menjual

2). Pelatihan karyawan

3). Personalia

4). Produk dan pelayanan

5). Pembukaan, persediaan dan sistem akuntansi

6). Iklan dan program promosi

k. Perjanjian Hutang Piutang

Perjanjian ini berisi jumlah dan waktu pembayaran awal dan pembayaran berkala dengan menyebutkan dasar pembayaran secara rinci.

l. Pelaporan

Perlu disebutkan jenis laporan dan jangka waktu pelaporan

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

m. Pemeriksaan dan Audit

Pemberi waralaba mempunyai hak untuk mengaudit catatan usaha penerima waralaba. Penerima waralaba berkewajiban untuk menyiapkan laporan dan membantu selama proses pemeriksaan. Pemberi waralaba juga berhak untuk memeriksa tempat usaha penerima waralaba. Selain itu pemberi waralaba juga diberi hak untuk menempatkan wakilnya di kantor penerima waralaba, guna mempelajari kegiatan operasionalnya.

n. Promosi

Perlu disebutkan jenis promosi yang perlu dilakukan dan peran serta penerima waralaba dalam program promosi yang diselenggarakan pemberi waralaba. Beberapa pemberi waralaba memberikan wewenang kepada penerima waralaba untuk dapat melakukan promosi di wilayahnya.

o. Pemutusan Hubungan

Perjanjian waralaba harus menyediakan mekanisme pemutusan hubungan perjanjian kerjasama bilamana pemberi waralaba ingkar janji. Perlu juga disebutkan akibat dari habisnya masa berlaku atau terjadinya pemutusan hubungan kerjasama perjanjian waralaba.

Walaupun para pihak diberikan kekebasan untuk menentukan jangka waktu berakhirnya kontrak, termasuk di dalamnya kontrak atau perjanjian waralaba, namun Pemerintah melalui Menteri Perindustrian

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

dan Perdagangan telah menetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun dan jangka waktu tersebut dapat diperpanjang sesuai kebutuhan. Hal ini dituangkan dalam Pasal 1 ayat 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Dilihat dari ruang lingkup, perjanjian lisensi berada diantara kontrak lisensi dan distributor. Hal ini dapat dijelaskan bahwa adanya pemberian izin oleh pemegang merek kepada pihak lainnya (penerima waralaba) untuk menggunakan mereknya merupakan unsur perjanjian lisensi. Sedangkan dilain pihak juga ada unsur pengawasan dari pemegang merek /lisensi yang harus sama dengan produk-produk pemegang lisensi. Jadi seakan-akan pewaralaba merupakan distributor dari pengwaralaba.

Objek dalam perjanjian waralaba adalah lisensi. Sedangkan yang menjadi subjeknya tidak lain adalah pengwaralaba, pewaralaba dan pihak-pihak yang terkena dampaknya dari adanya perjanjian waralaba dimaksud, diantaranya, konsumen.

Perjanjian waralaba dibuat oleh para pihak, yaitu pengwaralaba dengan pewaralaba., yang keduanya bertindak sebagai subjek hukum, baik sebagai badan hukum ataupun sebagai perorangan.

Seperti telah dikemukakan diatas, bahwa perjanjian waralaba ini merupakan perjanjian yang diadakan antara pemberi waralaba

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

(pengwaralaba) dengan pewaralaba, dimana pihak pengwaralaba memberikan hak kepada pewaralaba untuk memproduksi atau memasarkan barang-barang (produk) atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang telah disepakati dibawah pengawasan pengwaralaba. Dan untuk hal ini pewaralaba akan membayar sejumlah imbalan karena telah memperoleh hak tersebut dari pengwaralaba.

Dengan melihat dan memperhatikan pengertian perjanjian waralaba diatas, maka dapat dilihat bahwa terdapat beberapa unsur yang terkandung dalam sebuah perjanjian waralaba, yaitu:

a. Adanya suatu perjanjian yang disepakati oleh dua pihak yaitu pihak pengwaralaba (pemberi waralaba) dengan pihak pewaralaba (penerima waralaba) akan adanya kerjasama usaha.
b. Adanya pemberian hak dari pengwaralaba kepada pewaralaba untuk memproduksi dan memasarkan produk dan jasa dengan melalui didirikannya suatu outlet tertentu.
c. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu sesuai perjanjian yang telah disepakati.
d. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari pewaralaba kepada pengwaralaba.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

2.1.3 Perjanjian Baku

Dalam Perjanjian Waralaba, klausulanya baku. Artinya dalam perjanjian tersebut, isi dari perjanjiannya telah dibuat terlebih dahulu. Telah ada standarisasi bentuk dan isi perjanjian ,sehingga dari isinya ada kecenderungan akan merugikan calon investor atau pembeli waralaba.

Ditinjau dari asas keseimbangan para pihak dalam perjanjian, seharusnya kesepakatan dalam perjanjian tersebut tidak merugikan para pihak.

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus Karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena di dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ditemui satu pasal yang menyatakan adanya kebebasan berkontrak. Pasal tersebut menyatakan bahwa perjanjian yang dibuat para pihak sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuat kesepakatan/perjanjian tersebut (Pasal 1338 KUHPerdata).

Perjanjian diatas dibuat secara sah artinya bahwa perjanjian tersebut telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan oleh Undang-undang. Dalam arti perjanjian dimaksud, tidak bertentangan dengan agama, kesusilaan, ketertiban umum dan undang-undang itu sendiri. Dengan demikian perjanjian waralaba yang dibuat tidak bertentangan dengan hal-hal tersebut diatas, maka perjanjian waralaba tersebut dapat

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

dikatakan perjanjian yang sah. Artinya berlaku juga sebagai undang-undang bagi para pihak yang terikat didalamnya.

Pada dasarnya waralaba berkenaan dengan pemberian izin oleh seorang pemilik waralaba kepada orang lain (pembeli waralaba) untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi penggunaan hak milik intelektual diantaranya merek. Pemberian izin ini kadangkala disebut juga dengan pemberian izin lisensi.

Perjanjian lisensi biasa tidak sama dengan pemberian (perjanjian) lisensi waralaba. Jika pada pemberian (perjanjian) lisensi biasanya hanya meliputi pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu. Sedangkan pada waralaba, pemberian izin lisensi meliputi berbagai macam hak intelektual. Sehingga pengertian lisensi selalu diartikan berbeda dengan lisensi padahal intinya hampir sama. Namun demikian dalam prakteknya, lisensi selalu diartikan lebih sempit, yakni perusahaan atau seseorang yang memberi hak kepada pihak tertentu untuk memakai merek /hak cipta/paten (hak kekayaan intelektual) untuk memproduksi atau menyalurkan produk/jasa pihak yang mempunyai lisensi. Imbalannya dalam lisensi diberikannya sejumlah *fee*.

Pihak yang mempunyai lisensi tidak akan mencampuri urusan manajemen dan pemasaran pihak yang memakai lisensi. Misalnya pihak Amerika Serikat memberikan lisensi kepada Indonesia untuk memproduksi barang *barbie*.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Sebaliknya waralaba dimaknai lebih luas, yaitu pengwaralaba tidak hanya memperkenankan pewaralaba untuk memakai merek/logo/hak ciptaannya, akan tetapi turut pula dalam mengatur internal perusahaan. Baik mengenai karyawan, pelatihan, pelatihan, lokasi, bahan hingga strategi perusahaan.

Terdapat kesamaan antara perjanjian lisensi dengan perjanjian waralaba. Kesamaannya adalah :[12]

a. Yang dipasarkan adalah produk-produk dengan merek dagang pemilik lisensi/pengwaralaba
b. Melalui perjanjian lisensi, terjadi alih tehnologi dari pemilik lisensi/pengwaralaba kepada yang membeli lisensi atau pewaralaba
c. Hak atas merek dan hak paten tetap dimiliki oleh pemilik lisensi atau pengwaralaba

Namun demikian terdapat perbedaan mendasar antara kedua perjanjian tersebut, yaitu:

Dalam pewaralabaan terdapat pengawasan pelaksanaan usaha, metode dan produksi, serta pensuplaian kebutuhan untuk menunjang usaha pembeli waralaba. Pada lisensi yang terjadi hanyalah sekedar pemberian izin penggunaan merek, tehnologi tanpa adanya pengawasan yang terus menerus atas pelaksanaan usaha tersebut.

[12] Id.at 51

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Hubungan hukum antara pemberi waralaba dengan pembeli waralaba merupakan perbuatan hukum yang bersumber pada suatu perjanjian. Perjanjian yang diadakan dalam rangka pemberian 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 dan bentuknya tertulis seperti apa yang dikemukakan diatas.

Perjanjian waralaba yang dilakukan sebagaimana disebutkan adalah tertulis. Bentuk format perjanjian dibuat oleh pemberi waralaba. Sehingga dalam perjanjian waralaba, klausulanya baku.

Ditinjau dari asas keseimbangan para pihak dalam perjanjian, seharusnya kesepakatan dalam perjanjian tersebut tidak merugikan para pihak.

Sementara yang dimaksud dengan kontrak baku adalah formulir yang sudah dicetak rapi dengan tempat-tempat yang kosong, yang harus diisi oleh pihak-pihak dalam perjanjian agar menjadi kontrak yang sempurna. [13]

Dasar Hukum Perjanjian Waralaba dapat kita jumpai pada ketentuan :

a. Pasal 1338 dan Pasal 1320 KUH Perdata
b. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

[13] Handowo Dipo, 1993, *Sukses Memperoleh Dana Usaha, Dengan Konsentrasi Modal Ventura*, Grafiti Press,Jakarta, hlm.152.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

c. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten
d. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek
e. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/Kep/XI/1988 tentang Kegiatan Perdagangan
f. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Pada umumnya dalam draf perjanjian waralaba, harus memuat hal-hal sebagai berikut: [14]

a. Identitas Para Pihak

Jika Pengwaralaba merupakan perorangan (bukan badan hukum) maka yang tertulis dalam perjanjian tersebut adalah nama pemiliknya. Jika pemiliknya lebih dari satu orang, maka ditulis semuanya. Sedangkan jika pengwaralaba merupakan badan hukum maka yang ditulis direkturnya, dan biasanya pengwaralaba bertindak sebagai pihak pertama.

Untuk pewaralaba, bisa dalam bentuk perorangan, badan hukum atau koperasi. Jika perorangan, maka yang ditulis nama orang tersebut, jika lebih dari satu, maka ditulis semuanya, atau yang diberi kuasa untuk itu. Sedangkan jika berbentuk badan hukum maka yang ditulis direkturnya serta jika berbentuk koperasi maka biasanya yang

[14] Ekotama, Op.Cit., 44-52

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

bertindak adalah manager koperasi. Dan biasanya pewaralaba bertindak sebagai pihak kedua.

b. Objek Perjanjian

Yang dimaksud objek perjanjian disini adalah outlet, gerai atau cabang dari bisnis waralaba beserta alamatnya.

c. Klausula mengenai HAKI

Klausula ini menegaskan bahwa terwaralaba memiliki HAKI (Hak Atas Kekayaan Intelektual) atas namanya sehingga pewaralaba mempunyai kewajiban membayar sejumlah royalti atas penggunaan merek yang telah digunakannya. Semua bisnis waralaba memiliki merek dagang. Sedangkan jenis HAKI yang lain, biasanya berupa paten atau rahasia dagang, biasanya berkaitan dengan resep masakan atau minuman atau bisnis yang berkaitan dengan teknologi.

d. Klausula Mengenai Kegiatan Usaha

Klausula ini menjelaskan berkaitan dengan jenis usaha yang dijalankan outlet, gerai atau cabang dari bisnis waralaba yang bersangkutan. Biasaya klausula ini sifatnya sangat terbatas. Yakni membatasi pewaralaba untuk hanya menjual produk-produk yang direkomendasikan oleh pengwaralaba. Pengwaralaba tidak akan membiarkan pewaralaba untuk menjual produk-produk diluar produk yang telah ditentukan oleh pengwaralaba.

e. Klausula Mengenai Wilayah Pemasaran Eksklusif

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Klausula ini menjelaskan tentang wilayah pemasaran eksklusif yang dimiliki oleh pewaralaba. Wilayah tersebut tidak dapat berpindah-pindah dan pewaralaba akan mendapatkan jaminan dari pengwaralaba bahwa wilayah tersebut tidak akan dimasuki oleh pewaralaba lainnya. Wilayah ini dapat berupa satu wilayah kota, satu kabupaten bahkan satu provinsi atau bahkan satu regional tergantung dari hasil survey dilapangan yang telah dilakukan sebelumnya.

Wilayah Eksklusif ini berfungsi untuk menjamin bahwa pewaralaba akan mempunyai pangsa pasar tersendiri dan juga menghindarkan pewaralaba dari persaingan dengan pewaralaba lainnya untuk produk yang sama.

f. Klausula Mengenai Dukungan Manajemen

Salah satu kewajiban pengwaralaba adalah memberikan dukungan manajerial kepada pewaralaba selama perjanjian waralaba berlangsung. Klausula ini menjelaskan bahwa jika pengwaralaba tidak melaksanakan kewajiban tersebut, maka pewaralaba dapat menuntut bahwa pengwaralaba telah melakukan wanprestasi.

Bentuk dukungan manajemen biasanya dapat berupa pelatihan sumber daya manusia, bimbingan operasional manajemen, pengendalian mutu produk dan manajemen, promosi dan pemasaran serta evaluasi bisnis secara berkala.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Klausula ini juga disertai dengan cara-cara untuk mendapatkan dukungan manajemen tersebut, diantaranya dengan melalui telepon, email atau bentuk pelatihan langsung yang terjun ke lapangan.

g. Klausula Mengenai Biaya Investasi Awal Beserta Cara Pembayarannya

Dalam klausula ini tercantum dengan jelas, berapa biaya investasi awal yang harus dibayar kepada pengwaralaba dan kapan pewaralaba harus melakukan pembayaran. Biasanya pembayaran bisa dilakukan satu kali saja atau sebanyak-banyaknya dilakukan dua kali angsuran, baik secara tunai atau melalui transfer via bank.

h. Klausula Mengenai Fee Waralaba

Klausula ini menjelaskan berapa fee waralaba per tahunnya yang harus dibayar oleh pewaralaba kepada pengwaralaba disertai dengan teknis cara pembayarannya, apakah secara tunai atau transfer, pembayarannya harus satu kali pembayaran atau bisa dua kali pembayaran. Disertai sangsi apabila lalai dalam melakukan pembayaran.

i. Klausula Mengenai *Royalty Fee*

Klausula ini menjelaskan jumlah *royalty fee* yang harus dibayar tiap bulan oleh pewaralaba kepada pengwaralaba dan bagaimana teknis pembayarannya, disertai konsekuensi apabila lalai dalam melakukan pembayaran.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

j. Klausula Mengenai *Promotion Fee*

Klausula ini menjelaskan berapa *promotion fee* yang harus dibayar pewaralaba tiap bulan kepada pengwaralaba dan teknis pembayarannya. *Promotion Fee* digunakan oleh pengwaralaba untuk melakukan *branding* merek dagangnya yang secara langsung dapat berpengaruh terhadap omset penjualan outlet, gerai atau cabang dari pewaralaba.

k. Klausula Mengenai Laporan-laporan Manajemen

Klausula ini menjelaskan laporan apa saja yang harus dibuat oleh pewaralaba untuk dilaporkan kepada pengwaralaba setiap bulannya. Demikian pula, laporan apa saja yang harus dibuat oleh pengwaralaba untuk pewaralaba setiap bulannya.

Selain itu juga dijelaskan terhadap waktu laporan tersebut yang harus diserahkan setiap bulannya.

l. Klausula Mengenai Pajak

Klausula ini menjelaskan pajak apa saja yang harus dibayar oleh pengwaralaba dan pewaralaba dan bagaimana teknis pembayarannya.

m. Klausula Hak dan Kewajiban Pengwaralaba

Klausula ini merinci apa saja yang menjadi hak dan kewajiban dari pengwaralaba terhadap pewaralabanya.

Untuk perjanjian waralaba yang baik, kewajiban para pihak ini biasanya seimbang (tidak berat sebelah).

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

n. Klausula Mengenai Larangan Bagi Pewaralaba

Klausula ini menjelaskan larangan apa saja yang diberlakukan oleh pengwaralaba untuk pewaralabanya. Larangan ini murni untuk kepentingan bisnis pewaralaba secara keseluruhan, misalnya larangan bagi pewaralaba untuk tidak mendirikan bisnis serupa dengan bisnis waralabanya.

o. Klausula Mengenai Wanprestasi

Klausula ini menjelaskan hal-hal yang dapat menyebabkan pengwaralaba dan pewaralaba dapat terkena gugatan wanprestasi. Wanprestasi dapat terjadi jika salah satu pihak tidak mampu melaksanakan kewajibannya sebagaimana yang tertulis dalam kontrak perjanjian waralaba.

p. Klausula Mengenai *Force Majeure*

Klausula ini menjelaskan bahwa pengwaralaba dan pewaralaba dapat dibebaskan dari segala kewajibannya jika terjadi peristiwa –peristiwa yang terjadi di luar kehendak dan kemampuan manusia yang menyebabkan perjanjian waralaba tidak dapat dilaksanakan, misalnya banjir, bencana alam, tsunami, perang dan sebagainya.

Klausula ini sangat penting untuk dicantumkan, mengingat hak dan kewajiban yang lahir dari perjanjian waralaba tidak dapat hangus sepanjang perjanjian tersebut belum berakhir, bahkan oleh bencana

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

alam sekalipun. Dan dengan adanya klausula ini dapat menyelamatkan , baik pengwaralaba dan pewaralaba pada kondisi darurat.

q. Klausula Mengenai Penyelesaian Sengketa

Perjanjian waralaba adalah perjanjian yang sifatnya perdata. Sengketa yang muncul akibat perjanjian ini dapat diselesaikan di muka pengadilan. Hindari penyelesaian sengketa melalui musyawarah mufakat, karena posisi pewaralaba dapat dikalahkan oleh pengwaralaba yang memiliki posisi tawar lebih kuat atau bahkan sebaliknya jika pewaralaba nakal maka mereka dapat merugikan pengwaralaba dan bisnisnya secara keseluruhan.

Dengan menggunakan jalur hukum, pihak yang tidak jujur pasti akan berpikir ulang, karena penyelesaian secara hukum hanya menghasilkan menang kalah. Siapa yang kalah tentu akan rugi materi yang sangat banyak.

r. Klausula Mengenai Kepemilikan, Perubahan Kepemilikan dan Ahli Waris

Klausula ini sangat penting artinya bagi eksistensi pewaralaba. Intinya bahwa pewaralaba dapat mengalihkan kepemilikan bisnis waralabanya kepada pihak ketiga, baik itu ahli waris ataupun orang lain sebagai akibat jual beli.

s. Klausula Mengenai Jangka Waktu Perjanjian Waralaba

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Klausula ini menjelaskan saat mulai berlaku sampai berakhirnya perjanjian waralaba. Biasanya untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.

t. Klausula Mengenai Tata Cara Perpanjangan Perjanjian

Klausula ini menjelaskan secara teknis melakukan perpanjangan perjanjian waralaba jika memang dirasakan sangat menguntungkan. Biasanya pewaralaba diminta untuk mengajukan perpanjangan perjanjian untuk masa 5 (lima) tahun berikutnya, beberapa bulan sebelum perjanjian terdahulu berakhir.

u. Klausula Mengenai Pemutusan Perjanjian

Klausula ini menjelaskan hak pengwaralaba untuk melakukan pemutusan perjanjian secara sepihak jika pewaralaba melakukan wanprestasi atau melanggar larangan-larangan dari ketentuan yang telah disepakati bersama dalam perjanjian waralaba.

v. Klausula Mengenai Pengakhiran Perjanjian

Klausula ini menjelaskan apa saja yang akan diterima pewaralaba jika perjanjian waralaba berakhir dan tidak melakukan perpanjangan perjanjian. Harus ada batasan-batasan yangjelas, apa saja hak dari terwaralaba dan juga hak untuk pewaralaba.

2.1.4 Kedudukan Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba

Sebagaimana kita ketahui bahwa antara pihak pengwaralaba dengan pewaralaba dijembatani oleh suatu kontrak yang disebut

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Perjanjian Waralaba. Tidak ada hubungan lain selain dari itu. Karena hal tersebut, maka setiap tindakan yang dilakukan oleh masing-masing pihak terhadap pihak ketiga akan dipertanggungjawabkan sendiri oleh masing-masing pihak tersebut dan biasanya prinsip-prinsip tanggung jawab masing-masing hal tersebut ditemukan dengan tegas dalam kontrak perjanjian waralaba tersebut.

Namun demikian disamping prinsip hukum yang umum tentang tanggungjawab masing-masing pihak tersebut dalam hal-hal tertentu terasa tidak adil jika hal tersebut diterapkan secara konsekuen, sehingga di kemudian hari berkembang teori-teori hukum yang membebankan juga pertanggungjawaban kepada pihak pengwaralaba atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh pihak pewaralaba terhadap pihak ketiga. Jadi dalam hal ini pewaralaba beralih kedudukannya dari semula seperti tanggung jawab distributor ke tanggung jawab yang berlaku bagi seorang agen.

Perjanjian waralaba dibuat oleh para pihak, yaitu pengwaralaba dengan pewaralaba, yang keduanya bertindak sebagai subjek hukum, baik sebagai badan hukum ataupun sebagai perorangan.

Seperti telah dikemukakan diatas, bahwa perjanjian waralaba ini merupakan perjanjian yang diadakan antara pemilik waralaba (pengwaralaba) dengan pewaralaba, dimana pihak pengwaralaba memberikan hak kepada pewaralaba untuk memproduksi atau memasarkan barang-barang (produk) atau jasa dalam waktu dan tempat

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

tertentu yang telah disepakati dibawah pengawasan terwaralaba. Dan untuk hal ini pewaralaba akan membayar sejumlah imbalan karena telah memperoleh hak tersebut dari pengwaralaba.

Dengan melihat dan memperhatikan pengertian perjanjian waralaba diatas, maka dapat dilihat bahwa terdapat beberapa unsur yang terkandung dalam sebuah perjanjian waralaba, yaitu:

e. Adanya suatu perjanjian yang disepakati
f. Adanya pemberian hak dari pengwaralaba kepada pewaralaba untuk memproduksi dan memasarkan produk dan jasa
g. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu
h. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari pewaralaba kepada pengwaralaba.

Pengwaralaba mempunyai hak. Hak pengwaralaba antara lain: [15]

a. Menerima setoran dari pewaralaba
b. Menerima laporan secara berkala
c. Memeriksa pembukuan pewaralaba
d. Memeriksa usaha pewaralaba
e. Membeli kembali waralaba pada saat pemutusan hubungan kemitraan
f. Membeli kembali waralaba pada saat dijual oleh pewaralaba

[15] Widjaja Tunggal dan Iman Sjahputra Tunggal, Op.Cit., 45-46

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Sedangkan Kewajiban pengwaralaba, dalam pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, disebutkan pengwaralaba harus memberikan prospektus penawaran kepada calon pewaralaba pada saat melakukan penawaran. Prospektus dimaksud, memuat paling sedikit mengenai:

a. Data identitas pengwaralaba
b. Legalitas usaha pengwaralaba
c. Sejarah kegiatan usahanya
d. Struktur organisasi pengwaralaba
e. Laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir
f. Jumlah tempat usaha
g. Daftar terwaralaba
h. Hak dan kewajiban pengwaralaba dan pewaralaba.

Disamping itu, berdasarkan ketentuan pasal 8 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 disebutkan bahwa pengwaralaba diwajibkan memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada pewaralaba secara berkesinambungan.

Selanjutnya dalam pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, disebutkan bahwa pengwaralaba diwajibkan mendaftarkan prospektus penawaran waralaba sebelum membuat perjanjian waralaba dengan pewaralaba, dengan melampirkan:

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

a. Fotocopi prospektus penawaran waralaba

b. Fotocopi legalitas usaha

Pengwaralaba harus menyiapkan informasi yang cukup cermat sebagai bahan analisis untuk calon pewaralaba. Pokok-pokok yang dicantumkan dalam dokumen tersebut adalah: [16]

a. Posisi usaha dan keuangan pengwaralaba

Pengwaralaba harus menjelaskan sejarah usaha, lama perkembangan, sehingga pewaralaba dapat menilai pengalaman usaha pengwaralaba serta latar belakangnya.

b. Para pelaku waralaba

Perlu diinformasikan direksi dan staf senior pengwaralaba, seperti nama, jabatan dan pengalaman usaha

c. Penawaran waralaba

Pengwaralaba menerangkan tentang aspek yang akan diterima oleh pewaralaba, seperti bantuan awal, manfaat yang akan diterima, biaya dan kinerja keuangan dari proyek percontohan.

d. Anggota Pewaralaba

Pengwaralaba perlu menginformasikan perkembangan pewaralaba, lokasi, keberhasilan, kegagalan dan penyebabnya.

e. Proyeksi keuangan

[16] Id.at 29

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Pengwaralaba mempresentasikan proyeksi keuangan umumnya dalam bentuk laporan laba rugi dan arus kas.

f. Kontrak

Ringkasan isi perjanjian disajikan dalam dokumen penawaran, sebagai bahan analisis calon pewaralaba.

Pewaralaba mempunyai hak. Hak pewaralaba antara lain:[17]

a. Memperoleh petunjuk dan bantuan
b. Menggunakan nama, citra dan sistem
c. Memperoleh persediaan produk
d. Menjual waralaba kepada pembeli yang disetujui
e. Memutuskan hubungan jika perjanjian waralaba dilanggar oleh pengwaralaba

Sedangkan berdasarkan ketentuan pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, disebutkan pewaralaba wajib mendaftarkan perjanjian waralaba, dengan melampirkan:

a. Fotocopi legalitas usaha
b. Fotocopi perjanjian waralaba
c. Fotocopi prospektus penawaran waralaba
d. Fotocopi kartu tanda penduduk pemilik/pengurus perusahaan.

[17] Id.at 46

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

2.1.5 Penyelesaian Sengketa dalam Perjanjian Waralaba

Baik pengwaralaba dan pewaralaba yang telah melakukan kerjasama dan dituangkan dalam perjanjian waralaba, selalu mempunyai keinginan yang sama agar hak dan kewajiban masing-masing pihak dapat terlaksana dan berjalan dengan baik. Namun demikian, kadang kala setelah berjalannya usaha dalam beberapa rentang waktu tertentu, akan menemui beberapa hambatan dan kendala, sehingga salah satu pihak tidak bisa atau terlambat dalam memenuhi kewajibannya.

Sehingga adanya pelanggaran atau lalai dalam kewajibannya, akan dapat menimbulkan perselisihan atau sengketa bisnis diantara kedua belah pihak. Sengketa bisnis yang diawali dari sengketa yang muncul dari kontrak perjanjian ini, pada umumnya muncul sebagai akibat ketidaksepakatan, perbedaan, gangguan, kompetisi atau ketidakseimbangan diantara para pihak. Sengketa atau konflik ini muncul sebagai akibat dari beberapa hal, antara lain : [18]

a. Kelangkaan sumber-sumber yang signifikan terhadap eksistensi partisipan konflik. Pada kondisi ini, pendekatan yang paling sering digunakan ada

   kompetisi yang bermuara pada satu pihak menang, yang lain kalah.

[18] Agus Yudha Hernoko, 2011, *Hukum Perjanjian Asaa Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*, Kencana Media Group, Jakarta, hlm.304

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

b. Kondisi dimana batas-batas kewenanagan atau hak dilanggar, sehingga satu pihak mengambil keuntungan yang seharusnya juga menjadi bagian dari keuntungan pihak lain.

c. Keterdekatan yang seringkali bermuara pada konflik mendalam karena perbedaan-perbedaan yang ada, tidak dikelola dengan matang

d. Kondisi dimana orang menciptakan diskriminasi yang sifanya berseberangan.

Sengketa bisnis ini seringkali timbul berawal dari kesalahan mendasar dalam proses terbentuknya kontrak, dengan berbagai faktor atau penyebabnya, antara lain :[19]

a. Ketidaksepahaman terhadap proses bisnis yang dilakukan. Kondisi ini muncul ketika pelaku bisnis semata-mata terjebak pada orientasi keuntungan serta karakter coba-coba tanpa memprediksi kemungkinan resiko yang akan menimpanya.

b. Ketidakmampuan mengenali mitra bisnisnya, ada sementara pelaku bisnis yang sekadar memperhatikan performa atau penampilan fisiknya saja, tanpa melihat *track record* dan bonafiditasnya.

c. Tidak adanya *legal cover* yang melandasi proses bisnis mereka. Hal ini menunjukkan rendahnya pemahaman dan apresiasi hukum pelaku bisnis dalam melindungi aktivitas bisnis mereka.

[19] Id.at 305

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

Sehingga disini kadang-kadang dapat dilihat bahwa aspek hukum masih belum dilihat sebagai hal yang penting, tetapi kebanyakan pelaku bisnis hanya mengedepankan analisa ekonomi, prospek dan peluang usaha yang dapat diambil dan kembangkan.

Jika konflik atau sengketa bisnis timbul dari perjanjian kerjasama / mitra, maka cara menyelesaikan sengketa bisnis tersebut dengan hasil yang saling menguntungkan, dapat ditempuh langkah-langkah sebagai berikut : [20]

a. Terhadap konflik persepsi tentang "cara saya" versus "cara kamu", maka definisikan kembali isu dengan cara mengidentifikasikan kembali hasil-hasil yang diharapkan oleh para pihak
b. Terhadap konflik "jumlah kue yang tetap" tentang bagaimana membagi sejumlah sumber-sumber, capai persetujuan terlebih dahulu terhadap metode penyelesaian yang dianggap adil untuk semua pihak.
c. Perlu dilakukan pendefinisian kembali batasan-batasan yang jelas tentang persoalan yang sesungguhnya terjadi dan pihak-pihak yang seharusnya terlibat.

Namun demikian, kadang juga para pelaku bisnis ini sudah siap untuk menghadapi konflik yang akan terjadi, dengan alasan bahwa mereka menganggap hal ini sebagai salah satu resiko bisnis yang harus dihadapi

[20] Id.at 306

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

dan diselesaikan. Tidak ada usaha atau bisnis yang tanpa resiko termasuk didalamnnya timbulnya sengketa bisnis.

Jika sengketa bisnis yang terjadi semakin kompleks dan berkembang, dalam arti tidak dapat lagi diselesaikan diantara kedua belah pihak (melalui musyawarah), maka penyelesaian berikutnya yang dapat ditempuh hanya ada dua pilihan, yaitu melalui jalur hukum (litigasi/pengadilan) dan jalur mediasi pihak ketiga (non litigasi).

Penyelesaian sengketa bisnis melalui jalur hukum/pengadilan, pada umumnya didasarkan pada dua pola dasar, yaitu : [21]

a. Adanya wanprestasi atau ingkar janji

   Dimana gugatan ini harus didasarkan pada kontrak bisnis diantara para pihak

b. Adanya perbuatan melanggar hukum

   Gugatan yang diajukan tidak perlu berdasarkan kontrak bisnis yang ada, tetapi pada adanya perbuatan yang merugikan pihak lain serta terdapat hubungan kausal antara perbuatan dengan kerugian yang diitimbulkan sebagai akibat kesalahannya.

Dan ada sebagian pihak yang menganggap bahwa berperkara di pengadilan memerlukan proses yang berbelit-belit dan panjang, sehingga menimbulkan keengganan para pihak tersebut untuk berperkara di pengadilan. Sehingga kebanyakan dari para pihak, akan menempuh jalur

[21] Id.at 308

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

pengadilan sebagai jalur terakhir apabila upaya penyelesaian konlik yang lain sudah ditempuh dan belum memberikan hasil atau titik terang dalam sengketa bisnis yang terjadi.

Penyelesaian sengketa bisnis melalui lembaga pengadilan dinilai kurang efektif oleh para pelaku bisnis, karena : [22]

a. Penyelesaian perkara yang lambat dan banyak membuang waktu
b. Biaya mahal
c. Peradilan tidak responsif terhadap kepentingan umum
d. Putusan pengadilan tidak menyelesaikan sengketa
e. Kemampuan hakim bersifat generalisasi
f. Putusan pengadilan seringkali dijatuhkan tidak disertai dengan pertimbangan yang cukup rasional

Dari kenyataan diatas, maka untuk penyelesaian sengketa bisnis yang terbaik dan ideal adalah melalui negosiasi, mediasi dan arbitrase. Hal ini dikarenakan: [23]

a. Bersifat informal
b. Penyelesaian sengketa secara "kooperatif" oleh para pihak yang bersengketa
c. Biaya murah
d. Penyelesaian cepat
e. Menyelesaikan sengketa serta memperbaiki hubungan "masa depan"

[22] Id.at 309
[23] Id.at 310

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

f. Penyelesaian secara kompromi

g. Hasil yang dicapai sama-sama menang

h. Hubungan semakin mesra

i. Tidak antagonistik dan balas dendam

j. Pemenuhan secara sukarela

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Asas-Asas dalam Hukum Perjanjian

Ada beberapa asas dalam hukum perjanjian, namun asas mendasar yang menjadi dasar untuk membentuk perjanjian bisnis, diantaranya: [24]

a. Asas kebebasan berkontrak

Dalam ketentuan pasal 1338 (1) KUH Perdata, disebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Dengan demikian menurut asas kebebasan berkontrak, seseorang pada umumnya mempunyai pilihan bebas untuk mengadakan perjanjian.

Namun demikian, akhir-akhir ini, seringkali asas kebebasan berkontrak kurang dipahami secara utuh, sehingga banyak memunculkan pola hubungan kontrak yang tidak seimbang dan berat sebelah. Kebebasan berkontrak didasarkan kepada asumsi bahwa para pihak dalam kontrak memiliki posisi

[24] Id.at 107

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

tawar yang seimbang tetapi kenyataannya para pihak tidak selalu memiliki posisi tawar yang seimbang.

Hal ini dikarenakan kedudukan dari para pihak tidak seimbang karena pihak yang satu kuat secara ekonominya dan disatu sisi sebagai pihak yang lemah secara ekonomi.

b. Asas konsensualisme

Dalam pasal 1338 (1) KUH Perdata disebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.

Di dalam asas ini mengandung pengertian bahwa kehendak para pihak untuk saling mengikatkan diri dan menimbulkan kepercayaan diantara para pihak terhadap pemenuhan perjanjian.

c. Asas *pacta sunt servanda*

Asas daya mengikat kontrak (*pacta sunt servanda*) ini menimbulkan kekuatan mengikat kontrak karena adanya kesepakatan diantara para pihak.

Secara substansial, daya mengikat kontrak khususnya isi perjanjian, ternyata tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi juga untuk segala sesuatu yang menurut sifat perjanjian, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan atau undang-undang.

d. Asas itikad baik

Dalam pasal 1338 (3) KUH Perdata disebutkan bahwa perjanjian-perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Sehingga persetujuan yangg telah

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

diadakan harus dilaksanakan dengan itikad baik, perjanjian tersebut harus dilaksanakan menurut kepatutan dan keadilan.

2.2.2 Asas Proporsionalitas

Makna asas proporsionalitas adalah asas yang mengatur pertukaran hak dan kewajiban para pihak sesuai proporsi atau bagiannya, yang meliputi seluruh proses kontrak, baik pada tahapan pra kontrak, pembentukan kontrak maupun pelaksanaan kontrak.[25]

Fungsi asas proporsionalitas dalam kontrak komersial adalah :[26]

a. Dalam tahapan prakontrak

Menjamin terwujudnya proses negosiasi kontrak yang fair

b. Dalam pembentukan kontrak

Menjamin kesetaraan hak serta kebebasan dalam menentukan isi kontrak

c. Dalam pelaksanaan kontrak

Menjamin terwujudnya distribusi pertukaran hak dan kewajibannya sesuai proporsinya

d. Dalam hal terjadinya sengketa kontrak

Maka beban pembuktian, berat atau ringan kadar kesalahan maupun hal-hal terkait lainnya harus diukur berdasarkan asas proporsionalitas. Seperti kita ketahui bahwa hakikat kontrak adalah mewujudkan pertukaran hak dan kewajiban secara adil. Dengan demikian, ketidakseimbangan hasil dapat

[25] Yudho Hernoko, Op.Cit.,323
[26] Id.at 234

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

diterima sebagai sesuatu yang fair apabila proses pertukaran hak dan kewajiban berlangsung secara proporsional.

Dalam hal terjadinya kegagalan dalam pelaksanaan kontrak bisnis, maka terjadinya pelanggaran tersebut harus diukur berdasarkan asas proporsionalitas, sehingga kesalahan atau pelanggaran yang sifatnya kecil dan tidak terlalu penting, langsung menimbulkan pemutusan hubungan kerjasama atau perjanjian yang telah disepakati bersama.

Sehingga diharapkan dengan melakukan penerapan asas proporsionalitas ini, tidak selalu diartikan bahwa hak dan kewajiban diantara para pihak dalam perjanjian bisnis harus seimbang dalam arti sama-sama secara matematika tetapi hak dan kewajiban yang diterima sesuai porsi atau hak yang memang sudah sewajarnya diterima berdasarkan porsi yang telah ditanamkan atau diinvestasikan. Sebagai contoh dalam perjanjian waralaba, untuk pembagian keuntungan adalah tidak seimbang secara matematis, tetapi diterima berdasarkan perbandingan 70% dibandingkan 30%, dalam arti bahwa besaran yang diterima adalah seimbang berdasarkan hasil yang proporsional, sesuai dengan modal atau prestasi yang telah dikerjakan atau diberikan.

Hal demikian maka sebaiknya asas proporsionalitas dapat dijadikan sebagai dasar untuk:[27]

[27] Id.at 325

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013

a. Menjamin pertukaran hak dan kewajiban dalam melakukan kontrak kerjasama

b. Rambu-rambu aturan main dalam transaksi bisnis para pihak

c. Sebagai batu uji atau tolok ukur eksistensi kontrak yang ada

Sehingga asas proporsionalitas ini harus senantiasa membingkai pemahaman pelaku bisnis dalam seluruh proses kontrak, baik pada tahapan prakontrak, pembuatan kontrak dan pada saat pelaksanaan kontrak. Serta dalam hal terjadinya sengketa bisnis, maka harus tetap berpegang kepada asas proporsionalitas dalam menilai kadar atau beban kesalahan dari salah satu pihak dalam melihat unsur kesalahan

Dalam penerapan penyelesaian sengketa bisnis ini, asas proporsionalitas dapat diterapkan dengan dalam kontrak bisnis, dimana dalam tahapan prakontrak, menjamin terwujudnya proses negosiasi kontrak yang fair, dalam pembentukan kontrak, menjamin kesetaraan hak serta kebebasan dalam menentukan isi kontrak, dalam pelaksanaan kontrak, menjamin terwujudnya distribusi pertukaran hak dan kewajiban sesuai proporsinya, dan dalam hal terjadinya sengketa kontrak, maka beban pembuktian, berat ringan kadar kesalahan maupun hal-hal lain terkait harus diukur berdasarkan asas proporsionalitas.

Sugiarto, PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (STUDI KASUS WARALABA EXTRAQILO LAUNDRY), 2012
UIB Repository©2013