

PERLINDUNGAN HUKUM TERHADAP WANPRESTASI DALAM PRAKTEK BISNIS USAHA KULINER WARALABA DI KARAWANG

Rani Apriani¹, Grasia Kurniawati²

Fakultas Hukum Universitas Singaperbangsa Karawang
rani88_fhunsika@yahoo.com¹, grasiakurniati@gmail.com²
DOI : <https://doi.org/10.29313/sh.v17i1.5360>

ABSTRAK

Waralaba merupakan suatu pola kerjasama dalam usaha yang saat ini banyak diminati oleh masyarakat karena memiliki keunggulan jika dibandingkan dengan pola kerjasama usaha lain. Perjanjian diatur dalam buku III KUHPerdara tentang Perikatan. Suatu usaha untuk dapat digolongkan sebagai waralaba harus memenuhi kriteria waralaba sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Penggolongan terhadap suatu usaha sangat penting guna mengetahui upaya perlindungan hukum apa saja yang diperoleh oleh pelaku usaha yang menjalankan waralaba. Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dikaitkan dengan teori-teori hukum dan asas-asas hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan diperkuat dengan studi kepustakaan dan studi lapangan. Berdasarkan hasil dari penelitian ini, perlindungan hukum bagi para pihak terhadap tindakan wanprestasi dalam praktek bisnis usaha waralaba didasarkan atas perjanjian kerjasama yang telah disepakati oleh para pihak. Pihak penerima waralaba diwajibkan untuk membayar *royalty fee* dan melindungi rahasia dagang pemberi waralaba.

Kata Kunci: *Perlindungan Hukum, Wanprestasi, Waralaba*

ABSTRACT

Franchising is a pattern of cooperation in business which is currently in great demand by the community because it has advantages when compared to other business cooperation patterns. The agreement is regulated in book III of the Civil Code on Engagement. An attempt to be classified as a franchise must meet the franchise criteria as regulated in Government Regulation No. 42/2007 concerning Franchising. Classification of a business is very important in order to find out what

legal protection efforts are obtained by businesses that run franchises. This research is analytical descriptive using the normative juridical approach method associated with legal theories and legal principles through applicable laws and regulations and strengthened with literature studies and field studies. Based on the results of this study, the legal protection of the parties against defaults in the franchise business practices is based on cooperation agreements that have been agreed by the parties. The franchisee is required to pay a royalty fee and protect the franchisor's trade secrets.

Keywords: *Legal Protection, Default, Franchise*

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan Negara yang saat ini sedang berkembang, hal ini terlihat dari giatnya Negara melakukan pembangunan dalam berbagai bidang salah satunya adalah dibidang ekonomi. Pembangunan yang dilakukan diharapkan mampu untuk tumbuh dan berkembang sehingga tercipta masyarakat yang adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-undang dasar 1945. Perekonomian merupakan salah satu faktor yang amat penting dalam pembangunan di Indonesia.¹ Keberhasilan pembangunan di bidang perekonomian di suatu negara akan berdampak positif terhadap bidang-bidang lainnya di negara tersebut.

Pembangunan ekonomi merupakan pengolahan untuk kekuatan ekonomi riil yang dapat dilakukan melalui penanaman modal, penggunaan teknologi, kemampuan berorganisasi dan manajemen.² Dunia usaha adalah salah satu tumpuan yang dipergunakan sebagai pilar yang dilaksanakan dengan berbagai macam cara yang sekiranya dapat memupuk perkembangan dengan lebih optimal dan berdaya guna kearah pembangunan ekonomi yang diinginkan.

¹ M.Solly Lubis, *Pembahasan UUD 1945*, Bandung, Alumni, 1997, hlm. 106-107.

² Ridwan Khairandy, *Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi*, Jakarta, Pusat Studi Hukum UII, 2000, hlm. 132,

Masyarakat yang bergerak dalam dunia usaha atau kewirausahaan inilah yang harus didorong serta dituntun oleh pemerintah agar dunia usaha dapat berkembang dengan baik sehingga dapat membantu pemerintah dalam upaya untuk meningkatkan pembangunan ekonomi. Peran pemerintah adalah menciptakan aturan atau regulasi hukum yang memberikan perlindungan serta kepastian hukum dalam kegiatan berusaha. Hakikatnya hukum merupakan salah satu kaidah sosial yang ditujukan untuk mempertahankan ketertiban dalam hidup bermasyarakat, untuk mempertahankan ketertiban tersebut hukum secara seimbang melindungi kepentingan-kepentingan yang ada didalam masyarakat.³ Dengan demikian peran hukum dalam upaya pembangunan ekonomi adalah untuk melindungi, mengatur, dan merencanakan kehidupan ekonomi, sehingga dinamika kegiatan ekonomi itu dapat diarahkan kepada kemajuan dan kesejahteraan bagi seluruh masyarakat.⁴ Upaya pemerintah untuk melibatkan seluruh lapisan masyarakat dalam kegiatan ekonomi adalah melalui Kemitraan. Yang dimaksud dengan kemitraan adalah suatu hubungan yang timbal balik dengan orang untuk menjalankan suatu usaha dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan.⁵

Pola-pola kemitraan yang ditawarkan oleh pemerintah, pola waralaba merupakan pola kemitraan paling banyak diminati oleh masyarakat. Secara terminologi Waralaba sendiri berasal dari kata “Wara” yang berarti lebih dan “Laba” yang berarti untung. Berdasarkan pengertian tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan sistem bisnis yang memberikan keuntungan lebih.⁶

³ Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta, Kencana, 2008, hlm. 4

⁴ *Ibid*, hlm. 6.

⁵ Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan Pola kemitraan dan Badan Hukum*, Bandung, Rafika Adiatama, Bandung, 2006, hlm. 26

⁶ Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba: Mudah, Risiko Rendah dan Menguntungkan*, Yogyakarta, Cakrawala, 2007, hlm. 10.

Secara yuridis waralaba sudah dikenal di Indonesia sejak tahun 1997 dengan adanya Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba dan 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 yang kemudian direvisi dan menetapkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No.12/M-DAG/PER/3/2006 (selanjutnya disebut “Kepmen Waralaba”).

Pemerintah kemudian merevisi dan menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba (selanjutnya disebut “PP Waralaba”). Lebih khusus lagi waralaba diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia No. 53/M-Dag/Per/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba (selanjutnya disebut “Permendag Waralaba”) Popularitas bisnis waralaba sebagai suatu cara pemasaran serta distribusi barang dan jasa memang semakin meningkat. Hal ini disebabkan karena waralaba merupakan sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat dan mudah dengan resiko usaha yang kecil.⁷ Sebagai salah satu sistem pemasaran yang efektif keberadaan waralaba dianggap mampu untuk menjangkau pangsa pasar suatu jenis produk ke seluruh Indonesia. Dengan demikian bagi pihak pemberi waralaba, waralaba merupakan suatu cara pemasaran dan distribusi yang merupakan sebagai suatu alternatif lain selain secara konvensional yang dimiliki perusahaan sendiri. Cara ini memungkinkan bagi pemberi waralaba untuk mengembangkan saluran eceran yang berhasil tanpa harus membutuhkan investasi besar-besaran dari perusahaan induknya.⁸ Besarnya peluang untuk mendapatkan keuntungan dengan menggunakan bisnis waralaba menjadikan waralaba baik asing maupun lokal bermunculan serta mengalami peningkatan yang sangat luar biasa khususnya di Indonesia. Asosiasi Franchise Indonesia

⁷ Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta, Rineka Cipta, 2003, hlm.57.

⁸ Alan West, *Perdagangan Eceran*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1992, hlm.75.

(selanjutnya akan disebut AFI), memperkirakan omzet sektor waralaba tumbuh tiap tahun.

Setiap tahunnya, jumlah usaha waralaba semakin bertambah. Ketua Umum AFI Andrew Nugroho optimis pertumbuhan usaha waralaba di Indonesia tumbuh 10 persen tahun 2019 secara tahunan.⁹ Disamping itu jumlah usaha waralaba terus bertambah. Pertumbuhan waralaba harus dimulai dengan pertumbuhan business opportunity. Pertumbuhan business opportunity saat ini berbanding lurus dengan penciptaan wirausaha baru di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2016, rasio wirausaha di Indonesia naik dari 1,67 persen menjadi 3,10 persen dari jumlah penduduk sebanyak 225 juta orang. Perekonomian Indonesia pada triwulan II 2016 mengalami pertumbuhan sebesar 5,01 persen, dengan produk domestic bruto atas dasar harga berlaku mencapai Rp. 3.366,8 triliun.¹⁰ Kendati dari sisi kuantitas bisnis ini berkembang, akan tetapi unit usaha yang benar-benar memenuhi kriteria waralaba tidaklah banyak.¹¹ Terdapat beberapa ketentuan yang harus dipenuhi untuk membangun sebuah bisnis dengan sistem bisnis waralaba, berdasarkan Pasal 3 PP Waralaba dijelaskan mengenai kriteria yang harus dipenuhi agar dapat menjadi sebuah waralaba sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberi keuntungan;
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis;
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; dan

⁹ Kompas, *Asosiasi Yakin Bisnis Waralaba Tumbuh 10 Persen Tahun ini*, diakses <https://money.kompas.com> akses tgl 17 Agustus 2019.

¹⁰ Majalah Franchise, *Melihat Pertumbuhan Waralaba Lokal dan Asing di 2018*, diakses <http://majalahfranchise.com> akses tgl 18 Agustus 2019

¹¹ Asosiasi Franchise Indonesia, *Direktori Franchise & B.O. Indonesia*, hlm. 10-12

f. Hak kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Kriteria-kriteria tersebut merupakan kriteria yang harus dipenuhi oleh bisnis waralaba secara keseluruhan dengan tujuan agar setiap bisnis waralaba merupakan bisnis benar benar yang menguntungkan bagi para pihak khususnya bagi penerima waralaba. Keuntungan yang diberikan oleh sistem waralaba ini menarik pengusaha untuk membangun suatu usaha bisnis dengan menggunakan sistem bisnis waralaba.

Bisnis usaha kuliner menjadi pilihan bagi pengusaha baru, karena modal yang dibutuhkan tidak begitu besar namun keuntungan dapat diperoleh secara maksimal. Bisnis jenis ini sangat cepat berkembang, salah satu perkembangan yang cukup menyolok adalah penggunaan gerobak sebagai sarana/tempat untuk berjualan. Hal tersebut dilakukan supaya lebih menghemat biaya yang dikeluarkan para pengusaha untuk menyediakan biaya khusus untuk menyewa atau membeli suatu tempat. Selain itu hal tersebut memberikan keuntungan bagi penerima waralaba untuk dapat mencari tempat usaha yang paling strategis untuk berjualan secara mobile atau dapat berpindah-pindah. Dapat kita ketahui bahwa ketika pemberi waralaba memberikan paket bisnis kepada penerima waralaba, modal yang dibutuhkan oleh penerima waralaba tidak akan begitu besar agar lebih mudah diterima oleh pengusaha pengusaha baru yang memiliki modal kecil. Dalam pelaksanaan praktek waralaba, pelaku usaha waralaba menggunakan perjanjian waralaba yang bertujuan untuk mengatur hak dan kewajiban para pihak, yaitu pemberi waralaba dan penerima waralaba dalam menjalankan operasional bisnis waralaba tersebut.¹² Pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk memanfaatkan nama, goodwill, produk dan jasa, prosedur pemasaran, keahlian, sistem prosedur operasional, dan fasilitas penunjang. Sebaliknya, penerima waralaba memiliki kewajiban untuk mematuhi setiap prosedur/standar yang ada serta memberikan

¹² Suryono Ekotama, *Rahasia Kontrak Franchise*, Yogyakarta, Citra Media, 2010, hlm.9.

royalty kepada pemberi waralaba.¹³ Perjanjian tersebut menjelaskan aspek-aspek apa saja yang akan disepakati maupun dilindungi.

Permasalahan yang muncul dari banyak lahirnya bisnis waralaba yang ada di Karawang yang menggunakan gerobak adalah banyak usaha waralaba tersebut yang belum mampu memenuhi kriteria-kriteria dari suatu bisnis waralaba. Biasanya usaha-usaha tersebut hanya dapat memenuhi beberapa kriteria yang tercantum dalam Pasal 3 PP Waralaba seperti memiliki ciri khas usaha, mudah diajarkan dan diaplikasikan serta standar atas pelayanan yang dibuat secara tertulis.¹⁴ Kriteria tersebut merupakan kriteria yang cukup mudah untuk dapat dipenuhi oleh para pelaku usaha waralaba, namun kriteria-kriteria yang cukup sulit dan membutuhkan proses yang cukup panjang seperti hak kekayaan Intelektual yang telah terdaftar dan daya dukung yang berkesinambungan tidak mampu untuk mereka penuhi dan jalankan. Pemberi waralaba kerap kali merasa cukup untuk memenuhi sebagian saja kriteria waralaba, karena mereka menilai bahwa bisnis dan usaha mereka akan tetap dapat berjalan dan memberikan keuntungan tanpa memenuhi setiap kriteria yang ada.

Setiap kriteria yang tercantum dalam pasal 3 PP Waralaba merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi, apabila salah satu kriteria tersebut tidak dapat dipenuhi oleh suatu usaha, maka usaha tersebut tidak dapat digolongkan sebagai suatu usaha waralaba. Hal tersebut dapat menimbulkan keraguan bagi penerima waralaba terkait kepastian hukum dari suatu usaha yang menjadi tempat dia melakukan investasi. Kepastian hukum berdampak terhadap lemahnya perlindungan hukum yang akan diterima oleh penerima waralaba dalam perjanjian.

Kepastian hukum dalam masyarakat dibutuhkan demi tegaknya ketertiban dan keadilan. Ketidakpastian hukum akan menimbulkan kekacauan

¹³ H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2008 hlm. 34

¹⁴ *Ibid*, hlm. 16.

dalam kehidupan masyarakat, dan setiap anggota masyarakat akan saling berbuat sesuka hati serta bertindak main hakim sendiri. Keadaan seperti ini menjadikan kehidupan berada dalam suasana yang kacau.¹⁵ Perkembangan bisnis waralaba khususnya di daerah Karawang saat ini semakin kompleks sehingga memunculkan fenomena-fenomena baru dalam segala aspek, khususnya aspek hukum yang menghendaki terciptanya kepastian hukum dalam hak dan kewajiban kedua belah pihak dalam menjalankan bisnis waralaba. Penerima dan pemberi waralaba harus menaati segala perjanjian yang telah mereka sepakati. Bisnis waralaba berbeda dengan bisnis lainnya karena bisnis ini tidak hanya sekedar menjual produk tetapi lebih luas lagi yaitu menjual Hak Kekayaan Intelektual. Hak kekayaan intelektual merupakan kekayaan bagi pemberi waralaba, karena dapat diahlikan manfaatnya atau penggunaannya kepada pihak lain yaitu penerima waralaba yang didasarkan pada diperolehnya ijin dari pemberi waralaba. Berdasarkan penjelasan diatas dapat ditarik sebuah kenyataan bahwa saat ini masih banyak bisnis waralaba yang tidak memenuhi semua kriteria yang ditetapkan oleh Pasal 3 PP Waralaba. Perlindungan hukum bagi para pihak terhadap tindakan wanprestasi dalam praktek bisnis usaha waralaba didasarkan atas perjanjian kerjasama yang telah disepakati oleh para pihak. Pihak penerima waralaba diwajibkan untuk membayar *royalty fee* dan melindungi rahasia dagang pemberi waralaba.

B. Perumusan Permasalahan

Bagaimana Perlindungan Hukum Terhadap Wanprestasi Dalam Praktek Bisnis Usaha Kuliner Waralaba Di Karawang?

C. Metode Penelitian

¹⁵ M.Yahya Harahap, *Pembahasan, Permasalahan dan Penerapan Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2006, hlm.76.

Penelitian ini bersifat deskriptif analitis dengan menggunakan metode pendekatan yuridis normatif dikaitkan dengan teori-teori hukum dan asas-asas hukum melalui peraturan perundang-undangan yang berlaku dan diperkuat dengan studi kepustakaan dan studi lapangan. Serta pengumpulan data-data primer dan sekunder yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti.

II. PEMBAHASAN

A. Pembahasan Mengenai Perlindungan Hukum Terhadap Wanprestasi Dalam Praktek Bisnis Usaha Kuliner Waralaba Di Karawang

Hukum sebagai suatu aturan yang berfungsi untuk mengatur kegiatan social dan ketertiban masyarakat, maka hukum tersebut tidak dapat bekerja sendiri, akan tetapi harus senantiasa merespons terhadap hal – hal yang berkembang di lingkungannya. Hukum dalam menjalankan fungsinya sebagai pengatur kehidupan bersama dalam bermasyarakat, hukum harus menjalani suatu proses yang panjang dan melibatkan berbagai aktifitas dengan kualitas yang berbeda-beda.

Pada garis besarnya aktifitas tersebut berupa pembuatan hukum dan penegak hukum. Hukum dalam pengertian disini bukanlah hukum dalam pengertian luas, tetapi hukum dalam pengertian positif yaitu peraturan tertulis atau perundang-undangan yang berlaku di suatu tempat, dalam hal ini di Indonesia. Faktor lainnya yakni masyarakat sebagai objek dan subjek dari penegakan hukum. Apabila upaya penegakan hukum tidak mendapat respon dari para pihak dalam usaha Waralaba maka sangat mungkin Undang-Undang akan hanya merupakan pasal-pasal yang tidur dan tidak bisa mencapai tujuannya.

Bentuk waralaba yang dikenal sekarang merupakan bentuk penyempurnaan dan hasil perkembangan dari masa-masa sebelumnya.¹⁶

¹⁶ J.Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1995, hlm.2.

Awalnya metode waralaba merupakan metode pemasaran atau distribusi barang yang digunakan oleh produsen untuk memperluas jaringan distribusi produknya dengan standar yang sama tanpa harus memulai investasi terhadap tempat penjualan baru. Saat itu metode ini digunakan oleh Isaac Singer dengan cara memberikan hak eksklusif kepada pihak lain dengan menjual mesin Singer di Negara bagian/wilayah tertentu dengan meminta royalty kepada perusahaan yang diberi hak eksklusif tersebut. Singer membangun jaringan distribusi hampir di seluruh daratan Amerika untuk menjual produknya. Di samping menjual mesin jahit, para distributor tersebut juga memberikan pelayanan purna jual dan suku cadang. Jadi para distributor tidak semata menjual mesin jahit, akan tetapi juga memberikan layanan perbaikan dan perawatan kepada konsumen.¹⁷ Pada tahun 1955, bisnis waralaba mulai mengalami perkembangan di Amerika dengan munculnya restoran McDonald yang mempunyai sistem yang berbeda dengan waralaba sebelumnya sehingga membawa pengaruh yang besar terhadap konsep waralaba selanjutnya.¹⁸

Konsep ini mulai ramai dikenal di Indonesia sekitar tahun 1970-an dengan mulai masuknya waralaba luar negeri seperti Kentucky Fried Chicken, Swensen, Shakey Piza dan kemudian diikuti pula oleh Burger King dan Seven Eleven. Walaupun sistem waralaba ini sebetulnya sudah ada di Indonesia seperti yang diterapkan oleh Bata dan yang hampir menyerupainya ialah SPBU (pompa bensin).¹⁹ Pertumbuhan bisnis waralaba yang tumbuh subur di Indonesia, pada prinsipnya tidak lepas dari peran serta dari merek-merek waralaba lokal. Perkembangan waralaba lokal yang semakin pesat, bisa dilihat dari masih sangat terbukanya peluang usaha ini untuk mewaralabakan perusahaan perusahaan tradisional yang telah mempunyai merek dagang dan sistem yang stabil.

¹⁷ Deden Setiawan, *Franchise Guide Series – Ritel*, Jakarta, Dian Rakyat, 2007, hlm. 13

¹⁸ Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika, 2005, hlm.167.

¹⁹ Deden Setiawan, *Op.Cit*, hlm. 6

Waralaba berasal dari kata wara (lebih atau istimewa) dan laba (untung), maka waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih/istimewa.²⁰ Waralaba merupakan salah satu bentuk metode produksi dan distribusi barang atau jasa kepada konsumen dengan suatu standard dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, serta sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya.²¹ Waralaba adalah suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 (dua) atau lebih perusahaan, di mana 1 (satu) pihak akan bertindak sebagai pemberi waralaba dan pihak yang lain sebagai penerima waralaba, di mana di dalamnya diatur bahwa pihak-pihak pemberi waralaba sebagai pemilik suatu merek dari know-how terkenal, memberikan hak kepada penerima waralaba untuk melakukan kegiatan bisnis dari/atas suatu produk barang atau jasa, berdasar dan sesuai rencana komersil yang telah dipersiapkan, diuji keberhasilannya dan diperbaharui dari waktu ke waktu, baik atas dasar hubungan yang eksklusif ataupun noneksklusif, dan sebaliknya suatu imbalan tertentu akan dibayarkan kepada franchisor sehubungan dengan hal tersebut.²² Menurut PP Waralaba, pasal 1 angka 1, pengertian waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khusus usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Berdasarkan pengertian dan pendapat diatas maka dapat disimpulkan bahwa waralaba melibatkan suatu kewajiban untuk menggunakan suatu sistem dan metode yang ditetapkan oleh pemberi waralaba termasuk di dalamnya

²⁰ Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan Pola kemitraan dan Badan Hukum*, Bandung, Rafika Adiatama, 2006, hlm. 119

²¹ Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung, Alumni, 2004, hlm.134.

²² Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2005, hlm.339

hak untuk menggunakan merek dagang, serta untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebenarnya belum terlatih dalam bisnis untuk dapat menjalankan bisnis tersebut dengan bantuan yang terus menerus atas dasar ditentukan sebelumnya. Dengan membeli sistem yang teruji dan merek dagang yang terkenal, siapapun yang memenuhi kualifikasi berdasarkan ketentuan pemilik bisnis waralaba.

Martin D.fern, menjelaskan unsur-unsur suatu usaha yang memenuhi sistem waralaba, sebagai berikut:²³

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

V.Winarto mengidentifikasi karakteristik pokok yang terdapat dalam sistem waralaba, sebagai berikut:²⁴

- a. Ada kesepakatan kerjasama yang tertulis.
- b. Selama kerjasama, pemberi waralaba mengizinkan penerima waralaba menggunakan merek dagang dan identitas usaha milik pemberi waralaba dalam bidang usaha yang disepakati.
- c. Selama kerjasama, pemberi waralaba memberikan jasa mempersiapkan usaha dan melakukan pendampingan berkelanjutan pada penerima waralaba.

²³ D. Khurmarga, *Penelitian Tentang Waralaba Apakah Merupakan Salah Satu Bentuk Perjanjian Tertentu Yang Diatur Dalam KUHPerdara*, Law Review FH Universitas Pelita Harapan, 2:1, 2002, hlm. 6.

²⁴ *Ibid*

- d. Selama kerjasama penerima waralaba mengikuti ketentuan yang telah disusun oleh pemberi waralaba untuk menjadi dasar usaha yang sukses.
- e. Selama kerjasama, pemberi waralaba melakukan pengendalian hasil dan kedudukannya sebagai pimpinan sistem kerjasama.
- f. Kepemilikan dari badan usaha yang dijalankan oleh penerima waralaba adalah sepenuhnya pada pemberi waralaba.

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

- a. Memiliki ciri khas usaha; Yang dimaksud dengan ciri khas usaha adalah suatu usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru dibandingkan dengan usaha lain sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud.
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan; Yang dimaksud dengan terbukti sudah memberikan keuntungan adalah menunjuk pada pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki yang kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalahmasalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.
- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan; Yang dimaksud dengan standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis adalah standar secara tertulis supaya Penerima Waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (standard operational procedures).
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan; Yang dimaksud dengan mudah diajarkan dan diaplikasikan adalah mudah dilaksanakan sehingga Penerima Waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan

mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh Pemberi Waralaba.

- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan; Yang dimaksud dengan dukungan yang berkesinambungan adalah dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan dan promosi.
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar. Yang dimaksud dengan hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar adalah hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha seperti merek, hak cipta, paten dan rahasia dagang, sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

Kriteria yang tercantum dalam peraturan tersebut ditegaskan kembali pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 53/M DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba selanjutnya disingkat Permendag Nomor 53 Tahun 2012) dikatakan kriteria di atas merupakan hal mutlak yang harus dipenuhi oleh pemberi waralaba untuk menjalankan atau agak dikatakan bahwa bisnis nya layak menjadi bisnis dengan pola waralaba.

Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain, hal ini dikarenakan perjanjian tersebut dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba, jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Perjanjian waralaba adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemberi dan penerima waralaba, dimana pihak pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk memproduksi atau memasarkan barang dan atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati di bawah pengawasan pemberi

waralaba, sementara penerima waralaba membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.²⁵

Douglas J. Queen merumuskan perjanjian waralaba adalah satu dokumen hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik dan pemegang waralaba.²⁶ Martin Mandelson menambahkan perjanjian waralaba harus secara tepat menggambarkan janji-janji yang dibuat dan harus adil, serta pada saat ini yang bersamaan menjamin bahwa ada perjanjian yang cukup melindungi integritas sistem.²⁷

Sesuai dengan ketentuan Permendag Waralaba hal-hal yang harus dimuat dalam Perjanjian Waralaba paling sedikit, yaitu:

- a. Nama dan alamat para pihak,
- b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual,
- c. Kegiatan usaha,
- d. Hak dan Kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba,
- e. Wilayah usaha,
- f. Jangka Waktu Perjanjian,
- g. Tata cara pembayaran imbalan,
- h. Penyelesaian sengketa,
- i. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian
- j. Jaminan dari pihak Pemberi Waralaba untuk tetap menjalankan kewajiban-kewajibannya kepada Penerima Waralaba sesuai dengan isi Perjanjian hingga jangka waktu Perjanjian berakhir.
- k. Jumlah gerai yang akan dikelola oleh Penerima Waralaba.

²⁵ Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba*, Yogyakarta, Cakrawala, 2007, hlm. 1

²⁶ Douglas, J Queen, *Pedomen Membeli dan Menjalankan Frenchise*, Jakarta, PT.Elek Media Komputindo, 1993, hlm. 45.

²⁷ Martin, Mendelson, *Frenchising Petunjuk praktis bagi Frenchisor dan Frenchise*, Jakarta, IPPM, 1993, hlm. 45.

Hal yang diatur oleh Hukum dan Peraturan Perundang-undangan merupakan yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba, jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba, wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera didalam perjanjian waralaba. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak, terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian, kemungkinan pihak yang dirugikan mendapat ganti rugi, merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum di Indonesia.

Praktek penggunaan istilah waralaba dalam usaha kuliner di daerah Karawang saat ini berkembang dengan pesat. Akan tetapi praktek usaha kuliner waralaba yang berkembang di Karawang sebagian besar tidak memenuhi kriteria sebagai usaha waralaba. Sehingga peraturan hukum Waralaba tidak berlaku bagi beberapa kegiatan usaha kuliner waralaba yang ada di Karawang. Hubungan hukum antar pihak dalam kegiatan usaha kuliner yang tidak memenuhi kriteria waralaba didasarkan atas sebuah perjanjian kerjasama distribusi.

Hukum perikatan ditandai dengan asas kebebasan berkontrak, yaitu kewenangan menurut pemikiran sendiri untuk mengadakan hubungan-hubungan hukum. Asas kebebasan berkontrak bukan berarti menghalalkan bagi para pihak untuk mengingkari kontrak yang telah terlebih dahulu terjadi, maksudnya adalah para pihak dapat menciptakan perjanjian-perjanjian baru yang dikenal dalam Perjanjian Bernama dan isi menyimpang dari Perjanjian Bernama yang diatur Undang-undang.

Dengan asas kebebasan berkontrak ini para pihak yang membuat dan mengadakan perjanjian diperbolehkan untuk menyusun dan membuat kesepakatan atau perjanjian yang melahirkan kewajiban apa saja, selama prestasi yang wajib dilakukan tersebut bukanlah sesuatu yang terlarang.

Ketentuan pasal 1337 KUH Perdata menyatakan bahwa “suatu sebab terlarang”, apabila dilarang oleh undang-undang, atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum” memberikan gambaran umum pada kita semua, bahwa pada dasarnya semua perjanjian dapat dibuat dan diselenggarakan oleh setiap orang. Setiap perjanjian kerjasama distribusi dapat sah apabila telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam pasal 1320 KUH Perdata.

Syarat pertama yaitu adanya kesepakatan antara kedua belah pihak, untuk menentukan bagaimana adanya kesepakatan atau kehendak dapat dilakukan dengan berbagai macam cara, yaitu dapat dilakukan secara tegas, atau secara diam-diam atau dengan tanda tangan. Dalam perjanjian kerjasama distribusi kuliner ini kesepakatan atau kehendak para pihak dilakukan dengan cara membubuhkan tanda tangan sebagai bukti kesepakatan dan persetujuan mengenai hal-hal pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Dengan demikian perjanjian kerjasama distribusi tersebut telah memenuhi syarat pertama dari sebuah perjanjian berdasarkan pasal 1320 KUH Perdata.

Syarat kedua yaitu kecakapan untuk membuat suatu perikatan, terdapat dua golongan yang tidak cakap membuat perikatan, yaitu anak yang belum dewasa dan orang-orang yang berada di bawah pengampuan (*curatele*). Pihak-pihak dalam perjanjian Krenchise tidak ada yang tergolong kedua golongan tersebut, mereka merupakan orang yang sudah dewasa dan tidak berada di bawah pengampuan. Dengan demikian perjanjian kerjasama distribusi tersebut telah memenuhi syarat kedua dari sebuah perjanjian berdasarkan pasal 1320 KUH Perdata.

Syarat ketiga yaitu suatu hal tertentu, bahwa objek perjanjian harus tertentu, atau harus dapat ditentukan. Dalam perjanjian ini objek perjanjiannya adalah sistem bisnis krenchise itu sendiri yang merupakan pemberian hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak tersebut. Dengan demikian perjanjian kerjasama distribusi tersebut telah memenuhi syarat ketiga dari sebuah perjanjian berdasarkan pasal 1320 KUH Perdata.

Syarat keempat yaitu suatu sebab yang halal, isi perjanjian itu sendiri, yang menggambarkan tujuan yang akan dicapai oleh para pihak. Isi dari perjanjian itu tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan, maupun dengan ketertiban umum. Klausul-klausul yang diatur dalam perjanjian kerjasama distribusi Krenchise seperti hak dan kewajiban para pihak, kesepakatan untuk menjaga kualitas produk, dan penyelesaian sengketa. Dengan demikian perjanjian kuliner telah memenuhi syarat keempat dari sebuah perjanjian berdasarkan pasal 1320 KUH Perdata. Pemberlakuan perjanjian kerjasama distribusi di antara para pihak mempunyai kekuatan mengikat yang didasarkan pada pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata, yaitu “Semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya”. Hal ini juga merupakan konsekuensi logis dari ketentuan pasal 1233 KUH Perdata, yang menyatakan bahwa setiap perikatan dapat lahir dari undang undang maupun karena perjanjian. Jadi, perjanjian adalah salah satu sumber dari perikatan. Sebagai perikatan yang dibuat dengan sengaja, atas kehendak para pihak secara sukarela, maka segala sesuatu yang telah disepakati oleh para pihak harus dilaksanakan oleh para pihak sebagaimana telah dikehendaki oleh mereka.

Pihak-pihak tersebut memiliki kepentingan yang berdiri sendiri dan kadangkala bertolak belakang, meskipun secara konseptual dapat dikatakan bahwa kedua belah pihak mencari keuntungan yang sebesar-besarnya. Maksud untuk mencari keuntungan sebesar-besarnya ini jugalah yang pada pokoknya menjadi sumber perbedaan kepentingan dan perselisihan yang dapat terjadi di antara kedua belah pihak tersebut. Keuntungan yang besar ini hanya dapat dicapai oleh kedua belah pihak jika antar kedua belah pihak dapat menjalin sinergisme yang saling menguntungkan.

Sebuah perjanjian memiliki beberapa tahapan yang harus dilewati sampai disepakatinya perjanjian tersebut, tahap prakontraktual merupakan tahap awal sebelum perjanjian disepakati oleh para pihak. Tahapan yang cukup penting dalam menentukan suatu perjanjian adalah tahapan pra contractual saat para pihak belum terikat perjanjian, tetapi melakukan negosiasi untuk mencapai

kata sepakat. Tahap prakontraktual merupakan proses dimana kontrak dirancang dan disusun sehingga perjanjian dapat memberikan keuntungan dan keseimbangan bagi kedua belah pihak.

Perjanjian merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan kepada para pihak, dan perjanjian tersebut merupakan perjanjian timbal balik karena masing-masing pihak mempunyai hak dan kewajiban yang seimbang dengan mengedepankan prinsip win-win solution yang saling menguntungkan. Dalam hal salah satu pihak dalam perjanjian tidak melaksanakannya atau melakukan wanprestasi, maka pihak lain dalam perjanjian berhak untuk memaksakan pelaksanaannya melalui mekanisme dan jalur hukum yang berlaku.

Penyelesaian sengketa dapat dilakukan dengan jalur litigasi dan non litigasi. Metode penyelesaian sengketa menjadi hak para pihak untuk memilih bagaimana cara yang paling tepat bagi mereka untuk menyelesaikannya. Sengketa terlebih dahulu harus diselesaikan melalui jalur secara kekeluargaan seperti melalui mediasi atau negosiasi. Apabila dalam perkembangannya jalur tersebut tidak mampu memberikan jalan keluar bagi para pihak, maka para pihak untuk memperjuangkan hak-haknya dapat menempuh jalur litigasi atau pengadilan.

Poses penyelesaian sengketa melalui litigasi yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa dikarenakan jalur negosiasi tidak mampu memberikan titik temu diantara para pihak sehingga mempercayakan pertimbangan dan pandangan hakim untuk memberikan putusan yang adil dan setimpal sehingga mampu memberikan jalan keluar khususnya bagi investor yang merasa dirugikan.

Waralaba merupakan bentuk khusus dari perjanjian lisensi. Melalui perjanjian waralaba system bisnis tertentu menjadi objek perjanjian yang tidak dipisahkan. Perjanjian waralaba merupakan salah satu aspek perlindungan hukum dari perbuatan merugikan pihak yang curang. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan

perlindungan hukum bagi para pihak. Bentuk-bentuk perlindungan dalam waralaba yaitu

1. Perlindungan hukum preventif atau pencegahan

Preventif yaitu kontrak atau perjanjian. Tujuan dari sebuah kontrak atau perjanjian adalah mewujudkan atau menciptakan kepastian hukum untuk setiap pihak yang membuat perjanjian ataupun bagi pihak ketiga. Perjanjian harus dibuat sesuai kaidah-kaidah hukum kontrak yang berlaku.

2. Perlindungan hukum represif

Tindakan atau upaya yang diambil atau ditempuh setelah adanya akibat hukum tujuannya untuk menyelesaikan sengketa. Penanganan perlindungan hukum oleh pengadilan di Indonesia termasuk kategori perlindungan hukum.

Perlindungan dalam perjanjian waralaba adalah tanggung jawab bersama baik bagi pihak penerima waralaba ataupun pemberi waralaba. Untuk mencegah terjadinya wanprestasi yang dilakukan oleh salah satu pihak maka perlu adanya pencegahan agar pemberi waralaba tidak dirugikan oleh penerima waralaba.

III. PENUTUP

A. Simpulan

Perlindungan Hukum Terhadap Wanprestasi Dalam Praktek Bisnis Usaha Kuliner Waralaba Di Karawang adalah didasarkan atas perjanjian kerjasama yang telah disepakati oleh para pihak. Pihak penerima waralaba diwajibkan untuk membayar *royalty fee* dan melindungi rahasia dagang pemberi waralaba. Kewajiban membayar sejumlah royalti ini sebagai bentuk perlindungan hukum dalam hubungan keperdataan yang disepakati oleh para pihak untuk saling memberikan keuntungan satu sama lain.

B. Saran

Pemerintah harus melakukan pengawasan dan melakukan penertiban terhadap bisnis usaha makanan dan/atau minuman dalam gerobak yang menggunakan istilah Waralaba, untuk menghindari terjadi kerugian di masa

yang akan datang. Penertiban dilakukan secara periodik dengan metode pengawasan dan melakukan penindakan apabila ditemukan penggunaan merk waralaba oleh pengusaha yang tidak memiliki izin.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- M.Solly Lubis, *Pembahasan UUD 1945*, Bandung, Alumni, 1997.
- Ridwan Khairandy, *Perjanjian Franchise Sebagai Sarana Alih Teknologi*, Jakarta, Pusat Studi Hukum UII, 2000.
- Hermansyah, *Pokok-pokok Hukum Persaingan Usaha di Indonesia*, Jakarta, Kencana, 2008.
- Johannes Ibrahim, *Hukum Organisasi Perusahaan Pola kemitraan dan Badan Hukum*, Bandung, Rafika Adiatama, Bandung, 2006.
- Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba: Mudah, Risiko Rendah dan Menguntungkan*, Yogyakarta, Cakrawala, 2007.
- Richard Burton Simatupang, *Aspek Hukum Dalam Bisnis*, Jakarta, Rineka Cipta, 2003.
- Alan West, *Perdagangan Eceran*, Jakarta, Pustaka Binaman Pressindo, 1992.
- Kompas, *Asosiasi Yakin Bisnis Waralaba Tumbuh 10 Persen Tahun ini*, diakses <https://money.kompas.com> akses tgl 17 Agustus 2019.
- Majalah Franchise, *Melihat Pertumbuhan Waralaba Lokal dan Asing di 2018*, diakses <http://majalahfranchise.com> akses tgl 18 Agustus 2019
- Asosiasi Franchise Indonesia, Direktori Dranchise & B.O. Indonesia.
- Suryono Ekotama, *Rahasia Kontrak Franchise*, Yogyakarta, Citra Media, 2010.
- H. Moch. Basarah & H.M. Faiz Mufidin, *Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 2008.
- M.Yahya Harahap, *Pembahasan, Permasalahan dan Penerapan Hukum*, Jakarta, Sinar Grafika, 2006.
- J.Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1995.
- Deden Setiawan, *Franchise Guide Series – Ritel*, Jakarta, Dian Rakyat, 2007.
- Salim, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat di Indonesia*, Jakarta, Sinar Grafika, 2005.
- Riduan Syahrani, *Seluk Beluk dan Asas-Asas Hukum Perdata*, Bandung, Alumni, 2004.

- Munir Fuady, *Pengantar Hukum Bisnis*, Bandung, PT. Citra Aditya Bakti, 2005.
- D. Khurmarga, *Penelitian Tentang Waralaba Apakah Merupakan Salah Satu Bentuk Perjanjian Tertentu Yang Diatur Dalam KUHPerdara*, Law Review FH Universitas Pelita Harapan, 2:1, 2002.
- Darmawan Budi Suseno, *Sukses Usaha Waralaba*, Yogyakarta, Cakrawala, 2007.
- Douglas, J Queen, *Pedomen Membeli dan Menjalankan Frenchise*, Jakarta, PT.Elek Media Komputindo, 1993.
- Martin, Mendelson, *Frenchising Petunjuk praktis bagi Frenchisor dan Frenchise*, Jakarta, IPPM, 1993.

Peraturan Perundang-Undangan

Undang-Undang Dasar 1945 Amandemen ke 4

Kitab undang-undang Hukum Perdata (KUHPerdara)