



**PENGALIHAN KONTRAK OUTLET MEREK TELA TELA OLEH  
FRANCHISEE TANPA PERSETUJUAN FRANCHISOR  
STUDI TENTANG KASUS  
(FRANCHISE ATAU WARALABA TELA TELA DI YOGYAKARTA)**

**TESIS**

**Disusun**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat S2**

**Program Studi Magister Kenotariatan**

**Oleh :**

**Ade Nugraha**

**B4B007001**

**PEMBIMBING**

**Maringan LumbanRadja,S.H.,M.S.**

**PROGRAM STUDI MAGISTER KENOTARIATAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2009**



**PENGALIHAN KONTRAK OUTLET MEREK TELA TELA OLEH  
FRANCHISEE TANPA PERSETUJUAN FRANCHISOR  
STUDI TENTANG KASUS  
(FRANCHISE ATAU WARALABA TELA TELA DI YOGYAKARTA)**

**TESIS**

**Disusun**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat S2  
Program Studi Magister Kenotariatan**

**Oleh :  
Ade Nugraha  
B4B007001**

**PEMBIMBING  
Maringan LumbanRadja,S.H.,M.S.**

**PROGRAM STUDI MAGISTER KENOTARIATAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2009**

**@ Ade Nugraha. 2009**

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini Nama : ADE NUGRAHA, S.H,  
dengan ini menyatakan hal-hal sebagai berikut :

1. Tesis ini adalah *hasil karya saya sendiri* dan di dalam tesis ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di perguruan tinggi/ lembaga pendidikan manapun. Pengambilan karya orang lain dalam tesis ini dilakukan dengan menyebutkan sumbernya sebagaimana tercantum dalam Daftar Pustaka;
2. *Tidak keberatan untuk dipublikasikan* oleh Universitas Diponegoro dengan sarana apapun, baik seluruhnya atau sebagian, untuk kepentingan akademik/ ilmiah yang non komersial.

Semarang, April 2009

Yang menyatakan

ADE NUGRAHA, S.H

**PENGALIHAN KONTRAK OUTLET MEREK TELA TELA OLEH  
FRANCHISEE TANPA PERSETUJUAN FRANCHISOR  
STUDI TENTANG KASUS  
(FRANCHISE ATAU WARALABA TELA TELA DI YOGYAKARTA)**

**Disusun Oleh :  
Ade Nugraha  
B4B007001**

**Dipertahankan di depan Dewan Penguji  
Pada Tanggal 13 April 2009**

Tesis ini telah diterima  
Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Kenotariatan

Pembimbing

**Maringan LumbanRadja, S.H. MS.  
NIP. 130529428**

Mengetahui  
Ketua Program Magister  
Kenotariatan UNDIP

**H. KASHADI, S.H M.H.  
NIP. 131124438**

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Wr.Wb*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah mencurahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada penulis, sehingga dapat menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul **“PENGALIHAN KONTRAK OUTLET MEREK TELA TELA OLEH FRANCHISEE TANPA PERSETUJUAN FRANCHISOR “ STUDI TENTANG KASUS (FRANCHISE ATAU WARALABA TELA TELA DI YOGYAKARTA)**

Penulisan tesis ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan guna menyelesaikan studi pada Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang. Meskipun telah berusaha semaksimal mungkin, penulis yakin tesis ini masih jauh dari sempurna dan harapan, oleh karena keterbatasan ilmu pengetahuan, waktu, tenaga serta literature bacaan.

Penulis sangat menyadari, bahwa tesis ini juga dapat terselesaikan dengan bantuan yang sangat berarti dari berbagai pihak. Segala bantuan baik dalam studi maupun dari tahap persiapan penulisan sampai tesis ini terwujud.

Rasa hormat dan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro dan sewaktu penelitian guna penulisan tesis ini, anantara lain kepada :

1. Bapak Prof. Dr. dr. Susilo Wibowo, MS., Med., Sp., And., selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang.

2. Bapak Prof. Drs. Warella, MPA., Ph.D., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Diponegoro.
3. Bapak Prof. Dr. Arif Hidayat, S.H, M.S., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro.
4. Bapak H. Kashadi, S.H, M.H., selaku Ketua Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro.
5. Bapak Dr. Budi Santoso, S.H, M.S, selaku Sekretaris I Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro.
6. Bapak Dr. Suteki, S.H, M.Hum, selaku Sekretaris II Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro.
7. Bapak Maringan LumbanRadja, S.H., M.S., selaku Dosen Pembimbing penulisan tesis..
8. Bapak Dwi Purnomo, S.H, M, Hum., selaku Dosen Wali Penulis
9. Para guru Besar serta Bapak/Ibu Dosen pada Program Studi Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro yang telah dengan tulus memberikan ilmunya, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro.
10. Tim Review proposal penelitian serta Tim Penguji tesis yang telah meluangkan waktu untuk menilai kelayakan proposal penelitian penulis dan bersedia menguji tesis dalam rangka meriah gelar Magister Kenotarian di Universitas Diponegoro.

11. Staf Administrasi Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro yang telah memberi bantuan selama penulis mengikuti perkuliahan.
12. Bapak Fatt Aulia Muhammad, S.T.,M.M , Direktur Utama C.V EFFA INDOBOGA atas bantuan dalam penulisan tesis ini.
13. Bapak Eko Yulianto, S.E., selaku Pendiri TELA TELA atas bantuannya dalam penulisan tesis ini.
14. Febri Triyanto, selaku Marketing Manager TELA TELA atas bantuannya dalam penulisan tesis ini.
15. R.A. Surya.L, S.T., selaku Kepala Divisi Marketing TELA TELA atas bantuannya dalam penulisan tesis ini.
16. Ahmad Januri., selaku Area Manager TELA TELA dan Master Franchisee di Wilayah Yogyakarta atas bantuannya dalam penulisan tesis.
17. Ali Said Selaku Franchisee TELA TELA di Wilayah Yogyakarta atas bantuannya dalam penulisan tesis.
18. Staf Administrasi Perpustakaan Fakultas Hukum Universitas Gadjah Mada Yogyakarta atas bantuannya dalam memberikan kemudahan untuk melakukan studi kepustakaan didalam penulisan tesis ini
19. Kedua Orang Tua yang tercinta (Bachtera Kelana dan Jasniwati) atas doa dan bantuannya secara moril maupun materil.
20. Isteriku Dewi Suningsih, S.Si.,M.T., beserta Anakku Aisyah Putri Nugraha yang penuh dengan kesabaran dan kasih sayangnya.

21. Adik-adik ( Yudhistira, Rati Lestari, Rahmawati ) dan ipar serta seluruh keponakanku yang selalu memberikan bantuan moril maupun materil sehingga Penulis termotivasi untuk menyelesaikan pendidikan di Program Magister Kenotariatan.

22. Sahabatku Agus Oprasi, S.H.,M.kn, Wahyudi, SH., Urai Imamuddin, SH yang selalu memberikan semangat dan motivasi hingga penyelesaian tesis ini.

23. Teman-teman mahasiswa/i Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro, khususnya Kelas A2 Regular Angkatan 2007, atas bantuannya didalam penulisan tesis ini

Penulis menyadari masih banyak kekurangan didalam penulisan tesis ini, maka penulis mengharapkan masukan, kritikan serta saran-saran yang membangun guna perbaikan tesis ini dan Semoga penulisan tesis ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan pada umumnya dan khususnya untuk perkembangan ilmu hukum perdata.

*Wassalam Wr.Wb.*

Semarang, April, 2009

Penulis,

Ade Nugraha.



## ABSTRAK

Waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 pada Pasal 1 ayat 1 adalah 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. Salah satu waralaba lokal terkemuka saat ini yaitu TELA TELA fried cassava yang merupakan makanan yang diproduksi oleh CV. EFFA INDOBOGA dan berkedudukan di Yogyakarta. Walaupun jumlah outlet TELA TELA yang berada di beberapa daerah di Indonesia relatif banyak dan sangat signifikan perkembangannya, namun terdapat masalah mengenai Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA Oleh FRANCHISEE Tanpa Persetujuan Franchisor yang merupakan Studi Tentang Kasus Franchise atau Waralaba Di Yogyakarta.

Adapun inti permasalahan dalam Tesis ini yaitu untuk mengetahui Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam perjanjian franchise dan ingin mengetahui Upaya Hukum yang ditempuh pihak Franchisor dan Master Franchisee terhadap franchisee yang melakukan Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA.

Metode penelitian yang digunakan adalah Yuridis Empiris yaitu Penelitian yang digunakan untuk menganalisis peraturan perundang-undangan, ketentuan-ketentuan hukum dan kebijakan pemerintah yang berkaitan dengan Waralaba khususnya kenyataan dilapangan mengenai Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA oleh Franchisee tanpa persetujuan Franchisor.

Berdasarkan hasil penelitian tesis ini dapat diberikan kesimpulan, yaitu Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA, telah didaftarkan pada Daftar Umum Merek di kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual dan telah mendapatkan sertifikat Merek. Franchisor TELA TELA sampai dengan saat ini belum menempuh upaya hukum sampai tingkat pengadilan hanya sebatas memberikan somasi, dengan pertimbangan secara ekonomi masih berkonsentrasi pada kemajuan usaha.

Kata Kunci : Franchise, Perjanjian Franchise.

## ABSTRACT

Waralaba according to Governmental Regulation Number 42, 2007 at Section 1 subsection 1 is special rights owned by people of civil or body of effort to business system with the individuality of effort in order to marketing goods and/or service which have been proven to succeed and can be exploited and or used by other party of pursuant to agreement waralaba. One of notable local waralaba, in this time that is TELA TELA fried cassava representing food produced by CV. EFFA INDOBOGA and domicile in Yogyakarta. Although sum up the outlet TELA TELA residing in some area in Indonesia relative a lot of and very its significant growth, but there are problem hit the Contract Outlet Brand Transfer of TELA TELA By FRANCHISEE Without Approval Franchisor representing Study About Case of Franchise or Waralaba in Yogyakarta.

As for core of problem in this Thesis that is to know the Intellectual Equity Protection for Brand of TELA TELA in agreement franchise and wish to know the Legal Effort which is gone through by party of Franchisor and Master Franchisee to franchise conducting the Contract Outlet Brand Transfer of TELA TELA.

Research Method which used is an Empirical Yuridis that is Research used to analyze the law and regulation, rules punish and governmental policy related to Waralaba specially fact in field bit the Contract Outlet Brand Transfer of TELA TELA by Franchisee without approval Franchisor.

Pursuant to this thesis research result can be given a conclusion, that Intellectual Equity Protection for Brand of TELA TELA, have been registered at Time Table of Brand in office Directorate General The Intellectual Equity and have got the certificate of Brand of Franchisor TELA TELA up to in this time not yet gone through the legal effort mount the justice only limited to giving summons, with the consideration economical still concentrate on the progress of effort.

Keyword: Franchise, Agreement Franchise.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
ABSTRAK .....	viii
ABSTRACT .....	ix
DAFTAR ISI .....	x
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar belakang .....	1
1.2. Perumusan masalah .....	10
1.3. Tujuan Penelitian .....	10
1.3.1. Tujuan Obyektif.....	10
1.3.2. Tujuan Subyektif.....	11
1.4. Manfaat Penelitian .....	11
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2. Manfaat Praktis.....	12
1.5. Kerangka Pemikiran.....	12
1.5.1. Kerangka Konseptual.....	12
1.5.2. Kerangka Teori.....	14
1.6. Metode Penelitian.....	19

1.6.1. Metode Pendekatan .....	20
1.6.2. Spesifikasi Penelitian .....	21
1.6.3. Sumber dan Jenis Data.....	22
1.6.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
1.6.5. Populasi dan Sampel.....	25
1.6.6. Penelitian Lapangan.....	27
1.6.7. Teknik Analisa Data.....	28
1.7. Sistematika Penulisan.....	28

## **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA**

2.1. Tinjauan Umum tentang Franchise.....	31
2.2. Tinjauan Umum tentang Merek.....	39
2.3. Tinjauan Umum tentang Perjanjian.....	44
2.3.1. Pengertian Perjanjian .....	44
2.3.2. Akibat Perjanjian .....	50
2.3.3. Penafsiran Perjanjian .....	51
2.3.4. Asas-asas Hukum Perjanjian .....	52
2.3.5. Sistem Perjanjian .....	54
2.3.6. Jenis-jenis Perjanjian .....	56
2.3.7. Kendala Dalam Pelaksanaan Perjanjian .....	56
2.3.8. Berakhirnya Suatu Perjanjian.....	59
2.4. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi.....	60

### **BAB III: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

3.1.	Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam Perjanjian Franchise.....	62
3.1.1.	Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA.....	62
3.1.2	Gambaran Umum Perjanjian Franchise. ....	65
3.1.3.	Pengertian Perjanjian .....	65
3.1.4.	Pengertian Franchise.....	67
3.1.5.	Pengertian Perjanjian Franchise.....	68
3.2.	Upaya Hukum yang Ditempuh Pihak Franchisor dan Master Franchisee Terhadap Franchisee yang Melakukan Peralihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA.....	75
3.2.1.	Gambaran Umum CV. EFFA INDOBOGA sebagai Pemilik Merek TELA TELA.....	75
3.2.2.	Pihak-Pihak Dalam Perjanjian Franchise.....	76
3.3	Bentuk-Bentuk Wanprestasi yang Dilakukan oleh Franchisee....	85
3.4.	Kendala – Kendala yang dihadapi Franchisee yang Melakukan Peralihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA.....	87

3.5 Upaya Hukum yang Dilakukan untuk Mengatasi Kendala-Kendala yang Dihadapi oleh Franchisor maupun Master Franchisee terhadap Franchisee yang Melakukan Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA .....	88
--	----

#### **BAB IV : PENUTUP**

4.1. Kesimpulan.....	92
4.1.1. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELATELA di dalam Perjanjian Franchise .....	92
4.1.2. Upaya hukum yang di tempuh pihak franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA.....	93
4.2. Saran.....	94
4.2.1. Pemerintah.....	94
4.2.2. Franchisor.....	94
4.2.3. Master Franchisee.....	95
4.2.4. Franchisee.....	95
4.2.5. Masyarakat.....	95
DAFTAR PUSTAKA.....	xiv
LAMPIRAN	

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kondisi Perekonomian Indonesia saat ini mendorong masyarakat untuk menciptakan usaha-usaha yang bertujuan untuk meningkatkan perekonomian agar menjadi seimbang antara lain dengan mengikutsertakan peran pengusaha kecil menengah, sehingga dapat mempengaruhi masyarakat sebagai individu maupun kelompok untuk dapat memenuhi kebutuhan dan juga meningkatkan kesejahteraan hidupnya. Masyarakat tidak saja harus memenuhi kebutuhan primer sebagai kebutuhan pokok namun juga dituntut untuk dapat memenuhi kebutuhan sekunder bahkan kebutuhan tersiernya agar tidak tertinggal dengan arus perkembangan masyarakat secara menyeluruh.

Salah satu cara untuk mengembangkan usaha yaitu franchise. Franchise atau waralaba ini dapat dikatakan merupakan bagian dari kepatutan mitra usaha terhadap aturan main yang diberikan oleh pengusaha (Franchisor), baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, rahasia dagang, tata cara dan bentuk pemasarannya.<sup>1</sup>

Bentuk-bentuk penggunaan hal tersebut di atas merupakan modal bagi pengusaha (franchisor), yang selanjutnya memperoleh imbalan royalti atas

---

<sup>1</sup> Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba*, Jakarta, Rajawali Press, 2001, Hlm 4.

penggunaan hak kekayaan intelektual dan cara pemasarannya oleh penerima franchise (franchisee). Royalti fee adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik yang merupakan persentase dari omzet penjualan.

Franchising (pewaralabaan) pada hakekatnya adalah sebuah konsep pemasaran dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian, franchising bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya, sama strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem franchise dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, Sumber Daya Manusia dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan pihak lain. Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchisee. Di Indonesia franchise dikenal sejak era 70an ketika masuknya Shakey Piza, KFC, Swensen dan Burger King. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar 1995. Data Deperindag pada 1997 mencatat sekitar 259 perusahaan penerima waralaba di Indonesia. Setelah itu, usaha franchise mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima waralaba asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga tahun 2000, franchise asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elite politik. Barulah pada tahun 2003, usaha franchise di tanah air mengalami perkembangan yang sangat pesat.<sup>2</sup>

Bisnis waralaba (franchise) akhir-akhir ini telah menjadi salah satu trendsetter yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Setidaknya dalam enam tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan. Animo ini terefleksi pada dua cermin yakni : jumlah pembeli waralaba dan jumlah peluang usaha (business opportunity) yang terkonversi menjadi waralaba. Secara sederhana, benang merah waralaba adalah penjualan paket usaha komprehensif dan siap pakai yang

---

<sup>2</sup> [Http : //salam franchise/2008/03/03/Franchise-di-Indonesia-dan-Pengertiannya.](http://salamfranchise.com/2008/03/03/franchise-di-indonesia-dan-pengertiannya)



mencakup merek dagang, material dan pengelolaan manajemen. Oleh karena itu, pihak-pihak yang terlibat dalam franchising (pewaralabaan) terbagi atas 2 segmen yakni : pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee).

Hal yang menarik dari isu waralaba nasional adalah bahwa pertumbuhan waralaba lokal saat ini jauh lebih tinggi dibandingkan dengan pertumbuhan waralaba asing di Indonesia. Fakta ini disebabkan karena pewaralaba lokal memberikan berbagai kemudahan dalam persyaratan pembelian waralaba mereka. Toleransi yang diberikan juga cukup luas ditambah promosi dan marketing yang terus menerus dan up to date. Pihak media di Indonesia juga memberikan kontribusi besar dalam pertumbuhan waralaba lokal, berbagai media bisnis telah banyak mengangkat waralaba sebagai suatu segmen liputan khusus, bahkan sekarang telah terdapat majalah yang hanya khusus mengupas seluk beluk waralaba secara spesifik.

Sarana promosi yang menunjang ini makin diperkuat oleh berbagai event pameran skala nasional, yang tidak hanya diselenggarakan di Jakarta, namun juga ke berbagai kota-kota di daerah. Puluhan ribu pengunjung yang datang merupakan representasi atensi masyarakat akan pengetahuan waralaba. Hal ini disebabkan oleh makin mudahnya rantai distribusi ke daerah dan potensi ekonomi mikro daerah yang menjanjikan.

Keterkaitan industri perbankan juga makin memperkokoh konsep bisnis waralaba, dengan hadirnya program perkreditan khusus kemitraan, sebagai contoh Bank HS 1906 yang memberikan kredit investasi waralaba dan kredit modal kerja

waralaba, kerjasama developer-developer di bidang penyediaan tempat (retail space) waralaba mulai dirilik berbagai pemain properti, karena dianggap lebih menguntungkan untuk penjualan tempat usaha (ruko, mall, trade center) jika diintegrasikan dengan waralaba.<sup>3</sup>

Kerjasama ini sangat menguntungkan, karena selain arah dan tujuan pemakaian tempat usaha sudah jelas untuk jenis waralaba tertentu, harga properti yang didapat pun lebih murah dibandingkan jika mereka membeli secara terpisah. Sinergi yang massive dari berbagai pihak ini makin memantapkan eksistensi waralaba di Indonesia. Keberadaan waralaba bagi pemerintah sendiri sangat membantu terutama untuk membuka lapangan kerja baru secara instan dan memicu perekonomian daerah.

Proyeksi tren bisnis waralaba di Indonesia akan tetap menjanjikan selama franchisor maupun franchisee memegang teguh komitmen untuk terus menerus meningkatkan kualitas produk atau jasa yang mereka jual. Pemilik usaha yang ingin mewaralabakan usahanya untuk publik harus benar-benar membenahi sistem dulu sebelum berani menjual konsep bisnisnya ke publik.

Setiap orang yang ingin berkecimpung di bidang usaha waralaba harus benar-benar mengingat bahwa usaha ini adalah tipe usaha jangka panjang dan berkesinambungan.

Dedikasi terhadap kualitas mutu harus benar-benar dijaga, SOP dan manual yang telah dibuat tidak hanya dipatuhi tapi juga terus menerus diperbaharui dan ditingkatkan. Franchisee pun harus pula diuntungkan dengan adanya standarisasi dan pengoperasian yang jelas, yang dituangkan dalam kerangka kerja yang dikenal sebagai SOP (Standard Operational Procedure). SOP

---

<sup>3</sup> <http://salamfranchise.com/2008/03/01/Epidemic-Tren-Konsep-Bisnis-Waralaba>.

dapat dikatakan jiwa dari kehidupan waralaba. Tanpa SOP yang jelas, gamblang mudah dimengerti dan diaplikasikan, kesuksesan waralaba akan sulit tercapai. SOP akan memuat secara detail pedoman pengoperasian suatu usaha, mulai dari suplai bahan baku, manajerial, pelatihan SDM, keuangan, marketing dan promosi, sampai pada riset pengembangan usaha. Setiap detail akan dibukukan menjadi manual-manual sesuai dengan segmennya masing-masing.<sup>4</sup>

Selera masyarakat menjadi suatu penyaring yang terandalkan untuk memilih suatu usaha memang benar-benar layak disebut sebagai waralaba, bukan hanya sekedar peluang bisnis (*business opportunity – BO*). Walaupun jumlahnya sangat sedikit dan tidak signifikan, namun terdapat beberapa kasus waralaba yang dapat dijadikan pelajaran di masa yang akan datang. Kasus tersebut biasanya bersumber dari ketidakmampuan franchisor untuk memenuhi permintaan penyediaan barang yang membludak (*overloaded*), sehingga distribusi stok sempat terhenti. Kasus lain yang juga sering terjadi adalah kurangnya pengawasan terhadap kualitas kontrol dan manajemen mutu franchisee, sehingga produk yang dibeli tidak sama antara satu tempat dengan tempat lain. Franchisee yang sukses umumnya adalah mereka yang memang benar-benar menaruh minat pada jenis usaha yang dibeli, jadi bukan hanya sekedar investasi belaka, namun juga didukung dengan motivasi.

Jenis usaha waralaba yang ada di Indonesia sudah sangat beragam mulai dari bakery, café, F & B, internet, apotik, agen properti, salon, retail, pendidikan, hobi, perhiasan, cargo bahkan sampai plumbing service pun sudah tersedia.

---

<sup>4</sup> *Ibid*, <http://salamfranchise.com/2008/03/01>.

Besarnya variasi usaha ini hendaknya memudahkan masyarakat untuk memilih yang benar-benar tepat untuk dirinya. Tidak sedikit pula jenis franchise lokal yang sudah benar-benar mantap menjaga kualitas dan membangun citra produknya sehingga mereka sudah mulai go international dengan mengikuti berbagai expo di mancanegara dan sudah membuka cabangnya di luar negeri. Prospek pasar masih luas dan menanti. Kita semua berharap suatu saat semua pihak waralaba di Indonesia, baik franchisor maupun franchisee sudah mempunyai profesionalisme dan etos kerja yang tinggi, yang melahirkan sistem yang benar-benar teruji, sehingga produk dan sumber daya manusia yang berkualitas dapat menjadi suatu epidemi di masyarakat Indonesia.

Masyarakat telah sangat mengenal brand McDonald's, Kentucky Fried Chicken, Bread Talk, Starbucks, Pizza Hut. Nama-nama merek dagang tersebut adalah merek dagang waralaba asing. Dalam pengoperasiannya mereka menjual master franchise. Master franchise ini berhak untuk mengelola sendiri atau menjual kembali kepada franchisee pada suatu teritori (cakupan area) tertentu, tergantung pada kesepakatan. Pertumbuhan bisnis waralaba yang cepat di Indonesia merupakan peran serta dari merek-merek waralaba lokal seperti Primagama, Alfamart, Martha Tilaar, Roti Buana, Edward Forrer, Bogasari Baking Center dan berbagai nama lainnya. Merek-merek lokal ini diarahkan pemerintah untuk bernaung di bawah AFI (Asosiasi Franchise Indonesia) yang merupakan asosiasi resmi yang diakui oleh pemerintah dalam bidang waralaba. Asosiasi ini merupakan anggota dari IFA (International Franchise Association)

yang adalah organisasi franchise skala internasional. AFI didirikan pada tanggal 22 November 1991 dengan bantuan dari ILO (International Labour Organization) dan Pemerintah Indonesia. Pada Juni 2003, disponsori oleh Departemen Perindustrian dan Perdagangan (Sekarang Departemen Perdagangan), diselenggarakan pemilihan waralaba lokal terbaik yakni : Rumah makan Wong Solo (Kategori Restoran), Indomaret (Kategori Retail), ILP (kategori Pendidikan).

Pengertian tentang waralaba, Pemerintah mengeluarkan peraturan dalam bentuk Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 di dalam Pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Hak Kekayaan Intelektual atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut di dalam rangka penyediaan dan/atau penjualan barang dan/atau jasa. Pengertian Peraturan Pemerintah Nomor 16 tersebut disempurnakan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 yang memberikan pengertian waralaba yang lebih khusus, hal ini dapat dilihat pada Pasal 1 ayat 1 yaitu hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Sedangkan Perjanjian waralaba yang dimaksud adalah sebagaimana yang tertuang di dalam Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2006 tentang

Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Usaha Pendaftaran Waralaba yang memberikan pengertian perjanjian Waralaba (franchise) pada Pasal 1 ayat 6 yaitu perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama. Adapun mengenai klausula perjanjian waralaba terdapat pada Pasal 3 ayat 1 yang menyatakan bahwa perjanjian waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba utama untuk membuat perjanjian waralaba lanjutan., dan pada ayat 2 menyatakan Penerima waralaba utama sebagaimana dimaksud pada ayat 1 bertindak sebagai Pemberi waralaba dalam melaksanakan perjanjian waralaba lanjutan.

Salah satu waralaba lokal terkemuka saat ini yaitu TELA TELA fried cassava yang merupakan makanan yang diproduksi oleh CV. EFFA INDOBOGA dan berkedudukan di Yogyakarta yaitu di Jalan Tambakbayan III No 12, Catur Tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. TELA TELA fried cassava pertama kali beroperasi pada tanggal 24 September 2005. Manajemen TELA TELA terbentuk pada tahun 2005. Pada awalnya para pendiri TELA TELA belum berfikir menggunakan sistem waralaba, namun setelah mencermati perkembangan dan prospek usaha TELA TELA, maka para pendiri mulai mengembangkan TELA TELA dengan sistem waralaba. Permintaan dari calon penerima waralaba semakin banyak, melihat respon masyarakat tersebut akhirnya TELA TELA resmi menjadi usaha waralaba. Dan pada bulan November 2007 para pendiri TELA TELA mendirikan CV. EFFA INDOBOGA dengan Akta Pendirian Nomor: 23 tertanggal 27 November 2007 yang dibuat oleh Theresia Pusvita, Sarjana Hukum,

Notaris di kulon progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang secara khusus menjalankan usaha di bidang perdagangan dan jasa boga. Hingga kini sudah berdiri kurang lebih 1500 outlet TELA TELA di berbagai kota di Indonesia.

Walaupun jumlah outlet TELA TELA yang berada di beberapa daerah di Indonesia relatif banyak dan sangat signifikan perkembangannya, namun terdapat beberapa kasus yang dapat dijadikan pelajaran dimasa yang akan datang. Kasus yang sering terjadi biasanya bersumber dari ketidakmampuan franchisor untuk memenuhi demand suplai barang yang membludak (overloaded), sehingga distribusi stok sempat terhenti, kurangnya pengawasan terhadap kualitas kontrol dan manajemen mutu franchisee, sehingga produk yang dibeli tidak sama antara satu tempat dengan tempat lain, adanya pengalihan outlet TELA TELA tanpa diketahui oleh pihak Franchisor maupun Master Franchisee yang dilakukan oleh franchisee

Dalam menganalisis pengalihan kontrak merek outlet merek TELA TELA diperlukan informasi dari franchisor, master franchisee dan franchisee agar diketahui cara penyelesaian permasalahan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA tersebut.

Berdasarkan uraian di atas serta memperhatikan TELA TELA sebagai salah satu produk yang memiliki nilai keuntungan tinggi, baik franchisor, master franchisee maupun franchisee, maka penulis bermaksud untuk mengadakan penelitian tesis dengan judul “ Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA

Oleh Franchisee Tanpa Persetujuan Franchisor” Studi Tentang Kasus (Franchise atau Waralaba TELA TELA di Yogyakarta).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penulisan tesis ini, penulis akan mengemukakan beberapa permasalahan yang akan di teliti, yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam perjanjian franchise ?
2. Bagaimanakah upaya hukum yang di tempuh pihak franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA ?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Setiap Penelitian tentu dan pasti mempunyai tujuan yang diharapkan dari penelitian tersebut. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **1.3.1. Tujuan Obyektif**

Dalam hal ini penulis ingin memberikan gambaran secara riil untuk mendapatkan kejelasan mengenai kasus yang terjadi dalam penelitian, sehingga diharapkan nantinya penulis dapat :

- a. Mengetahui perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam perjanjian franchise ?



- b. Mengetahui upaya hukum yang ditempuh Pihak Franchisor dan Master Franchisee terhadap Franchisee yang Melakukan Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA.

### **1.3.2. Tujuan Subyektif**

Memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan bagi proses tesis sebagai syarat mencapai gelar di bidang Ilmu Hukum pada Program Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang. Selain itu juga untuk memperoleh bekal dan pengalaman dibidang praktek apabila penulis mengabdikan diri di tengah masyarakat.

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

- a. Untuk pengembangan Ilmu Hukum di bidang perdata khususnya Hak Kekayaan Intelektual mengenai franchise atau waralaba.yang berguna untuk penggalian teori-teori hukum yang tepat dan untuk menambah kemampuan menganalisa persoalan dalam sisi hukum.
- b. Bagi kalangan akademisi dari hasil penelitian diharapkan dapat digunakan untuk pengembangan hukum pada umumnya dan khususnya pada bidang hak kekayaan intelektual, mengingat kajian mengenai franchise atau waralaba belum secara jelas terakomodir di dalam peraturan perundang-

undangan, lebih lanjut dari hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pengembangan wirausaha.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian tesis ini diharapkan dapat digunakan sebagai masukan oleh berbagai pihak yang terkait dalam persoalan franchise atau waralaba sebagai bahan kebijakan dalam penyelesaian permasalahan perbuatan hukum yang timbul akibat pengalihan kontrak outlet produk makanan TELA TELA.

#### **1.5. Kerangka Pemikiran**

Kerangka pemikiran pada hakikatnya merupakan sajian yang menyetengahkan kerangka konseptual dan kerangka teoritik.

##### **1.5.1. Kerangka Konseptual**

Pembangunan perekonomian Indonesia saat ini mendorong masyarakat untuk menciptakan usaha-usaha yang bertujuan untuk memperkuat perekonomian agar menjadi seimbang dengan mengikutsertakan peran pengusaha kecil menengah, sehingga dapat mempengaruhi masyarakat sebagai individu maupun kelompok agar dapat mengikuti perkembangan di berbagai bidang, terutama perkembangan dan kemajuan di bidang ekonomi.

Salah satu wujud untuk mengembangkan usaha melalui kerjasama dengan pihak lain. Di dalam melakukan kerjasama diperlukan suatu perjanjian tertulis yang menjadi pedoman kedua belah pihak.

Berkaitan dengan hal tersebut di atas, pelaksanaan perjanjian yang telah disepakati seringkali dilanggar oleh salah satu pihak. Apabila salah satu pihak tidak memenuhi prestasi yang diperjanjikan, atau melanggar perjanjian, atau melakukan sesuatu yang tidak diperjanjikan, maka ia berada dalam keadaan wanprestasi.

Menurut Prof .R.Subekti, SH., wanprestasi adalah apabila debitur tidak melakukan apa yang diperjanjikan karena kealpaan ataupun kelalaian, seorang debitur dapat melakukan kealpaan ataupun kelalaian berupa empat macam, yaitu :

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan.
2. Melaksanakan apa yang diperjanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan.
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>5</sup>

Salah satu cara untuk mengembangkan usaha adalah dengan melakukan bisnis waralaba (franchise). Bisnis waralaba (franchise) akhir-akhir ini telah menjadi salah satu trendsetter yang memberi warna baru dalam dinamika perekonomian Indonesia. Setidaknya enam tahun terakhir, animo masyarakat Indonesia terhadap munculnya peluang usaha waralaba sangat signifikan.

Usaha Waralaba yang berkembang pesat Di kota Yogya, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta usaha waralaba yang paling pesat perkembangannya adalah

---

<sup>5</sup> R.Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta.hlm.45.

TELA TELA. Dalam menjalankan usaha waralaba TELA TELA seringkali terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee TELA TELA, diantaranya pengalihan kontrak outlet tanpa diketahui oleh Master Franchisee maupun Franchisor. Akibat franchisee melakukan tindakan tersebut maka franchisor sebagai pemberi waralaba dirugikan karena hasil karya franchisor baik yang berhubungan dengan merek maupun rahasia dagang TELA TELA.

Sampai dengan saat ini TELA TELA dalam menghadapi berbagai masalah yang dihadapi selalu mengedepankan musyawarah untuk mencapai mufakat. Apabila tidak mencapai mufakat maka pihak franchisor menempuh upaya hukum. Karena konsep usaha yang dijalankan oleh TELA TELA yaitu Ekonomi, Sosial, Hukum. Secara ekonomi, TELA TELA lebih mempertimbangkan usahanya tetap berjalan dan berkembang dan secara sosial yaitu tetap ingin menjaga nama baik TELA TELA dengan franchisee walaupun telah melakukan pelanggaran isi perjanjian kerjasama.

Upaya hukum merupakan upaya terakhir apabila terjadi permasalahan yang menyangkut pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA diselesaikan dengan cara memberikan somasi kepada franchisee.

### **1.5.2. Kerangka Teori**

Pengertian Waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 yang disempurnakan dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Pasal 1 Tentang Waralaba, Waralaba yaitu Hak

husus 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. Pada Pasal 3 PP Nomor 42 tahun 2007 memberikan kriteria tentang Waralaba sebagai berikut :

- a. Memiliki ciri khas usaha
- b. Terbukti sudah memberikan 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
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

Berkaitan dengan Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba diterbitkan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 12/M-DAG/PER/3/2006. Pasal 2 Peraturan Menteri Republik Indonesia menyebutkan bahwa kegiatan usaha Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Menurut Pasal 1 ayat 2 Peraturan Pemerintah melalui Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 12/M-Dag/PER/3/2006, dinyatakan bahwa Pemberi Waralaba (Franchisor) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan pengertian franchisor (pemberi waralaba) di dalam pasal 1 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba yaitu orang

perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Franchisor menurut Perjanjian franchise TELA TELA adalah pemilik nama dan merek dagang TELA TELA yang telah memfranchisekan nama dan sistem pengelolaan bisnis TELA TELA.

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tidak memberikan pengertian Master Franchisee . Akan tetapi Pasal 1 ayat 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/ 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dikemukakan istilah baru yaitu Master Franchisee untuk penerima waralaba utama, Master Franchisee adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba. Pengertian Master Franchisee dalam perjanjian franchisee TELA TELA adalah pihak yang telah diberikan hak oleh franchisor untuk turut memperoleh manfaat atas penggunaan nama dagang dan sistem pengelolaan TELA TELA milik franchisor.

Pengertian Franchisee (penerima waralaba) menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 pada Pasal 1 ayat 3, yaitu orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki pemberi waralaba. Dan menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006, Penerima Waralaba (Franchisee) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan

atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan dalam perjanjian franchise TELA TELA dijelaskan bahwa franchisee adalah pihak yang bermaksud mendapatkan hak untuk ikut memperoleh manfaat atas penggunaan nama dagang dan sistem pengelolaan TELA TELA di suatu wilayah di bawah pengelolaan atau pengawasan Master franchisee dengan persetujuan franchisor.

Walaupun jumlah outlet TELA TELA yang berada di beberapa daerah di Indonesia relatif banyak dan sangat signifikan perkembangannya, namun terdapat beberapa kasus yang dapat dijadikan pelajaran dimasa yang akan datang. Kasus yang sering terjadi biasanya bersumber dari ketidakmampuan franchisor untuk memenuhi permintaan penyediaan barang yang membludak (overloaded), sehingga distribusi stok sempat terhenti, kurangnya pengawasan terhadap kualitas kontrol dan manajemen mutu franchisee, sehingga produk yang dibeli tidak sama antara satu tempat dengan tempat lain, adanya pengalihan outlet TELA TELA tanpa diketahui oleh pihak Franchisor maupun Master Franchisee yang dilakukan oleh franchisee.

Menurut Prof .R.Subekti, SH., mengatakan wanprestasi adalah apabila debitur tidak melakukan apa yang diperjanjikan karena kealpaan ataupun kelalaian. Seorang debitur dikatakan melakukan wanprestasi apabila melakukan empat macam, yaitu :

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan.
2. Melaksanakan apa yang diperjanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan.
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.

4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>6</sup>

Cara memperingatkan seorang debitur, jika ia tidak memenuhi teguran itu dapat dikatakan lalai dapat diketahui pada Pasal 1238 Kitab Undang-undang Hukum Perdata yang menyatakan bahwa Si berutang adalah lalai, bila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri jika ini menetapkan bahwa siberutang akan harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Adapun yang dimaksud dengan surat perintah ialah sesuatu peringatan resmi oleh seseorang juru sita pengadilan.<sup>7</sup>

Dalam bisnis franchise TELA TELA khususnya di Yogyakarta banyak ditemukan kasus wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee, diantaranya wanprestasi berupa pengalihan kontrak outlet tanpa diketahui oleh master franchisee yang sangat merugikan franchisor karena secara tidak langsung hasil karya baik berupa merek maupun rahasia dagang yang dihasilkan oleh franchisor disalah gunakan oleh pihak franchisee. Adapun wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee terhadap franchisor TELA TELA merupakan bentuk wanprestasi ke empat yaitu melakukan sesuatu yang menurut perjanjian yang tidak boleh dilakukannya.

Hukuman atau akibat-akibat yang tidak enak bagi debitur yang lalai ada empat macam yaitu :

1. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
2. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian;
3. peralihan resiko.

---

<sup>6</sup> R.Subekti, *Loc.Cit.*, hlm.45.

<sup>7</sup> R.Subekti., *Ibid.*, hlm.46.



4. membayar biaya perkara, kalau sampai diperkarakan didepan hakim.<sup>8</sup>

### 1.6. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya adalah merupakan fungsi dari permasalahan dan tujuan penelitian, oleh karena itu didalam metode penelitian berkaitan erat dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Penyajian metode penelitian dipaparkan secara sistematis.

Menurut Soerjono Soekanto” Metode “ adalah proses, prinsip-prinsip dan tata cara memecahkan suatu masalah, sedangkan penelitian adalah pemeriksaan secara hati – hati, tekun dan tuntas terhadap suatu gejala untuk menambah pengetahuan manusia, maka metode penelitian dapat diartikan sebagai proses, prinsip-prinsip dan tata cara untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam melakukan penelitian<sup>9</sup>.

Menurut Sutrisno Hadi “penelitian atau Reseach” adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, usaha mana dilakukan dengan menggunakan metode-metode ilmiah<sup>10</sup>.

Menurut Maria S.W. Sumardjono, “penelitian adalah merupakan proses penemuan kebenaran yang dijabarkan dalam bentuk kegiatan yang sistematis dan berencana dengan dilandasi oleh metode ilmiah.<sup>11</sup> Dengan demikian penelitian yang dilaksanakan tidak lain untuk memperoleh data yang telah teruji kebenaran

---

<sup>8</sup>R.Subekti.,*Ibid.*,hal .45.

<sup>9</sup> Soerjono Soekanto, 1986,*Pengantar Penelitian Hukum*, UI press, Jakarta, Hal 6.

<sup>10</sup> Sutrisno Hadi, 2000,*Metode Research Jilid I*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

<sup>11</sup> Maria S.W. Sumardjono,1997, *Pedoman Pembuatan Usulan Penelitian (sebuah Panduan Dasar)*,PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal. 42.

ilmiahnya. Namun untuk mencapai kebenaran ilmiah tersebut ada dua pola cara berfikir, yaitu berfikir secara rasional dan berfikir secara empiris.

Menurut Ronny Hanitjo Soemitro mengatakan bahwa penelitian hukum dapat dibedakan menjadi penelitian normatif dan sosiologis. Penelitian normatif dilakukan dengan cara meneliti bahan pustaka yang merupakan data sekunder dan disebut juga penelitian hukum kepustakaan, sedangkan penelitian hukum sosiologis atau empiris terutama meneliti data primer.<sup>12</sup>

Menurut Bambang Sunggono, S.H.,M.S, Penelitian pada dasarnya merupakan suatu upaya pencarian dan bukannya sekedar mengamati dengan teliti terhadap sesuatu obyek yang mudah terpegang ditangan.<sup>13</sup>

Penelitian mengenai pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA yang dilakukan franchisee tanpa persetujuan franchisor. merupakan penelitian yang bersifat yuridis empiris. Secara yuridis, penelitian hukum yang dilakukan dengan cara meneliti literatur-literatur hukum, sistematika hukum dan sinkronisasi hukum. Secara empiris, penelitian ini menitikberatkan pada penelitian lapangan secara menyeluruh, sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta – fakta yang berhubungan dengan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA yang dilakukan franchisee tanpa persetujuan franchisor .

Metode penelitian pada dasarnya adalah merupakan fungsi dari permasalahan dan tujuan penelitian, oleh karena itu didalam metode penelitian berkaitan erat dengan permasalahan dan tujuan penelitian. Penyajian metode

---

<sup>12</sup> Ronny Hanitjo Soemitro,1990, *Metodelogi Penelitian Hukum dan Jurumetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.

<sup>13</sup> Bambang Sunggono.,2003, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Hal 27.

penelitian dipaparkan secara sistematis. Adapun sistematis metode penelitian sebagai berikut :

### **1.6.1. Metode Pendekatan**

Metode pendekatan yang dipergunakan dalam penelitian penulisan tesis ini adalah metode pendekatan yuridis empiris.

Data yang diperoleh berpedoman pada segi-segi yuridis juga berpedoman pada segi-segi empiris yang digunakan sebagai alat bantu. Pendekatan yuridis mempergunakan sumber data sekunder, digunakan untuk menganalisis berbagai peraturan perundang-undangan mengenai perjanjian didalam kitab undang-undang hukum perdata, peraturan pemerintah mengenai waralaba, peraturan menteri mengenai ketentuan dan tata cara pelaksanaan pendaftaran usaha waralaba, buku-buku yang berkaitan dengan waralaba, makalah dan jurnal yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, sedangkan pendekatan empiris mempergunakan sumber data primer untuk menganalisa hukum yang dilihat sebagai perilaku franchisor, master franchisee, franchisee yang berkaitan langsung dengan perjanjian franchise.

### **1.6.2. Spesifikasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan spesifikasi penguraian secara deskriptif analisis, yaitu untuk memberi data yang akurat tentang suatu keadaan atau gejala-gejala lainnya.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto, *Op.cit.* , Hal.10.

Dikatakan deskriptif karena penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran secara rinci, sistematis, dan menyeluruh mengenai segala hal yang berhubungan dengan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA ditinjau dari perjanjian franchise (waralaba) tanpa diketahui oleh pihak franchisor, master franchisee dan mengetahui cara penyelesaian yang dilakukan oleh franchisor, master franchisee, serta franchisee. Sedangkan istilah analisis mengandung makna mengelompokkan, membandingkan, menghubungkan, dan memberi penjelasan terhadap akibat hukum dari pengalihan kontrak outlet produk makanan TELA TELA

### **1.6.3. Sumber dan Jenis Data**

Ada dua kegiatan yang dilakukan dalam melaksanakan penelitian ini yaitu studi kepustakaan dan studi lapangan . Adapun jenis data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

#### **A. Data Primer**

Data Primer adalah data yang diperoleh langsung dari sampel dan responden melalui wawancara dan penyebaran angket/questioner.<sup>15</sup>Data primer dalam penelitian diperoleh dengan menggunakan wawancara. Wawancara dilakukan terhadap subyek penelitian sebagai responden guna melengkapi analisis terhadap permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian tesis ini, yaitu :

- a. Eko Yulianto, salah satu pendiri CV. EFFA INDOBOGA yang memiliki merek TELA TELA.

---

<sup>15</sup>Ronny Hanitjo Soemitro, *Op .cit.*,hlm.10.

- b. R.A. Surya.L selaku Kepala Divisi Marketing TELA TELA
- c. Ahmad Januri selaku Master Franchisee wilayah Yogyakarta.
- d. Ali said selaku Franchisee TELA TELA
- e. Konsultan Hukum Arya Maheka.N.Co.,di Yogyakarta.

## B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang digunakan atau diperoleh dari hasil kepustakaan yang bersumber pada bahan hukum baik bahan hukum primer, bahan hukum sekunder, maupun bahan hukum tersier. Penelitian kepustakaan meliputi sebagai berikut :

### 1. Bahan Hukum Primer

Bahan Hukum Primer atau bahan hukum utama yang berupa peraturan perundang-undangan yang mempunyai kekuatan hukum yang mengikat dan dapat dijadikan dasar hukum, yang terdiri dari:

- a. Kitab Undang-undang Hukum Perdata.
- b. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- c. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- d. Perjanjian Waralaba TELA TELA Franchisor dengan Master Franchisee.
- e. Perjanjian Waralaba TELA TELA Master Franchisee dengan Franchisee.

### 2. Bahan Hukum Sekunder

Bahan Hukum Sekunder adalah bahan hukum yang memberikan penjelasan bahan hukum primer, yaitu terdiri dari :

- a. Buku-buku yang membahas mengenai Hukum Perjanjian, Hukum Acara Perdata.
- b. Buku-buku yang membahas tentang Franchise (waralaba).
- c. Karya Ilmiah, hasil seminar, simposium dan majalah yang berkaitan dengan obyek penelitian.
- d. Internet yang berkaitan dengan materi penelitian.

### 3. Bahan Hukum Tersier

Bahan Hukum Tersier merupakan bahan hukum yang berupa bahan yang memberikan petunjuk maupun penjelasan terhadap bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder yang terdiri dari :

1. Kamus Hukum
2. Kamus Umum Bahasa Indonesia.

Data yang diperoleh dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yaitu data sekunder yang didukung data primer diseleksi, dikelompokkan dan dipaparkan dengan memperoleh suatu gambaran menyeluruh dan sistematis terutama mengenai hal-hal yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Selanjutnya dianalisa dengan menghubungkan antara data yang satu dengan yang lainnya secara keseluruhan. Dengan demikian diharapkan memperoleh pemahaman yang akurat dan jawaban atas permasalahan yang diteliti.

#### **1.6.4. Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sistematis untuk memperoleh data yang diperlukan, yang berhubungan dengan permasalahan yang akan diteliti. Adapun cara yang dilakukan adalah melalui :

##### **1. Studi kepustakaan**

Studi Kepustakaan dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan pustaka yang diperoleh dari berbagai literatur atau buku-buku, dan perundangan-undangan yang berkaitan dengan permasalahan dalam penelitian ini. Cara yang ditempuh ialah dengan membaca, memahami, mengutip bahan-bahan yang berhubungan dengan permasalahan.

##### **2. Penelitian Lapangan**

Penelitian lapangan dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung terhadap para responden yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti, diharapkan dapat memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti.

#### **1.6.5. Populasi dan Sampel**

Populasi menurut Bambang Sunggono,S.H.,M.S., adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama. Populasi dapat berupa himpunan orang, benda (hidup atau mati), kejadian, kasus-kasus, waktu, atau tempat, dengan sifat atau ciri yang sama.<sup>16</sup>

---

<sup>16</sup> Bambang Sunggono, *Op.cit*, Hal 121.

Sedangkan menurut DR.Sugiyono, bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas ; obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>17</sup>

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh perusahaan franchise yang ada di Indonesia.

Sampling atau sampel merupakan salah satu langkah yang penting dalam penelitian, karena sampling menentukan “validitas eksternal” dari suatu hasil penelitian, dalam arti menentukan seberapa besar atau sejauhmana keberlakuan generalisasi hasil penelitian tersebut. Kesalahan dalam sampling akan menyebabkan kesalahan kesimpulan, atau tindakan yang berkaitan dengan hasil penelitian tersebut.

Menurut Bambang Suggono,SH.,M.S., sampel adalah himpunan sebagian dari populasi. Dalam suatu penelitian, pada umumnya observasi dilakukan tidak terhadap populasi, akan tetapi dilaksanakan pada sampel.<sup>18</sup>

Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Purposive Sampling yaitu jenis pengambilan sampel yang dilakukan cara menetapkan calon responden berdasarkan ciri atau kriteria tertentu yang mempunyai hubungan dengan penulisan yang diteliti. Sampel yang akan diambil dalam penelitian ini adalah CV. EFFA INDOBOGA sebagai pemegang merek TELA TELA, yang terdiri dari :

---

<sup>17</sup> Sugiyono, 1993,*Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, Hal 53.

<sup>18</sup> Bambang Suggono *Op cit*,.Hal.122.



- a. Eko Yulianto Salah satu pendiri CV. EFFA INDOBOGA yang memiliki merek TELA TELA.
- b.. Ahmad Januri selaku Master Franchisee wilayah Yogyakarta.
- c. Ali said selaku Franchisee TELA TELA.
- d. Konsultan Hukum Arya Maheka.N.Co., di Yogyakarta.

#### **1.6.6. Penelitian Lapangan**

Data yang dikumpulkan dalam penelitian adalah data primer berupa hasil wawancara dengan para responden yang menjadi subyek penelitian, mengenai upaya yang dilakukan oleh Franchisor, Master Franchisee terhadap franchisee dalam pengalihan outlet TELA TELA. Adapun mengenai wilayah dan subyek dalam penelitian lapangan yang dilakukan dengan cara sebagai berikut :

- a. Daerah Penelitian
  - Penelitian ini dilaksanakan di kantor pusat TELA TELA, Sleman, Yogyakarta.
  - Penelitian juga dilakukan di kantor Konsultan Hukum Maheka&Co di Yogyakarta..

- b. Subyek Penelitian.

Subyek penelitian dalam penulisan tesis ini meliputi Franchisor, Master Franchisee, Franchisee TELA TELA yang ada di kota Yogyakarta.

Penentuan responden dilakukan secara purposive, yaitu dengan pengambilan subyek didasarkan pada tujuan tertentu, karena keterbatasan waktu

dan tenaga dan biaya. Responden dikelompokkan berdasarkan keterkaitan permasalahan yang akan diteliti.

c. Alat Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian lapangan dilakukan dengan teknik wawancara langsung dengan responden dengan menggunakan daftar pertanyaan terbuka atau terstruktur sehingga responden dapat memberikan jawaban sesuai dengan yang dialami atau diketahui yang berkaitan dengan data yang dicari.

**1.6.7. Teknik Analisa Data**

Pengertian analisa disini dimaksudkan sebagai suatu penjelasan dan penginterpretasikan secara logis, serta sistematis. Data yang dikumpulkan baik dari penelitian kepustakaan maupun dari penelitian lapangan, selanjutnya dianalisis secara kualitatif dengan metode deskriptif. Deskriptif yaitu metode analisis data dengan memilih data yang menggambarkan keadaan sebenarnya di lapangan. Dalam analisis digunakan cara berfikir induktif yaitu mengumpulkan hasil dari hal bersifat khusus ke hal yang bersifat umum.

**1.7. Sistematika Penulisan**

Untuk dapat memberikan gambaran yang komprehensif dan menyeluruh, maka penyusunan hasil penelitian perlu dilakukan secara sistematis sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN, diuraikan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan

Penelitian, Manfaat Penelitian, Kerangka Pemikiran, Metode Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, berisikan Tinjauan Umum Tentang Franchise (Waralaba), Tinjauan Umum Tentang Merek, Tinjauan Umum Tentang Perjanjian, Unsur-Unsur Perjanjian, Asas-asas Perjanjian, Syarat Sahnya Perjanjian, Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi.

BAB III : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, membahas mengenai hasil penelitian yang berupa data-data yang diperoleh, sesuai yang dijelaskan pada bab pendahuluan, kemudian dianalisis. Analisis diarahkan untuk menjawab semua rumusan masalah. Adapun pembahasan yang akan diteliti mengenai perlindungan hak kekayaan intelektual atas merek TELA TELA, gambaran umum franchise, pengertian perjanjian, pengertian franchise, pengertian perjanjian franchise, upaya hukum apa yang ditempuh oleh franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan outlet merek TELA TELA, gambaran umum CV. EFFA INDOBOGA sebagai pemilik merek TELA

TELA , pihak-pihak dalam perjanjian franchise, bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan franchisee, kendala-kendala yang dihadapi franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA.

BAB IV : PENUTUP, berisikan kesimpulan yang diperoleh dari permasalahan yang akan diteliti berdasarkan fakta dilapangan baik dari franchisor, master franchisee, maupun franchisee serta saran-saran dari penulis.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1. Tinjauan Umum Tentang Franchise (Waralaba)**

Pada awalnya istilah Franchise tidak dikenal dalam kepustakaan Indonesia, hal ini dapat dimaklumi karena lembaga franchise sejak awal tidak terdapat dalam budaya atau tradisi bisnis masyarakat Indonesia. Namun karena pengaruh globalisasi yang melanda diberbagai bidang, maka franchise ini kemudian masuk kedalam tatanan budaya dan tatanan hukum masyarakat Indonesia. LPPM (Lembaga Pendidikan dan Pembinaan Manajemen), yang mengadopsi dari terjemahan kata franchise, mengartikannya sebagai waralaba yaitu usaha yang memberikan laba atau keuntungan sangat istimewa sesuai dengan kata tersebut yang berasal dari wara yang berarti istimewa dan laba yang berarti keuntungan.<sup>19</sup>

Pengertian Waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 pada Pasal 1 ayat 1 menyebutkan bahwa waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual 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.

---

<sup>19</sup><http://salamfranchise.com/2008/03/03./franchise-di-Indonesia-dan-pengertiannya>

Akan tetapi setelah dikeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 pengertian waralaba diubah, sehingga pengertian waralaba pada Peraturan Pemerintah Nomor 16 tahun 1997 tidak dapat digunakan. Pengertian waralaba menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 pada pasal 1 ayat 1 adalah 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. Pengertian Franchise berasal dari bahasa Perancis dari kata *frac* yang berarti bebas atau *Francher* yang artinya membebaskan, yang secara umum diartikan sebagai pemberian hak istimewa.<sup>20</sup>

Franchise sendiri berasal dari bahasa latin yakni *francorum rex* yang artinya bebas dari ikatan, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian Franchising (Pewaralabaan) sendiri adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa<sup>21</sup>

Masing-masing negara memiliki definisi sendiri tentang waralaba. Amerika melalui International Franchise Association (IFA) mendefinisikan franchise sebagai hubungan kontraktual antara franchisor dengan franchisee, dimana franchisor berkewajiban menjaga kepentingan secara kontinyu pada bidang usaha yang dijalankan oleh franchisee misalnya lewat pelatihan, di bawah merek dagang yang sama, format dan standar operasional atau kontrol pemilik (franchisor), dimana franchisee menanamkan investasi pada usaha tersebut dari sumber dananya sendiri.<sup>22</sup>

Menurut British Franchise Association sebagai garansi lisensi kontraktual oleh satu orang (franchisor) ke pihak lain (franchisee) dengan ketentuan sebagai berikut:

---

<sup>20</sup> M.Udin Silalahi, 1999, *Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa, Jurnal Hukum Bisnis, Vol 6*, Yayasan Pengembangan Hukum Bisnis, Jakarta, Hlm 3.

<sup>21</sup> Direktorat Jenderal perdagangan, September 2005, *Informasi Waralaba*. Hlm 25

<sup>22</sup> Direktorat Jenderal Perdagangan, *Ibid*, Hal. 26.

1. Mengizinkan atau meminta franchisee menjalankan usaha dalam periode tertentu pada bisnis yang menggunakan merek yang dimiliki oleh franchisor.
2. Mengharuskan franchisor untuk melatih kontrol secara kontinyu selama periode perjanjian.
3. Mengharuskan franchisor untuk menyediakan asistensi terhadap franchisee pada subjek bisnis yang dijalankan di dalam hubungan terhadap organisasi usaha franchisee seperti training terhadap staf, merchandising, manajemen atau yang lainnya.
4. Meminta kepada franchisee secara periodik selama masa kerjasama waralaba untuk membayarkan sejumlah fee franchisee atau royalti untuk produk atau service yang disediakan oleh franchisor kepada franchisee.<sup>23</sup>

Franchisor, secara umum disebut juga sebagai pewaralaba adalah badan usaha yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. Franchisee, yang juga disebut terwaralaba, adalah badan usaha yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pemberi waralaba.<sup>24</sup>

Franchisor harus siap dengan perlengkapan operasi bisnis dan kinerja manajemen yang baik, menjamin kelangsungan usaha dan distribusi bahan baku untuk jangka panjang, serta menyediakan kelengkapan usaha sampai ke detail yang terkecil. Franchisor juga sudah harus menyediakan perhitungan keuntungan yang didapat, neraca keuangan yang mencakup BEP (Break Event Point) dan ROI (Return On Investment).

Franchisee hanya menyediakan tempat usaha dan modal sejumlah tertentu bergantung pada jenis waralaba yang akan dibeli. Franchisee mempunyai dua kewajiban finansial yakni membayar franchise fee dan royalti fee. Franchise fee adalah jumlah yang harus dibayar sebagai imbalan atas pemberian hak intelektual

---

<sup>23</sup> <http://salamfranchise.com>, *Op. cit.*, 2008/03/03.

<sup>24</sup> <http://salamfranchise.com/2088/03/01/Epidemic-Tren-Konsep-Bisnis-Waralaba>.

pemberi waralaba, yang dibayar untuk satu kali (one time fee) di awal pembelian waralaba. Di dalam kontrak franchise memuat kewajiban yang dilakukan oleh franchisee kepada franchisor membayar royalti fee. Royalti fee adalah jumlah uang yang dibayarkan secara periodik yang merupakan persentase dari omzet penjualan. Nilai franchisee fee dan royalti fee ini sangat bervariasi, tergantung pada jenis waralaba. Namun franchisee juga mempunyai kewajiban non finansial yang sangat esensial yakni menjaga image produk waralaba.

Sistem waralaba di Indonesia diterapkan setidaknya menjadi 4 jenis yakni waralaba dengan sistem business format, waralaba bagi keuntungan, waralaba kerjasama investasi dan waralaba merek dagang. Penerapan ini sangat dinamis, dimana penggunaannya sangat bergantung terutama pada jenis usaha dan area.

Kriteria status usaha dapat berubah menjadi waralaba setidaknya harus memenuhi berbagai persyaratan khusus yakni unik, tidak mudah ditiru, mempunyai keunggulan dibandingkan dengan tipe usaha sejenisnya sehingga konsumen akan selalu mencari produk atau jasa tersebut (repeated order). Mempunyai proven track record atau mempunyai konsep usaha yang telah terbukti berhasil, yang dapat dilihat dari neraca keuangan, citra perusahaan serta produk atau jasa yang terjamin. Terwaralaba pun harus pula diuntungkan dengan adanya standarisasi dan pengoperasian yang jelas, yang dituangkan dalam kerangka kerja yang dikenal sebagai SOP (Standard Operational Procedure). SOP dapat dikatakan jiwa dari kehidupan waralaba. Tanpa SOP yang jelas, gamblang



mudah dimengerti dan diaplikasikan, kesuksesan waralaba akan sulit tercapai. SOP akan memuat secara detail pedoman pengoperasian suatu usaha, mulai dari suplai bahan baku, manajerial, pelatihan SDM, keuangan, marketing dan promosi, sampai pada riset pengembangan usaha. Setiap detail akan dibukukan menjadi manual-manual sesuai dengan segmennya masing-masing.

Faktor-faktor yang menjadi persyaratan suatu waralaba seperti yang tersebut diatas umum disebut dengan istilah franchisibility. Oleh karena standarisasi yang cukup tinggi, memberikan keuntungan bagi masyarakat yang ingin membeli waralaba. Banyak peluang bisnis (Business Opportunity – BO) yang mengklaim diri sebagai waralaba, padahal tidak memenuhi persyaratan-persyaratan untuk layak disebut waralaba.

Risiko bisnis kegagalan waralaba jauh lebih kecil dibandingkan dengan konsep bisnis lain seperti MLM (Multi Level Marketing), Distributor, Direct Sales Business (Penjualan Langsung), dan berbagai konsep bisnis lain. Risiko kegagalan pembeli waralaba adalah 5 % - 15 %, sedangkan pada bisnis biasa berada di angka lebih dari 65 %. Para pengusaha yang telah menjalankan mantap bisnisnya mendapat keuntungan dengan mengkonversi usahanya menjadi waralaba. Walaupun mendapat tambahan tuntutan untuk mempertinggi kualitas bisnis mereka, dampak yang didapat lebih dari sekedar setara dalam hal membangun image dan brand produk atau jasa mereka.<sup>25</sup>

Biaya pembelian atau penyewaan tempat usaha secara otomatis bukan lagi menjadi tanggung jawab franchisor. Sebagai contoh toko roti yang sudah terkenal di daerah makasar memerlukan ratusan juta rupiah, bahkan pada kisaran milyaran jika si pemilik ingin membuka 10 cabang di berbagai kota di Indonesia.

---

<sup>25</sup>

*Ibid.*,<http://salamfranchise.com/2008/03/01>.

Sedangkan mungkin hanya butuh dana yang tidak besar, jika usaha tersebut telah siap diwaralabakan ke berbagai kota. Dalam hitungan bulan, berbagai outletnya telah dibangun dan citra produk makin dikenal masyarakat.

TELA TELA berada di bawah Manajemen CV. EFFA INDOBOGA yang secara khusus menjalankan usaha di bidang perdagangan dan jasa boga mempunyai visi dan misi sebagai berikut :

Visi : Menciptakan keuntungan jangka panjang untuk semua stakeholder.

Misi : Menghadirkan produk makanan ketela yang enak dan inovatif kepada masyarakat serta membantu pemerintah menciptakan lapangan pekerjaan dan lapangan usaha yang terjangkau.

TELA TELA juga memiliki alasan investasi, yaitu :

1. TELA TELA adalah pelopor dan pemimpin pasar dalam industri snack ketela.
2. Produk TELA TELA memiliki ciri khas dan sudah terbukti digemari oleh masyarakat.
3. Investasi yang terjangkau dengan resiko kerugian minimum dibandingkan usaha lain.
4. Break Event Point relative cepat, lokasi yang tepat, BEP dapat diraih dalam waktu 3 sampai dengan 6 bulan.
5. Konsep take away menjadikan TELA TELA tidak membutuhkan tempat yang luas, bahkan dapat dilakukan dengan konsep kaki lima.

6. Harga jual yang terjangkau bagi semua golongan masyarakat, murah, enak, kenyang.
7. Tidak menggunakan sistem jual putus. Dalam hal ini pelayanan, master franchise selalu memantau perkembangan outlet dan terbuka untuk melakukan diskusi masalah.
8. Jaminan akan adanya inovasi produk menjadikan TELA TELA sebagai bisnis yang prospektif untuk jangka panjang.
9. Mampu dan berani bersaing dalam hal rasa, kualitas, maupun harga untuk produk yang sejenis.
10. Franchise dapat melakukan konsultasi setiap saat dengan pihak perusahaan tanpa dikenai biaya.
11. Pelayanan yang ramah serta siap menerima saran dan kritik yang membangun
12. Mewujudkan idealisme dalam membangun lapangan pekerjaan dan mengembangkan iklim kewirausahaan di Indonesia.

Abdurahman A, menyebutkan pengertian waralaba yaitu secara umum. Waralaba dikenal dengan istilah franchise yang berarti suatu persetujuan atau perjanjian (kontrak) antara leveransir dan pedagang eceran atau pedagang besar, yang menyatakan bahwa pihak pertama atau pemberi memberikan kepada pihak kedua atau penerima suatu hak untuk memperdagangkan produknya, dengan syarat-syarat yang disetujui oleh kedua belah pihak.<sup>26</sup>

Menurut Ridwan Khairandy istilah franchise mengandung makna bahwa seseorang memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi kepada orang

---

<sup>26</sup>Abdurahman A, 1970,*Ensklopedia Ekonomi,Keuangan, Perdagangan*, PT.Pradnya Paramita, Jakarta,hlm.424.

untuk memberikan kebebasan dari ikatan yang menghalangi kepada orang untuk menggunakan atau membuat atau menjual sesuatu.<sup>27</sup>

Rooseno Hardjowidigdo mengemukakan definisi franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis dibidang perdagangan atau jasa berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan), rencana pemasaran dan bantuan operasional.<sup>28</sup>

Beberapa pengertian yang dikemukakan di atas, penulis menyimpulkan bahwa franchise atau waralaba melibatkan dua pihak yaitu :

- a. Pihak pertama disebut franchisor atau pemberi waralaba yaitu wirausaha sukses, pemilik produk, jasa, sistem operasional yang khas dengan merek tertentu.
- b. Pihak Kedua disebut Franchisee atau penerima waralaba yaitu perorangan dan atau pengusaha lain yang dipilih oleh franchisor atau yang disetujui permohonannya untuk menjadi franchisee oleh pihak franchisor untuk menjalankan usaha dengan menggunakan nama dagang, merek, sistem usaha miliknya, dengan syarat imbalan kepada franchisor berupa royalti (uang) dalam jumlah tertentu pada awal kerjasama dijalankan atau pada selang waktu kerjasama.

---

<sup>27</sup> Ridwan Khairandy, 1997, *Franchise Dan Kaitannya Sebagai Sarana Alih Teknologi : Suatu Tinjauan Hukum*, Jurnal Hukum, No 7, Volume 4, Fakultas Hukum UII, Yogyakarta, hlm.19

<sup>28</sup> Rooseno Hardjowidigdo, 14-16 Desember 1993, *Perspetif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pada Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, BPHN, Jakarta.

## **2.2. Tinjauan Umum Tentang Merek**

Perlindungan hukum terhadap Hak Kekayaan Intelektual merupakan pengakuan negara terhadap hasil karya, karsa manusia dan juga secara ekonomi makro merupakan penciptaan suasana yang sehat untuk menarik penanaman modal serta memperlancar perdagangan.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

### **A. Hak Cipta**

Hak cipta merupakan hak yang melindungi karya-karya dibidang seni dan sastra termasuk pula program komputer.

Hak Cipta Menurut Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2002 Pasal 1 ayat 1 menyebutkan hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi ijin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku.

### **B. Hak Milik Industri meliputi :**

#### **1. Merek**

Merek merupakan tanda pengenal suatu barang atau jasa yang di gunakan oleh para pengusaha untuk menjalankan usahanya. Pengertian merek dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi

dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

## 2. Paten

Setiap warga negara Indonesia mempunyai hak untuk mendapatkan perlindungan dari karya yang dihasilkan dalam bidang teknologi yaitu Hak Paten. Hak Paten Menurut Undang-undang Nomor 14 tahun 2001 Pasal 1 ayat 1 memberikan pengertian yaitu hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang untuk selama waktu tertentu melaksanakan sendiri invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya.

## 3. Rancangan Produk Industri (Industrial Design)

Desain industri menurut Undang-Undang Nomor 31 Tahun 2000 Pasal 1 ayat 1 adalah suatu kreasi tentang bentuk, konfigurasi, atau komposisi garis atau warna atau garis dan warna, atau gabungan daripadanya yang berbentuk tiga dimensi atau dua dimensi yang memberikan kesan estetis dan dapat diwujudkan dalam pola tiga dimensi atau dua dimensi serta dapat dipakai untuk menghasilkan suatu produk, barang, komoditas industri atau kerajinan tangan.

## 4. Informasi Rahasia Dagang.

Pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya mendapatkan perlindungan oleh Negara baik pengolahan bahan baku, penjualan maupun cara memproduksi suatu barang. Bentuk perlindungan yang diberikan oleh Negara disebut dengan Rahasia Dagang, agar kerahasiaan yang dimiliki oleh pelaku bisnis tidak diketahui

oleh masyarakat umum. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 pada Pasal 1 ayat 1 memberikan pengertian tentang Rahasia Dagang yaitu informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang, sedangkan Hak Rahasia Dagang adalah hak atas rahasia dagang yang timbul berdasarkan undang-undang ini.

Berdasarkan Pasal 2 Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Lingkup Rahasia Dagang meliputi metode produksi, metode pengolahan, metode penjualan atau informasi lain di bidang teknologi dan/atau bisnis yang memiliki nilai ekonomi dan tidak diketahui oleh masyarakat umum.

#### 5. Indikasi Geografis.

Indikasi Geografis adalah tanda yang mengidentifikasi suatu barang berasal dari wilayah atau daerah anggota peserta perjanjian internasional atau suatu daerah dimana wilayah tersebut tempat asal barang tersebut merupakan hal sangat penting bagi reputasi dari barang yang bersangkutan karena kualitas dan karakteristiknya.

#### 6. Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu.

Untuk memajukan industri yang mampu bersaing dalam lingkup perdagangan nasional maupun internasional perlu diciptakan iklim yang mendorong kreasi dan inovasi masyarakat di bidang Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu sebagai bagian dari Hak Kekayaan Intelektual, oleh karena itu Pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2000 Pasal 1 ayat 1

memberikan pengertian sirkuit terpadu adalah suatu produk dalam bentuk jadi atau setengah jadi, yang di dalamnya terdapat berbagai elemen dan sekurang-kurangnya dari elemen tersebut adalah elemen aktif yang sebagian atau seluruhnya saling berkaitan serta dibentuk secara terpadu didalam sebuah bahan semikonduktor yang dimaksudkan untuk menghasilkan fungsi elektronik.

#### 7. Perlindungan Varietas Tanaman (PVT).

Negara Republik Indonesia merupakan salah satu Negara agraris, untuk dapat memajukan dibidang pertanian dalam rangka pencapaian tujuan pembangunan maka harus didukung dan ditunjangi antara lain dengan tersedianya varietas unggul. Berdasarkan pertimbangan tersebut maka perlu pengaturan mengenai perlindungan varietas tanaman dalam suatu perundang-undangan. Untuk itu pemerintah mengeluarkan Undang-Undang Nomor 29 Tahun 2000 pasal 1 ayat 1 yaitu perlindungan khusus yang diberikan Negara, yang dalam hal ini diwakili oleh pemerintah dan pelaksanaannya dilakukan oleh kantor perlindungan varietas tanaman terhadap varietas tanaman yang dihasilkan oleh pemulia tanaman melalui kegiatan pemuliaan tanaman

Pembagian Hak Kekayaan Intelektual di atas maka penulis membahas pada kelompok kedua mengenai merek. Pengertian Merek dalam Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.



Dalam rangka memperluas jaringan usaha, maka dapat dilakukan Waralaba yang dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan istilah Franchise. Merek merupakan peranan penting di dalam Franchising (pewaralabaan) dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Berkenaan dengan merek dagang menjadi objek dalam penulisan ini adalah TELA TELA. TELA TELA adalah corporate brand dari CV EFFA Indoboga, yang pada awalnya adalah produk makanan tradisional dengan rasa modern terbuat dari singkong/ketela dengan kualitas terbaik.

Merek TELA TELA telah memiliki legalitas usaha didalam menjalankan usaha yaitu :

- Akta pendirian C.V Effa Indoboga, Akta Nomor 23 tertanggal 27 November 2007, yang dibuat oleh Theresia Pusvita, S.H, Notaris di Kulon Progo, D.I. Yogyakarta.
- Ijin gangguan (HET ORDONNANTIE) Nomor.503/10703/ho/2007
- Surat ijin usaha perdagangan (SIUP) Nomor.503/1146/2990/pk/xii/2007
- Tanda daftar perusahaan (TDP) Nomor.120235202275
- Nomor pokok wajib pajak (NPWP) 21.019.836.2-542.000
- Sertifikat halal Nomor.12100000230208

TELA TELA sebagai salah satu bentuk usaha yang menggunakan franchise dalam melindungi hak kekayaan intelektual atas merek TELA TELA telah cukup baik, terbukti dengan tercantumnya klausula perjanjian franchise TELA TELA Pemeliharaan Citra, Perlindungan HKI serta Larangan Persaingan. selain itu telah didaftarkannya merek TELA TELA di Daftar Umum Merek pada kantor

Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Jakarta dan telah mendapatkan sertifikat merek, yaitu Kelas jasa 43, Nomor. IDM 000140644,

## **2.3. Tinjauan Tentang Perjanjian**

### **2.3.1 Pengertian Perjanjian**

Perjanjian merupakan bentuk suatu persetujuan yang diatur didalam peraturan perundang-undangan. Menurut Subekti, perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal.<sup>29</sup>

Suatu perjanjian adalah semata-mata suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok dalam dunia usaha dan menjadi dasar dari kebanyakan transaksi dagang seperti pemberian kredit, asuransi dan jual-beli.<sup>30</sup>

Pasal 1313 KUHPerdato “Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana seorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

Mengenai batasan tersebut para sarjana hukum perdata umumnya berpendapat, bahwa definisi atau rumusan perjanjian yang terdapat di dalam Pasal 1313 KUHPerdato kurang lengkap dan bahkan dikatakan terlalu luas, sehingga banyak mengandung kelemahan-kelemahan, untuk itu maka perlu dirumuskan

---

<sup>29</sup> R Subekti, *Hukum Perjanjian*, Jakarta : Intermasa, 1985, Hal.3

<sup>30</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Bandung : Alumni, 1986, Hal.15

kembali apa yang dimaksud perjanjian, menurut Purwahid Patrik merumuskan sebagai berikut:

Perjanjian, adalah perbuatan hukum yang terjadi sesuai dengan formalitas-formalitas dari peraturan hukum yang ada, tergantung dari persesuaian pernyataan kehendak dua atau lebih orang-orang yang ditunjuk untuk timbulnya akibat hukum demi kepentingan salah satu pihak atas beban pihak lain atau demi kepentingan dan atas beban masing-masing pihak secara timbal balik.<sup>31</sup>

Selanjutnya untuk adanya suatu perjanjian dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu perjanjian yang dilakukan secara tertulis dan perjanjian yang dilakukan secara lisan. Untuk kedua bentuk perjanjian tersebut sama kekuatannya dalam arti sama kedudukannya untuk dapat dilaksanakan oleh para pihak. Hanya saja bila perjanjian dibuat secara tertulis dapat dengan mudah dipakai sebagai alat bukti bila sampai terjadi persengketaan.<sup>32</sup> Pasal 1320 KUHPerdara menentukan empat syarat sahnya perjanjian yaitu:

1. Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan diri
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
3. Mengenai sesuatu tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Penjelasan nomor 1. Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan diri

Adanya perjanjian dalam arti sah berlakunya, unsur kesepakatan atau kehendak para pihak mempunyai arti yang penting. Dengan sepakat, dimaksudkan

---

<sup>31</sup> Purwahid Patrik, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Semarang, Seksi Hukum Perdata FH Undip, 1996, Hal.47-49

<sup>32</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Op. Cit.*, Hal.16.

bahwa kedua subyek yang mengadakan perjanjian itu harus sepakat, setuju atau seia-sekata mengenai hal-hal yang pokok dari perjanjian yang diadakan itu. Apa yang dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak yang satu, juga dikehendaki oleh pihak yang lain. Mereka menghendaki sesuatu yang sama secara timbal balik.

Ada kemungkinan syarat pertama tentang adanya kesepakatan justru tidak ada karena adanya “*cacat kehendak*” artinya kemauan atau itikad untuk terjadinya perjanjian dari salah satu pihak tidak mengandung unsur kesepakatan. Cacat kehendak ini dapat timbul oleh 3 (tiga) hal seperti ketentuan Pasal 1321 KUHPerdara, yaitu (1) adanya kesalahan/kekhilafan, (2) adanya paksaan, (3) adanya penipuan.

Mariam Darus Badruzaman mengemukakan, bahwa sepakat dilukiskan sebagai persyaratan kehendak yang disetujui (*overeenstemende wilsverklaring*) antar pihak-pihak. Pernyataan pihak yang menawarkan dinamakan tawaran (*offerte*) sedangkan pernyataan pihak yang menerima dinamakan akseptasi (*acceptatie*)<sup>33</sup>.

Untuk menentukan saat kapan terjadinya perjanjian dalam arti adanya persesuaian kehendak tidaklah mudah, karena mungkin para pihak tempatnya saling berjauhan antara satu kota dengan kota lain. Mengenai hal ini ada beberapa teori, yaitu :

---

<sup>33</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis, Alumni, Bandung*, 1994, Hal. 24

- a. Teori kehendak (*wilstheorie*) yang mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi pada saat kehendak pihak penerima dinyatakan, misalnya dengan menulis surat jawaban.
- b. Teori pengiriman (*verzendtheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi pada saat kehendak yang dinyatakan itu dikirim oleh pihak yang menerima tawaran.
- c. Teori pengetahuan (*vernemingstheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi bila pihak yang menawarkan sudah mengetahui bahwa tawarannya sudah diterima.
- d. Teori kepercayaan (*vertrowenstheorie*) mengajarkan bahwa kesepakatan itu terjadi pada saat pernyataan kehendak dianggap layak diterima oleh pihak yang menawarkan<sup>34</sup>.

#### Penjelasan nomor 2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian

Orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum. Pasal 1329 KUHPerdara menyebutkan bahwa setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika oleh undang-undang tidak dinyatakan tak cakap. Selanjutnya dalam Pasal 1330 KUHPerdara disebut sebagai orang yang tidak cakap untuk membuat suatu perjanjian adalah :

- a. Orang-orang yang belum dewasa;
- b. Mereka yang ditaruh di bawah pengampuan;

---

<sup>34</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Ibid*, Hal.24.

- c. Orang perempuan dalam hal-hal yang ditetapkan oleh undang-undang , dan semua orang kepada siapa undang-undang telah melarang membuat perjanjian-perjanjian tertentu.

Mengenai hal yang menyangkut perempuan, dilarang untuk membuat perjanjian tertentu setelah dikeluarkan Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 3 tahun 1963, maka sejak itu seorang perempuan yang masih mempunyai suami dapat bertindak sendiri dalam melakukan perbuatan hukum serta sudah diperbolehkan menghadap di muka pengadilan tanpa seijin suami.

Setelah dikeluarkannya Surat Edaran Mahkamah Agung Nomor 3 Tahun 1963, sejak itu beberapa pasal didalam KUHperdata sudah tidak berlaku lagi, antara lain Pasal 108, 110 ayat 3 dan Pasal 1238 KUHPperdata.

Penjelasan nomor 3. Mengenai sesuatu tertentu

Pengertian suatu hal tertentu adalah obyek dari perikatan yang menjadi kewajiban dari para pihak dalam arti prestasi. Prestasi itu harus tertentu atau dapat ditentukan, sedangkan untuk dapat mengatakan tertentu dan dapat ditentukan harus ada jenis dari prestasi itu sendiri dan selanjutnya dapat ditentukan berapa jumlahnya. Tentu disini harus obyek yang terdapat dalam perdagangan karena benda diluar perdagangan tidak dapat dijadikan objek perikatan.

Penjelasan nomor 4. Suatu sebab yang halal

Adapun maksud suatu sebab atau causa dari suatu perjanjian adalah isi perjanjian itu sendiri. Dalam perjanjian sewa menyewa, salah satu pihak menginginkan kenikmatan suatu barang, sedangkan pihak lain menghendaki uang.

Motif adalah alasan yang mendorong batin seseorang untuk melakukan sesuatu perbuatan hukum, bagi hukum motif tidaklah penting, sehingga sebab yang halal disini merupakan isi kehendak dibuatnya perjanjian yang diperkenankan dilihat dari sudut undang-undang yang berlaku, ketertiban umum dan atas dasar kesusilaan.

Sebenarnya ke empat syarat sahnya perjanjian tersebut, dapat dibagi dalam 2 kelompok yaitu :

- a. Syarat subyektif.  
Syarat subyektif adalah suatu syarat yang menyangkut pada subyek perjanjian itu atau dengan perkataan lain, syarat-syarat yang harus dipenuhi oleh mereka yang membuat perjanjian di mana dalam hal ini meliputi kesepakatan mereka yang mengikatkan dirinya dan kecakapan pihak yang membuat perjanjian.
- b. Syarat obyektif  
Syarat obyektif adalah syarat yang menyangkut pada obyek perjanjian, ini meliputi sesuatu hal tertentu dan suatu sebab yang halal.<sup>35</sup>

Apabila syarat-syarat tersebut atau salah satu syarat tidak terpenuhi, maka dalam hal ini harus dibedakan antara syarat subyektif dengan syarat obyektif. Dalam hal syarat obyektif tidak terpenuhi perjanjian itu batal demi hukum. Artinya dari semula tidak pernah dilahirkan suatu perjanjian dan tidak pernah ada suatu perikatan. Tujuan para pihak yang mengadakan perjanjian tersebut untuk melahirkan suatu perikatan hukum, adalah gagal. Dengan demikian, maka tiada dasar untuk saling menuntut di depan hakim.

---

<sup>35</sup> Kartini Mulyadi dan Gunawan Widjaya, *Perikatan yang lahir dari Perjanjian*, PT, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, Hal, 94.

Dalam hal suatu syarat subyektif tidak dipenuhi, perjanjian bukan batal demi hukum tetapi salah satu pihak mempunyai hak untuk meminta supaya perjanjian itu dibatalkan.

Pihak yang dapat meminta pembatalan itu, adalah pihak yang tidak cakap atau pihak yang memberikan kesepakatan secara tidak bebas. Sehingga perjanjian yang telah dibuat itu mengikat juga, selama tidak dibatalkan (oleh hakim) atas permintaan pihak yang berhak meminta pembatalan<sup>36</sup>.

Sahnya suatu perjanjian tercantum dalam Pasal 1320 KUHPerdara, dapat dikelompokkan menjadi dua bagian, yaitu bagian inti/pokok (*wanzenlijke oordeel*) dan bagian yang bukan pokok. Bagian pokok disebut *essensialia* dan bagian yang tidak pokok dinamakan *naturalia* serta *aksidentalialia*. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut :

a. Essensialia

Bagian ini merupakan sifat yang harus ada didalam perjanjian, sifat yang menyebabkan perjanjian itu tercipta (*constructieve oordeel*), dimana tanpa bagian tersebut perjanjian tidak memenuhi syarat atau dengan kata lain bagian tersebut harus/mutlak ada.

b. Naturalia

Bagian ini merupakan sifat bawaan (*natuur*) perjanjian sehingga secara diam-diam melekat pada perjanjian, seperti menjamin tidak ada cacat dari benda yang dijual (*vrijwaring*).

c. aksidentalialia

Bagian ini merupakan bagian yang oleh para pihak ditambahkan sebagai undang-undang bagi para pihak, karena tidak diatur dalam undang-undang, seperti dalam jual beli mobil beserta dengan perlengkapan yang ditambahkan seperti tape, ac, dan sebagainya<sup>37</sup>.

### **2.3.2 Akibat Perjanjian**

Membicarakan akibat dari persetujuan/perjanjian, kita tidak dapat lepas dari ketentuan Pasal 1338 dan Pasal 1339 KUHPerdara.

---

<sup>36</sup> Subekti, Hukum perjanjian, Jakarta : Intermasa, *Hukum Acara Perdata*, 1989, Bina Cipta, Bandung, 1985, Hal, 20

<sup>37</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Op,Cit*, Hal.25.



Pasal 1338 menyatakan bahwa :

- (1) Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.
- (2) Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu.
- (3) Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Pasal 1338 menyatakan, persetujuan tidak hanya mengikat untuk hal-hal yang dengan tegas dinyatakan didalamnya, tetapi untuk juga segala sesuatu yang menurut sifat persetujuannya, diharuskan oleh kepatutan, kebiasaan dan undang-undang.

Dengan istilah “semua” dalam Pasal 1338 KUHPerdara pembentuk undang-undang menunjukkan bahwa perjanjian yang dimaksud bukanlah semata-mata perjanjian bernama, tetapi juga perjanjian tidak bernama.

### **2.3.3 Penafsiran Perjanjian**

Perjanjian terdiri dari serangkaian kalimat. Untuk menetapkan isi perjanjian perlu diadakan penafsiran, sehingga jelas diketahui maksud setiap pihak sehingga tidak keliru ketika melaksanakan perjanjian. Undang-undang memberikan beberapa pedoman untuk menafsirkan perjanjian sebagai berikut :

1. Jika kata-kata perjanjian jelas tidak diperkenankan untuk menyimpang;
2. Hal-hal yang menurut kebiasaan selalu diperjanjikan dianggap dimasukkan dalam perjanjian, meskipun tidak dengan tegas dinyatakan;

3. Semua janji yang dibuat dalam perjanjian harus diartikan dalam hubungan satu sama lain. Setiap janji harus ditafsirkan dalam perjanjian secara keseluruhan;
4. Jika ada keragu-raguan, perjanjian harus ditafsirkan atas kerugian orang yang telah meminta diperjanjikan suatu hal untuk keuntungan orang yang telah mengikatkan dirinya untuk itu;
5. Meskipun hanya arti kata-kata dalam suatu perjanjian yang disusun, perjanjian itu harus meliputi hal-hal yang nyata-nyata dimaksud oleh kedua belah pihak sewaktu membuat perjanjian<sup>38</sup>.

#### **2.3.4 Asas-asas Hukum Perjanjian**

Asas-asas didalam hukum perjanjian yang dibuat oleh para pihak memuat beberapa asas yaitu :

1. Asas kebebasan berkontrak

Menurut asas kebebasan berkontrak setiap orang bebas mengadakan perjanjian apa saja baik perjanjian itu sudah diatur dalam undang-undang maupun belum diatur dalam undang-undang.

Hukum perjanjian itu menganut sistem terbuka dimana pihak-pihak diberikan kebebasan mengadakan suatu perjanjian. Hal ini tercantum dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yang berbunyi : *“semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya”*.

---

<sup>38</sup> Mariam Darus Badruzaman, *Op, Cit*, Hal.25

Maksud dari asas kebebasan berkontrak, bukan berarti seseorang itu tidak ada batasnya sama sekali melainkan kebebasan itu hanya sejauh perjanjian yang dibuatnya itu tidak bertentangan dengan kesusilaan, ketertiban umum dan perundang-undangan disebut dalam Pasal 1337 KUHPerdara.

## 2. Asas itikad baik

Tiap orang yang membuat perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik. Asas itikad baik yang subyektif dan itikad baik obyektif.

Itikad baik dalam pengertian yang subyektif diartikan sebagai kejujuran seseorang dalam melakukan sesuatu perbuatan hukum yaitu apa yang terletak pada sikap batin seseorang pada waktu diadakan perbuatan hukum. Sedangkan itikad baik dalam pengertian obyektif maksudnya bahwa pelaksanaan suatu perjanjian itu harus didasarkan pada norma kepatutan atau apa yang dirasakan sesuai dengan yang patut dalam masyarakat.

## 3. Asas Pacta Sun Servanda

Asas Pacta sun servanda ini merupakan asas dalam perjanjian yang berhubungan dengan mengikat suatu perjanjian. Perjanjian yang dibuat secara sah oleh para pihak adalah mengikat bagi mereka yang membuatnya seperti undang-undang. Jadi pihak ketiga tidak bisa mendapatkan kerugian karena perbuatan mereka dan juga tidak bisa mendapat keuntungan karena perbuatan mereka itu, kecuali kalau perjanjian itu dimaksudkan untuk pihak ketiga.

## 4. Asas Konsesnsual

Maksud asas ini adanya suatu kata sepakat dari mereka yang membuat perjanjian tanpa diikuti perbuatan hukum lain kecuali yang bersifat formal. Terhadap asas ini ada pengecualiannya yaitu apabila ditentukan suatu formalitas tertentu untuk beberapa macam perjanjian dengan ancaman batal apabila tidak dipenuhi formalitas tersebut, seperti misalnya perjanjian penghibahan, jika mengenai benda tidak bergerak harus dilakukan dengan akta notaris, perjanjian perdamaian harus diadakan tertulis.

#### 5. Asas Berlakunya Suatu Perjanjian

Maksud dari asas ini adalah bahwa suatu perjanjian itu hanya berlaku bagi pihak yang membuatnya jadi pada dasarnya semua perjanjian itu hanya berlaku bagi para pihak yang membuatnya saja, tidak ada pengaruh bagi pihak ke tiga dan pihak ke tiga pun tidak bisa mendapatkan keuntungan karena adanya perjanjian tersebut, kecuali yang telah diatur dalam undang-undang, misalnya perjanjian garansi dalam perjanjian untuk pihak ke tiga.<sup>39</sup>

### 2.3.5 Sistem Perjanjian

Menurut Buku III KUHPerdara, hukum perjanjian menganut sistem terbuka yang artinya perjanjian memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja asal tidak bertentangan dengan Undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Jadi,

---

<sup>39</sup> A.Qyrom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perjanjian*, Yogyakarta : Liberty, 1985 Hal.18-24

bertentangan dengan sistem tertutup yang dianut Buku II KUHPerdara yaitu Hak Kebendaan.

Sedangkan sistem terbuka ini yang mengandung asas kebebasan itu berarti bahwa tiap orang diperbolehkan membuat perjanjian yang berupa apapun yang bersifat mengikat bagi orang yang membuatnya dan diberi kebebasan juga untuk menentukan isi perjanjian sepanjang tidak bertentangan dengan undang-undang, ketertiban umum, kesusilaan dan kepatutan.

Menurut Pasal 1338 KUHPerdara menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Persetujuan-persetujuan itu harus dilaksanakan dengan itikad baik. Ketentuan Pasal 1338 KUHPerdara ini, menunjukkan bahwa dalam hukum perjanjian disamping menganut sistem terbuka, kita juga menganut asas kebebasan terbuka, yang mengandung suatu pengertian bahwa perjanjian khusus yang diatur dalam undang-undang hanyalah merupakan perjanjian yang paling terkenal saja, dalam praktek sering timbul perjanjian yang mencakup dua macam perjanjian yang dalam undang-undang diatur secara terpisah. Misalnya undang-undang yang mengatur masalah perjanjian jual beli, sewa-menyewa, padahal dalam praktek sering terjadi perjanjian sewa beli.<sup>40</sup>

---

<sup>40</sup> Purwahid Patrik, *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*, CV, Mandar Maju, Bandung, 1994, Hal,4.

Pasal-pasal dari hukum perjanjian dapat ditiadakan bila dihendaki oleh pihak-pihak yang terlibat dalam perjanjian itu dan mereka boleh membuat ketentuan-ketentuan yang menyimpang dari pasal-pasal perjanjian sesuai dengan kepentingan yang mereka adakan.

Jika ada suatu persoalan yang tidak diatur dalam perjanjian yang dibuat, maka persoalan tersebut tunduk pada ketentuan undang-undang karena itulah hukum perjanjian disebut sebagai hukum pelengkap, oleh karena itu pasal-pasalnya melengkapi perjanjian-perjanjian yang dibuat secara tidak lengkap.

### **2.3.6 Jenis-jenis Perjanjian**

Untuk membedakan jenis-jenis perjanjian menurut Sri Sudewi Masjchoen Sofwan terdapat beberapa bentuk perjanjian yakni :

1. Perjanjian timbal-balik, timbal balik tidak sempurna dan sepihak

Perjanjian timbal balik adalah perjanjian dimana kedua belah pihak timbul kewajiban pokok, seperti jual-beli, sewa menyewa, penjual harus menyerahkan barang yang dijual sedangkan pembeli membayar harga dari barang itu, yang menyewakan berkewajiban memberikan kenikmatan dari barang yang disewakan, penyewa membayar harga sewanya. Prestasi kedua belah pihak kira-kira adalah seimbang.

Perjanjian timbal balik tidak sempurna (Perjanjian dua belah pihak secara kebetulan) dimana salah satu pihak timbul prestasi pokok sedangkan pihak lain ada kemungkinan untuk kewajiban sesuatu tanpa dikatakan dengan pasti bahwa kedua prestasi itu adalah seimbang. Dalam perjanjian sepihak hanya salah satu pihak saja yang mempunyai kewajiban pokok.

2. Perjanjian Cuma-Cuma dan dengan alas hak yang membebani.

Perjanjian dengan alas hak yang membebani, adalah perjanjian dimana prestasi dari pihak yang satu selalu ada kontra prestasi dari pihak lain, kedua prestasi itu adalah saling berhubungan. Kontraprestasinya dapat berupa satu kewajiban dari pihak lainnya, tetapi juga pemenuhan suatu syarat yang potestatif. Perjanjian dengan cuma-cuma, adalah perjanjian dimana menurut hukum salah satu pihak saja yang menerima keuntungan.<sup>41</sup>

---

<sup>41</sup> Sri Sudewi Masjchoen Sofwan, *Hukum Perutangan bagian B*, Jogjakarta : Seksi Hukum Perdata UGM, 1980, Hal.4.

3. Perjanjian kebendaan dan Perjanjian Obligatoir.

Perjanjian kebendaan, adalah perjanjian untuk menyerahkan hak milik (Hak Eigendom) dalam perjanjian jual beli. Perjanjian ini sebagai pelaksana perjanjian obligatoir.

Perjanjian Obligatoir, adalah perjanjian yang menimbulkan perikatan, artinya sejak terjadinya perjanjian yang timbul hak dan kewajiban pihak-pihak<sup>42</sup>, Perjanjian obligatoir mengikat untuk menyerahkan suatu benda sedangkan pada Perjanjian perjanjian kebendaan adanya penyerahan benda kepada pemiliknya.

4. Perjanjian konsensuil dan riil

Perjanjian konsensuil adalah perjanjian yang berdasar kesepakatan atau persesuaian kehendak antara piha-pihak . Perjanjian riil adalah perjanjian yang terjadi tidak hanya berdasar persesuaian kehendak saja tetapi ada penyerahan nyata, kecuali yang telah diatur dalam Undang-undang.

### 2.3.7 Kendala Dalam Pelaksanaan Perjanjian

Adanya kemungkinan suatu perjanjian yang telah dibuat tidak dapat dilaksanakan dikarenakan :

1. Force majeure

Suatu keadaan di mana seorang debitur terhalang untuk melaksanakan prestasinya karena keadaan atau peristiwa yang tidak terduga pada saat dibuatnya perjanjian, keadaan atau peristiwa tersebut tidak dapat dipertanggung jawabkan kepada debitur, sementara si debitur tidak dalam keadaan beritikad buruk disebut sebagai *force majeure* atau yang sering diterjemahkan sebagai “keadaan memaksa”.<sup>43</sup>

2. Wanprestasi

Adanya kelalaian atau kealpaan si berutang yang wajib melakukan sesuatu atau tidak memenuhi kewajibannya yang telah diperjanjikan lazim

---

<sup>42</sup> Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Bandung : Alumni, 1990, Hal.87

<sup>43</sup> Munir Fuady, *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Buku Pertama, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti, 2001, Hal.113.

dikatakan sebagai wanprestasi. Dewasa ini wanprestasi lebih dikenal dengan istilah ingkar janji.

Menurut Munir Fuady, yang dimaksud dengan wanprestasi adalah “tidak dilaksanakannya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak kepada pihak-pihak tertentu seperti yang disebut dalam kontrak yang bersangkutan”.<sup>44</sup>

Wanprestasi terjadi apabila seorang debitur tidak dapat membuktikan bahwa tidak dapatnya ia melakukan prestasi adalah diluar kesalahannya atau dengan kata lain debitur tidak dapat membuktikan adanya *force majeure*, jadi dalam hal ini debitur jelas bersalah.<sup>45</sup>

Menurut R. Subekti wanprestasi ada empat macam bentuk, yaitu :

- a. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan
- b. Melaksanakan apa yang dijanjikan tapi tidak semestinya
- c. Melakukan apa yang dijanjikan tapi terlambat
- d. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukan<sup>46</sup>

Tindakan wanprestasi membawa konsekuensi terhadap timbulnya hak pihak yang dirugikan untuk menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi, sehingga oleh hukum diharapkan agar tidak ada satu pihak pun yang dirugikan karena wanprestasi tersebut.

Tindakan wanprestasi dapat terjadi karena :

---

<sup>44</sup> Munir Fuady, *Ibid*, Hal.87.

<sup>45</sup> A.Qyrom Syamsudin Meliala, *Op.Cit*, Hal.26

<sup>46</sup> Subekti *Op.Cit*, Hal.45



- a. Kesengajaan
- b. Kelalaian
- c. Tanpa kesalahan (tanpa kesengajaan atau kelalaian)

Sejak kapan debitur wanprestasi, didalam praktek dianggap bahwa wanprestasi tidak secara otomatis terjadi, kecuali apabila telah disepakati oleh para pihak, bahwa prestasi itu ada sejak tanggal yang disebutkan dalam perjanjian dilewatkan. Sehingga untuk memastikan sejak kapan adanya wanprestasi, diadakan upaya hukum yang dinamakan “*in grebeke stelling*” yakni penentuan mulai terjadinya wanprestasi atau istilah lain sering disebut “somasi”.

Dalam hal hapusnya perjanjian yang positif tidak perlu dilakukan *in grebeke stelling*, sedangkan pada hapusnya perjanjian yang negative *in grebeke stelling* perlu dilakukan, yang positif artinya kreditur tidak mendapat untung.<sup>47</sup>

Menurut Pitlo dalam buku A.Qyrom Syamsudin Meliala, jangan dibedakan antara hapusnya perjanjian yang positif dengan yang negatif, tapi dilihat dari ada tidaknya itikad baik dari debitur.

Dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa suatu *in grebeke stelling* atau somasi tidak perlu dilakukan dalam hal-hal sebagai berikut :

1. Karena hanya meminta pelaksanaan perjanjian
2. Karena prestasi keliru
3. Karena sama sekali tidak ada prestasi
4. Karena sudah diatur dalam perjanjian
5. Karena debitur mengaku kesalahannya
6. Karena oleh Undang-undang telah dinyatakan tidak perlu melakukan<sup>48</sup>

---

<sup>47</sup> A.Qyrom Syamsudin Meliala, *Op.Cit*, Hal.28

<sup>48</sup> A.Qyrom Syamsudin Meliala, *Loc.Cit*. Hal 28

### **2.3.8 Berakhirnya Suatu Perjanjian**

Pasal 1381 KUHPerdata menyebutkan sepuluh cara hapusnya suatu perikatan. Adapun Cara-cara terjadinya hapusnya suatu perikatan adalah

1. Pembayaran;
2. Penawaran pembayaran tunai diikuti dengan penitipan;
3. Pembaharuan utang;
4. Perjumpaan utang atau kompensasi;
5. Percampuran utang;
6. Pembebasan utang;
7. Musnahnya barang yang terutang;
8. Batal/pembatalan.

### **2.4. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi**

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda, yaitu dari kata wanprestatie yang mempunyai arti prestasi buruk.

Apabila pemberi waralaba atau penerima waralaba tidak memenuhi prestasi yang diperjanjikan, atau melanggar perjanjian, atau melakukan sesuatu yang tidak diperjanjikan, maka ia berada dalam keadaan wanprestasi.

Menurut Prof .R.Subekti, SH., mengatakan wanprestasi adalah apabila debitur tidak melakukan apa yang diperjanjikan karena kelpaan ataupun kelalaian. Seorang debitur dikatakan melakukan kealpaan ataupun kelalaian berupa empat macam, yaitu :

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan.
2. Melaksanakan apa yang diperjanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan.
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>49</sup>

Pasal 1238 KUHPerdara yang berbunyi Si berutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ia menetapkan bahwa si berutang akan harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Dalam hal pengaturan akibat-akibat wanperstasi dalam pengaturan perundangan, dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
2. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian;
3. Peralihan resiko.
4. Membayar biaya perkara, kalau sampai diperkarakan didepan hakim.<sup>50</sup>

---

<sup>49</sup> R. Subekti, *Op Cit*, Hlm 45.

<sup>50</sup> R. Subekti, *Ibid*, Hlm. 45.

## **BAB III**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam Perjanjian Franchise**

##### **3.1.1. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA**

Untuk menghindari adanya pembajakan atas hasil karya seseorang maka perlu adanya peraturan yang melindungi Hak Kekayaan Intelektual sebagai tindak lanjut perlindungan atas Hak Asasi Manusia.

Pemberian Perlindungan hukum terhadap HKI bukan saja merupakan pengakuan Negara terhadap hasil karya, karsa manusia tetapi secara ekonomi makro merupakan penciptaan suasana yang sehat untuk menarik penanaman modal serta memperlancar perdagangan.

Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dapat dibagi atau dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu :

1. Hak Cipta
2. Hak Milik Industri meliputi : Merek, Paten, Rancangan Produk Industri (Industrial Design), Informasi Rahasia Dagang, Indikasi Geografis, Desain Tata Letak Sirkuit Terpadu, Perlindungan Varietas Tanaman (PVT).

Pembagian Hak Kekayaan Intelektual di atas maka penulis membahas pada kelompok kedua mengenai merek. Pengertian Merek dalam Undang-undang

Nomor 15 Tahun 2001 Pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Mengenai ruang lingkup merek dibatasi oleh Undang-undang nomor 15 tahun 2001 pada Pasal 2 meliputi merek dagang dan merek jasa. Merek Dagang adalah merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang-barang sejenis lainnya. Merek jasa adalah merek yang digunakan pada jasa yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan jasa-jasa sejenis lainnya.

Dalam rangka memperluas jaringan usaha, maka dapat dilakukan Waralaba yang dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan istilah Franchise. Merek merupakan peranan penting di dalam Franchising (pewaralabaan) dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Dengan demikian, franchising bukanlah sebuah alternatif melainkan salah satu cara yang sama kuatnya, sama strategisnya dengan cara konvensional dalam mengembangkan usaha. Bahkan sistem franchise dianggap memiliki banyak kelebihan terutama menyangkut pendanaan, SDM dan manajemen, kecuali kerelaan pemilik merek untuk berbagi dengan pihak lain. Franchising juga dikenal sebagai jalur distribusi yang sangat efektif untuk mendekatkan produk kepada konsumennya melalui tangan-tangan franchisee.

Berkenaan dengan merek dagang, banyak terdapat jenis merek dagang yang beredar di Indonesia. Salah Satu yang menjadi objek dalam penulisan ini adalah TELA TELA. TELA TELA adalah corporate brand dari CV EFFA INDOBOGA, yang pada awalnya adalah produk makanan tradisional dengan rasa modern terbuat dari singkong/ketela dengan kualitas terbaik. Merek TELA TELA telah memiliki legalitas usaha didalam menjalankan TELA TELA. Adapun legalitas usaha yang dimiliki TELA TELA yaitu :

- Akta Pendirian CV. EFFA INDOBOGA, Akta Nomor.23 Tertanggal 27 November 2007, yang dibuat oleh Theresia Pusvita, S.H, Notaris di Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta..
- Ijin gangguan (het ordonnantie) no.503/10703/ho/2007
- Surat ijin usaha perdagangan (siup) no.503/1146/2990/pk/xii/2007
- Tanda daftar perusahaan (tdp) no.120235202275
- Nomor pokok wajib pajak (npwp) 21.019.836.2-542.000
- Trademark TELA TELA: kelas jasa 43, no. Idm000140644.
- Sertifikat halal no.12100000230208

TELA TELA mulai melakukan kegiatan usahanya pada tanggal 24 September 2005 di outlet pertamanya di Tambakbayan III No 12, Caturtunggal, Depok, Sleman. Hingga saat ini telah berdiri kurang lebih 1500 outlet di berbagai kota di Indonesia seperti Yogyakarta, yang merupakan lokasi penelitian penulis. Adapun wilayah yang langsung dalam area pengawasan Kota Yogyakarta diantaranya Sleman, Bantul, Magelang.

### **3.1.2. Gambaran Umum Perjanjian Franchise**

#### **3.1.2.1. Pengertian Perjanjian**

Bisnis TELA TELA dikembangkan dengan sistem waralaba atau franchise, setelah para pendiri melihat perkembangan dan prospek usaha Tela. Cara untuk mengembangkan sistem waralaba agar dapat digunakan oleh pihak lain dilakukan dengan perjanjian waralaba. Pengertian Perjanjian menurut Pasal 1313 KUHPerdara “Suatu persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana seorang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.

Suatu perjanjian adalah semata-mata suatu persetujuan yang diakui oleh hukum. Persetujuan ini merupakan kepentingan yang pokok dalam dunia usaha dan menjadi dasar dari kebanyakan transaksi dagang seperti pemberian kredit, asuransi dan jual-beli.<sup>51</sup>

Pasal 1320 KUHPerdara menentukan empat syarat sahnya perjanjian yaitu

1. Kata sepakat dari mereka yang mengikatkan diri
2. Kecakapan untuk membuat suatu perjanjian
3. Mengenai sesuatu hal tertentu
4. Suatu sebab yang halal

Perjanjian waralaba atau franchise adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa di dalam perjanjian franchise TELA TELA telah memuat kata sepakat dari mereka yang mengikatkan diri, hal ini tercantum pada Pasal 1

---

<sup>51</sup> Abdul Kadir Muhammad, *Hukum Perjanjian*, Bandung : Alumni, 1986, Hal.15

mengenai Pemberian Hak Franchise, dimana disebutkan franchisor dengan ini memberikan hak franchise kepada master franchise (penerima waralaba utama), dan master franchise menerima pemberian hak tersebut untuk dapat menggunakan nama dan sistem pengelolaan TELA TELA dalam suatu wilayah, selama jangka waktu yang disepakati.

Mengenai kecakapan untuk membuat suatu perjanjian. Pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa atau akilbaliq dan sehat pikirannya, adalah cakap menurut hukum. Di dalam perjanjian franchise tidak tercantum secara jelas pada klausula mengenai kecakapan akan tetapi menurut hasil wawancara dengan R.A Surya L, selaku Kepala Divisi Marketing TELA TELA mengungkapkan bahwa kecakapan didalam perjanjian franchise TELA TELA ditentukan apabila telah dewasa dan mempunyai pikiran sehat<sup>52</sup>.

Sebagai syarat ketiga sahnya perjanjian disebutkan mengenai sesuatu hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan hak-hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul perselisihan. Menurut hasil penelitian mengenai sesuatu hal tertentu dalam perjanjian franchise telah diatur hak dan kewajiban franchisor, master franchisee maupun franchisee.

Syarat keempat untuk suatu perjanjian yang sah adalah suatu sebab yang halal. Maksudnya sesuatu yang menyebabkan seorang membuat suatu perjanjian pada dasarnya tidak diperdulikan oleh undang-undang. Hukum pada dasarnya tidak menghiraukan apa yang berada dalam gagasan seorang atau apa yang dicita-

---

<sup>52</sup> R.A.Surya.L., Selaku Kepala Divisi Marketing, Wawancara pada tanggal 3 february 2009 di Kantor Pusat TELA TELA, di Kota Yogyakarta



ciptakan seseorang. Pada hasil penelitian juga ditemukan dalam perjanjian franchise pada Pasal 5 mengenai royalti, maksudnya franchisor setiap bulannya menerima royalti sebesar 6 % dari master franchisee, dan master franchisee memperoleh 3 % dari franchisee. Sehingga syarat keempat telah terpenuhi di dalam sahnya perjanjian franchise.

### **3.1.2.2. Pengertian Franchise**

Franchise berasal dari bahasa latin yakni *francorum rex* yang artinya bebas dari ikatan, yang mengacu pada kebebasan untuk memiliki hak usaha. Pengertian Franchising (Pewaralabaan) sendiri adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang atau jasa<sup>53</sup>.

TELA TELA sebagai usaha franchise memiliki ciri khas keunikan rasa dalam penyajiannya, bahkan konsumen bisa memilih paduan rasa sendiri sesuai selera, selain itu bahan baku ketela yang digunakan adalah kualitas pilihan, tidak semua jenis ketela bisa digunakan dalam produksinya, hanya jenis tertentu saja yang bisa diolah menjadi produk TELA TELA.

TELA TELA juga memiliki banyak variasi produk dalam penjualan, tidak hanya diolah dalam bentuk Stick TELA, terdapat juga produk Stick Kentang, Nugget TELA, dan TELA Sauce. Bahkan pada tahun 2009 ini TELA TELA menawarkan produk baru yaitu berbagai olahan pisang.

Sedangkan pengertian Waralaba ( Franchise) menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2006 adalah perikatan antara

---

<sup>53</sup>Direktorat Jenderal perdagangan, *Op.cit.*, Hlm.15.

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.

Pengertian waralaba pada Pasal 1 ayat 1 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2006 di atas disempurnakan oleh Pemerintah dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yaitu Hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Berdasarkan wawancara penelitian disampaikan oleh RA SURYA L selaku Kepala Divisi Marketing TELA TELA mengatakan bahwa hak khusus yang dimiliki oleh CV. EFFA INDOBOGA selaku franchisor (pemberi waralaba) adalah memfranchisekan nama dan sistem pengelolaan bisnis TELA TELA.<sup>54</sup>

### **3.1.2.3. Pengertian Perjanjian Franchise**

---

<sup>54</sup>R.A. Surya, Selaku Kepala Divisi Marketing, Hasil Wawancara Pada Tanggal 27 Januari 2009 di Kantor Pusat di Yogyakarta.

Franchisor di dalam melakukan perjanjian franchise dengan master franchisee melakukan perjanjian dengan franchisee dalam bentuk tertulis, hal ini tercantum pada Pasal 1 ayat 6 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba menyebutkan bahwa perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama.

Perjanjian Franchise merupakan perjanjian timbal balik yang bentuknya secara tertulis dan isinya sudah ditentukan terlebih dahulu oleh franchisor secara sepihak. Perjanjian franchise merupakan bentuk perikatan yang tidak diatur dalam kitab undang-undang hukum perdata. Sedangkan bentuk perikatan yang diatur dalam kitab undang-undang hukum perdata adalah :

a. Perjanjian Bersyarat

Suatu perikatan adalah bersyarat, apabila ia digantungkan pada suatu peristiwa yang masih akan datang dan masih belum tentu akan terjadi, baik secara menangguhkan lahirnya perikatan hingga terjadinya peristiwa semacam itu, maupun secara membatalkan perikatan menurut terjadinya atau tidak terjadinya peristiwa tersebut.

Hal yang pertama, perikatan lahir hanya apabila peristiwa yang dimaksud itu terjadi dan perikatan lahir pada detik terjadinya peristiwa itu. Perikatan semacam ini dinamakan perikatan dengan suatu syarat tangguh.

Dalam hal yang kedua, suatu perikatan yang sudah lahir, justru berakhir atau diabatalkan apabila peristiwa yang dimaksud itu terjadi. Perikatan semacam ini dinamakan perikatan dengan suatu syarat batal . Contohnya Perjanjian Sewa Menyewa, Perjanjian Jual Beli.

b. Perikatan dengan Ketetapan Waktu.

Berlainan dengan suatu syarat, suatu ketetapan waktu tidak menangguhkan lahirnya suatu perjanjian atau perikatan, melainkan hanya menangguhkan pelaksanaannya, ataupun menentukan lama waktu berlakunya suatu perjanjian atau perikatan.

Contohnya apabila saya menyewakan rumah saya per 1 Januari 1964, ataupun menyewakan sampai tanggal 1 Januari 1969, maka perjanjian sewa mengenai rumah itu adalah suatu perjanjian dengan suatu ketetapan waktu.

c. Perikatan Mana Suka

Perikatan semacam ini, siberutang dibebaskan jika ia menyerahkan salah satu dari dua barang yang disebutkan dalam perjanjian, tetapi ia tidak boleh memaksa si berpiutang untuk menerima sebagian dari barang yang satu dan sebagian barang yang lainnya. Hak memilih ada pada si berutang, jika hak ini tidak secara tegas diberikan kepada si berpiutang. Misalnya, saya mempunyai suatu tagihan uang seratus ribu rupiah pada seorang pertain, yang sudah lama tidak dibayarnya. Sekarang saya mengadakan suatu perjanjian dengan dia, bahwa ia kan saya bebaskan dari utangnya kalau ia menyerahkan kudanya kepada saya ataupun sepuluh kwintal berasnya.

d. Perikatan Tanggung Menanggung.

Perikatan ini salah satu pihak terdapat beberapa orang. Dalam hal beberapa orang terdapat dipihak debitur (dan ini yang paling lazim), maka tiap-tiap debitur dapat dituntut untuk memenuhi seluruh utang. Dalam hal beberapa terdapat dipihak kreditur maka tiap-tiap kreditur berhak menuntut pembayaran seluruh utang. Dengan sendirinya pembayaran yang dilakukan oleh salah seorang debitur, membebaskan debitur-debitur yang lainnya. Begitupula pembayaran yang dilakukan kepada salah seorang kreditur membebaskan siberutang terhadap kreditur-kreditur yang lainnya.

Hukum Perjanjian ada suatu aturan, bahwa tiada perikatan dianggap tanggung menanggung, kecuali hal itu dinyatakan ( diperjanjikan) secara tegas, ataupun ditetapkan oleh undang –undang. Jadi kalau tiga orang A, B dan C bersama-sama pinjam uang Rp 3000,- maka masing-masing hanya dapat ditagih untuk Rp 1000,-kecuali kalau telah diperjanjikan bahwa masing-masing dapat ditagih untuk seluruh utang, yaitu Rp3000,-.

e. Perikatan yang Dapat Dibagi dan Tak Dapat Dibagi.

Suatu perikatan dapat atau tidak dapat dibagi adalah sekedar prestasinya dapat dibagi menurut imbangan, pembagian mana tidak boleh mengurangi hakekat prestasi itu. Soal dapat atau tidak dapat dibaginya prestasi itu terbawa oleh sifat barang yang tersangkut di dalamnya, tetapi juga dapat disimpulkan dari maksud perikatan itu. Dapat dibagi menurut sifatnya, misalnya suatu perikatan untuk menyerahkan sejumlah barang atau sejumlah hasil bumi. Sebaliknya tak dapat dibagi kewajiban untuk dapat menyerahkan seekor kuda karena kuda tidak dapat dibagi-bagi tanpa kehilangan hakekatnya. Adapun mungkin bahwa barang yang tersangkut dalam prestasi menurut sifatnya dapat dipecah-pecah, tetapi menurut maksudnya perikatan tidak dapat dibagi. Perikatan untuk membuat suatu jalan raya antara dua tempat menurut sifatnya dapat dibagi, misalnya kalau jarak antara tempat tersebut 200 Km adalah mungkin untuk membagi pekerjaan yang telah diborong itu terdapat dua bagian, masing- masing 100 Km. Tetapi menurut maksud perjanjian jelas pekerjaan tersebut harus dibuat seluruhnya, jika tidak demikian tujuan pemborongan itu tidak dapat tercapai.

Oleh karena itu perikatan tadi adalah suatu perikatan yang tidak dapat dibagi. Akibat yang terpenting dari dapat atau tidak dapat dibaginya suatu

perikatan adalah sebagai berikut : Dalam hal suatu perikatan tidak dapat dibagi, maka tiap-tiap kreditur berhak menuntut seluruh prestasinya pada tiap-tiap debitur, sedangkan masing-masing debitur diwajibkan memenuhi prestasi tersebut seluruhnya. Satu dan lain, sudah barang tentu dengan pengertian bahwa pemenuhan perikatan tidak dapat dituntui lebih dari satu kali.

f. Perikatan dengan Ancaman Hukuman.

Perikatan semacam ini adalah suatu perikatan dimana ditentukan bahwa si berutang, untuk jaminan pelaksanaan perikatannya, diwajibkan melakukan sesuatu apabila perikatannya tidak dipenuhi. Penetapan hukuman ini dimaksudkan sebagai gantinya penggantian kerugian yang diderita oleh si yang berpiutang karena tidak dipenuhinya atau dilanggarnya perjanjian. Ia mempunyai dua maksud : Pertama untuk mendorong atau menjadi cambuk bagi si berutang supaya ia memenuhi kewajibannya. Kedua untuk membebaskan si berpiutang dari pembuktian tentang jumlahnya atau besarnya kerugian yang dideritanya. Sebab berapa besarnya kerugian itu harus dibuktikan oleh si berpiutang.

Contoh : Saya mengadakan suatu perjanjian dengan seorang pemborong untuk mendirikan sebuah gedung yang harus diselesaikan pada tanggal 1 Januari 1969 dengan ketentuan si pemborong akan dikenakan denda seratus ribu untuk tiap bulan terlambat. Jelaslah bahwa ketentuan-ketentuan yang dicantumkan dalam perjanjian itu mengandung hukuman untuk mendorong ke arah pentaatan perjanjian itu sendiri.<sup>55</sup>

Franchise merupakan perjanjian yang tidak diatur di dalam kitab undang-undang hukum perdata atau disebut juga kontrak innominat. Berdasarkan hasil penelitian penulis di dalam perjanjian franchise TELA TELA antara Franchisor dengan Master Franchisee mengatur perlindungan hak kekayaan intelektual dan hal tersebut tercantum dimana pada Pasal 13 mengatur tentang Perlindungan HKI dan Larangan Persaingan. Pasal tersebut menyatakan bahwa : Master Franchisee wajib melindungi dan menjaga kerahasiaan atas bahan-bahan , resep-resep, pengelolaan dan pengoperasian, Jasa pelayanan yang dimiliki dan diberikan oleh franchisor selama jangka waktu franchise dan untuk jangka waktu setidaknya 5

---

<sup>55</sup> Subekti, *Op. Cit* , Hlm 4.

(lima) tahun setelah jangka waktu franchise berakhir. Master Franchise wajib menjaga hak-hak dan kepentingan franchisor sebagai pemegang hak atas merek TELA TELA. Master Franchise dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis TELA TELA selama Jangka Waktu Franchise dan untuk jangka waktu setidaknya 5 (lima) Tahun setelah jangka waktu franchise berakhir. Sedangkan perjanjian franchise untuk franchisee mengenai perlindungan Hak Kekayaan Intelektual dan larangan persaingan terdapat pada 13 yang isinya sebagai berikut : franchisee wajib melindungi dan menjaga kerahasiaan atas bahan- bahan, resep-resep, pengelolaan dan pengoperasian, jasa pelayanan yang dimiliki dan diberikan oleh franchisor selama jangka waktu franchisee dan untuk jangka waktu 2 (dua) tahun setelah jangka waktu franchise berakhir. Franchisee wajib menjaga hak-hak dan kepentingan franchisor sebagai pemegang hak atas merek TELA TELA. Franchisee dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis TELA TELA selama jangka waktu franchisee dan untuk jangka waktu setidaknya 2 (dua) tahun setelah jangka waktu franchise berakhir.

Hasil penelitian di lapangan perjanjian franchise antara franchisor dengan master franchisee telah dijalankan dengan baik, sesuai dengan isi perjanjian Franchisor memberikan hak franchise kepada master franchisee sebagai pihak yang akan mewakili franchisor dalam melakukan perjanjian franchise dengan para franchisee. Segala hal yang berkaitan dengan perjanjian franchise antara master franchisee dengan franchisee menjadi tanggung jawab master franchisee, akan

tetapi segala tindakan yang dilakukan oleh master franchisee harus sepengetahuan dan persetujuan franchisor selaku pemegang hak merek dagang TELA TELA, hal ini dikemukakan oleh Eko sebagai salah satu pendiri TELA TELA pada saat wawancara tanggal 31 Januari 2009<sup>56</sup>

Eko juga memberikan gambaran mengenai perjanjian franchise terhadap master franchisee, master franchisee berhak untuk membuka dan mengelola outlet TELA TELA, berhak bertindak selaku master atas para franchisee di wilayahnya, berhak untuk menggunakan nama dan karakteristik TELA TELA termasuk tanda-tanda, desain-desain, papan nama, label, kemasan, bahan bahan dan lain-lain, selain itu master franchisee juga berhak untuk menerima informasi tentang pelayanan pelanggan, manajemen bisnis dan pemasaran, mendapatkan pelatihan, petunjuk teknis bagi pengoperasian outlet, serta berhak mendapatkan promosi atas seluruh outlet TELA TELA di Indonesia.

Pada pelaksanaan di lapangan penulis menemukan beberapa permasalahan yang menggunakan nama Tela sebagai merek dagang diantaranya TELA KREZ, TELA 77. Setelah penulis mengkonfirmasi kepada manajemen TELA TELA perihal nama Tela yang banyak digunakan oleh pihak lain. Pada saat itu R.A. Surya L.ST selaku kepala divisi Marketing TELA TELA menyampaikan bahwa nama Tela yang digunakan oleh TELA KREZ karena yang memiliki TELA KREZ mempunyai hubungan saudara dengan pemilik TELA TELA sedangkan nama Tela yang digunakan oleh TELA 77, karena pemilik TELA 77

---

<sup>56</sup> Eko Selaku Salah Satu Pendiri TELATELA, Hasil Wawancara Pada tanggal 31 Januari 2009 di Kantor Pusat TELATELA di Kota Yogyakarta

sebelumnya merupakan salah satu manajemen TELA TELA yang kemudian mengundurkan diri dan membuat usaha sendiri dan diberi nama TELA 77.<sup>57</sup>

Penulis juga mengkonfirmasi juga hal tersebut di atas kepada Arya selaku Konsultan Hukum TELA TELA, beliau membenarkan bahwa memang ada penggunaan nama Tela pada usaha yang lain dan juga membenarkan bahwa TELA TELA sudah mendapatkan sertifikat merek atas Merek TELA TELA yaitu Kelas jasa 43, no. Idm000140644,

Beliau juga mengatakan selalu mengikuti perkembangan penggunaan merek TELA TELA karena sering kali oknum yang berada di daftar umum merek menyalahgunakan tugas dengan meminta sejumlah uang kepada pihak lain yang mempunyai kepentingan untuk menggunakan nama Tela.

Untuk mendapat kepastian apakah boleh nama Tela sebagai merek dagang dapat digunakan oleh pihak lain yang sebelumnya TELA TELA telah terlebih dahulu mendaftarkan ke Daftar Umum Merek pada Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Jakarta dan telah mendapatkan Sertifikat Trademark tela: kelas jasa 43, no. Idm000140644, penulis melakukan wawancara dengan Hasan selaku staf administrasi daftar umum merek mengatakan tidak jadi masalah apabila Merek tersebut memiliki daya pembeda, yang dimaksud dengan daya pembeda menurut beliau memiliki kemampuan untuk digunakan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil usaha yang satu dengan usaha yang lain dan digunakan pada kegiatan perdagangan.<sup>58</sup>

---

<sup>57</sup> R.A.Surya.L, Selaku Kepala Divisi Marketing, Hasil Wawancara Pada tanggal 2 februari 2009 di Kantor Pusat TELA TELA, di Kota Yogyakarta.

<sup>58</sup> Hasan, Selaku Staf Administrasi, Hasil Wawancara Pada tanggal 6 Februari 2009 pada kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual di Jakarta.



Daya pembeda menurut hasil penelitian penulis di dalam merek TELA TELA yang dikemukakan oleh Ahmad Jainuri selaku master franchisee di wilayah Yogyakarta adalah merek TELA TELA tidak dapat dikatakan sama dengan TELA KREZ atau TELA 77, karena kedua merek yang digunakan pihak lain tersebut tidak menggunakan pengulangan kata dan menurut beliau TELA TELA memiliki perbedaan dengan TELA KREZ terutama jika dilihat dari sisi desain gerobaknya, bahan baku yang digunakannya (jenis ketela yang digunakan), bumbu yang digunakan berbeda kelasnya, cara pengolahannya juga berbeda, service, dan penggunaan minyak goreng yang berbeda, selain itu kata tela merupakan bahasa jawa yang berasal dari kata ketela jadi setiap orang bisa menggunakan bahasa tela. Dari sisi keunikan rasa penyajian produk juga berbeda dan masing-masing memiliki variasi produk yang tidak ada kesamaan satu dengan yang lain.

### **3.2. Upaya hukum yang di tempuh pihak franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA**

#### **3.2.1. Gambaran Umum CV. EFFA INDOBOGA sebagai Pemilik Merek TELA TELA**

TELA TELA pertama kali beroperasi pada tanggal 24 September 2005 di outlet pertamanya di Tambakbayan III No 12, Caturtunggal, Depok, Sleman. Adanya respon baik dari konsumen kemudian ditanggapi dengan membuka outlet

kedua yaitu di Ruko Babarsari Raya No.23 dan outlet ketiga di Jl. Wonocatur No.31 (Belakang JEC).

Pada awalnya para pendiri belum berpikir menggunakan sistem waralaba, namun setelah mencermati perkembangan dan prospek usaha TELA TELA, maka para pendiri mulai mengembangkan TELA TELA dengan sistem Waralaba. Permintaan dari calon Franchisee untuk membuka outlet TELA TELA makin banyak, hingga kini kurang lebih sudah berdiri 1500 outlet TELA TELA di berbagai kota di Indonesia.

Manajemen TELA TELA terbentuk pada tahun 2005. Pada bulan November 2007, para pendiri TELA TELA mendirikan CV. EFFA INDOBOGA yang secara khusus menjalankan usaha di bagian perdagangan dan jasa boga. Manajemen TELA TELA berikut seluruh aset dan permodalannya termasuk pada CV.EFFA INDOBOGA, namun CV. EFFA INDOBOGA tidak terbatas pada Merek TELA TELA saja, akan tetapi juga merek lain yang pasti CV EFFA INDOBOGA tersebut menjalankan usaha di bidang jasa dan boga. Franchisor adalah manajemen TELA TELA melalui bentuk badan usaha CV. EFFA INDOBOGA, yang berkedudukan di Yogyakarta. CV EFFA INDOBOGA memiliki visi dan misi sebagai berikut :

Visi - "Menciptakan keuntungan jangka panjang untuk semua stakeholder."

Misi - "Menghadirkan produk makanan ketela yang enak dan inovatif kepada masyarakat. Membantu pemerintah dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta lapangan usaha yang terjangkau."

### **3.2.2. Pihak – Pihak dalam Perjanjian Franchise TELA TELA**

#### **A. Franchisor TELA TELA**

Pasal 1 ayat 2 Peraturan Pemerintah melalui Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor : 12/M-Dag/PER/3/2006, disebutkan bahwa Pemberi Waralaba (Franchisor) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan pengertian franchisor (pemberi waralaba) di dalam Pasal 1 ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba yaitu orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Franchisor menurut Perjanjian franchise TELA TELA adalah pemilik nama dagang TELA TELA yang telah memfranchisekan nama dan sistem pengelolaan bisnis TELA TELA. Dalam penelitian ini yang bertindak selaku franchisor adalah CV. EFFA INDOBOGA . Adapun pendiri dari CV. EFFA INDOBOGA terdiri dari 4 orang yaitu Fatt Aulia Muhammad, ST. MM., Ashary Tamimi, Eko Yulianto, Febri Tryanto, dengan Akta Pendirian Nomor : 23 tertanggal 27 November 2007 yang dibuat oleh Theresia Pusvita, Sarjana Hukum, Notaris di Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, yang secara khusus menjalankan usaha di bidang perdagangan dan jasa boga. Hingga kini sudah berdiri kurang lebih 1500 outlet TELA TELA di berbagai kota di Indonesia.

#### **B. Master Franchisee TELA TELA**

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tidak memberikan pengertian Master Franchisee , akan tetapi menurut Pasal 1 ayat 4 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/ 2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dikemukakan istilah baru yaitu Master Franchisee untuk penerima waralaba utama, Master Franchisee adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba. Pengertian Master Franchisee dalam perjanjian franchisee TELA TELA adalah pihak yang telah diberikan hak oleh franchisor untuk turut memperoleh manfaat atas penggunaan nama dagang dan sistem pengelolaan TELA TELA milik franchisor. Yang menjadi Master Franchisee dalam penelitian ini di wilayah Yogyakarta adalah Ahmad Januri yang bertindak selaku area manajer TELA TELA Yogyakarta. Sampai dengan saat ini terdapat kurang lebih 100 franchisee di Kota Yogyakarta.

### C. Franchisee TELA TELA

Franchise TELA TELA banyak diminati oleh konsumen karena franchisee mendapatkan fasilitas yang menarik dari franchisor, fasilitas tersebut yaitu :

1. Mini Counter (Outlet), desain berikut perlengkapannya
2. Cooking Set
3. Seragam Outlet
4. Advertising
5. Promotion Kit
6. Training pengelolaan Outlet

7. Paket penjualan perdana
8. Manual Book TELA TELA
9. Support System.

Pengertian Franchisee (penerima waralaba) menurut Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 adalah. Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki pemberi waralaba. dan menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006, penerima Waralaba (Franchisee) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba. Sedangkan dalam perjanjian franchise TELA TELA dijelaskan bahwa franchisee adalah pihak yang bermaksud mendapatkan hak untuk ikut memperoleh manfaat atas penggunaan nama dagang dan sistem pengelolaan TELA TELA di suatu wilayah di bawah pengelolaan atau pengawasan master franchisee dengan persetujuan franchisor. Dalam penelitian ini yang menjadi franchisee adalah Ali Said yang beralamat di Jalan Kaliurang KM.14 Tegal Manding Nomor 1 A.

Melihat ketentuan Peraturan Menteri Perdagangan tersebut di atas TELA TELA selaku Franchisor ingin selalu mengembangkan usahanya. Menurut Arya selaku konsultan hukum TELA TELA mengatakan di dalam mengambil kebijakan untuk menunjuk dan membentuk master franchisee untuk wilayah atau kawasan yang letaknya jauh dengan kantor pusat (Franchisor) TELA TELA, yang semula

ditangani Franchisor maka dengan adanya Master Franchisee sebagian urusan dilimpahkan kepada Master Franchisee.<sup>59</sup>

Master franchisee wajib melindungi hak kekayaan intelektual dan larangan persaingan sebagaimana tertuang didalam perjanjian Master Franchisee TELA TELA Pada Pasal 13 yaitu master franchisee wajib melindungi dan menjaga kerahasiaan atas bahan-bahan, resep-resep, pengelolaan dan pengoperasian, jasa pelayanan yang dimiliki dan diberikan oleh franchisor selama jangka waktu franchise dan untuk jangka waktu setidaknya selama 5 tahun setelah jangka waktu franchise berakhir. Master franchisee wajib menjaga hak-hak dan kepentingan franchisor sebagai pemegang hak atas merek TELA TELA. Master franchisee dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis TELA TELA selama jangka waktu franchise dan untuk jangka waktu selama lima tahun setelah jangka waktu franchise berakhir.

Perjanjian franchise TELA TELA merupakan perjanjian timbal balik yang mempunyai bentuk tertulis dan isinya sudah ditentukan terlebih dahulu oleh franchisor secara sepihak. Antara Franchisor dengan Master franchisee diadakan perjanjian Master Franchise TELA TELA., antara Master Franchisee dan franchisee diadakan perjanjian Franchise TELA TELA. Draft perjanjian franchise Master franchisee dan franchisee ditentukan oleh franchisor, salinan perjanjian franchise antara Master Franchisee dengan Franchisee yang telah ditandatangani disampaikan kepada franchisor.

---

<sup>59</sup> Arya selaku Pimpinan Maheka.Co, Konsultan TELATELA, Hasil wawancara pada tanggal 2 february 2008, di Kota Yogyakarta.

Master franchisee dan franchisee diwajibkan mengikuti penyesuaian atau pembaharuan terhadap dokumen hukum yaitu perjanjian franchise, sebagai bagian perbaikan sistem franchise TELA TELA secara nasional, memperhatikan ketentuan dan prasyarat franchise yang diatur oleh peraturan dan perundangan yang berlaku di Indonesia.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 dijelaskan dalam Pasal 7 mengenai Jangka Waktu Perjanjian Waralaba, ayat 1 menyatakan : Jangka Waktu Perjanjian Waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba utama berlaku paling sedikit 10 (sepuluh) tahun, dan pada ayat 2 dijelaskan bahwa : Jangka Waktu Perjanjian Waralaba antara penerima waralaba utama dengan penerima waralaba lanjutan paling sedikit 5 (lima) tahun.

Dengan melihat ketentuan di atas, usaha franchise atau waralaba TELA TELA belum memenuhi persyaratan peraturan tersebut, hal ini penulis ketahui melalui isi perjanjian Franchise TELA TELA untuk Master Franchisee pada Pasal 3 mengenai Jangka Waktu Franchise adalah 5 (lima) tahun, dan Isi Perjanjian Franchise untuk Franchisee pada Pasal 3 mengenai Jangka Waktu Perjanjian adalah 2 (dua) tahun.

Menurut Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 12 Tahun 2006 tersebut di atas Pada Pasal 6 bahwa perjanjian waralaba memuat paling sedikit :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi Objek Waralaba;

- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba;
- d. Wilayah usaha (zone) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Tata cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada penerima waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

Berpedoman pada isi perjanjian menurut Peraturan Menteri Perdagangan tersebut berdasarkan hasil penelitian bahwa TELA TELA selaku Franchisor telah berusaha menuangkan kesepakatan para pihak dalam suatu perjanjian, akan tetapi masih banyak kekurangan dalam pembuatan perjanjian franchise TELA TELA, Dalam fakta di lapangan Isi Perjanjian Franchise TELA TELA untuk Master franchisee memuat antara lain :

1. Pemberian Hak Franchise
2. Wilayah, Ruang Produksi, Lokasi, counter dan Masa Percobaan
3. Jangka Waktu Franchise
4. Biaya Franchise dan Cara Pembayaran
5. Royalti
6. Pelatihan
7. Laporan Keuangan dan Laporan Operasional
8. Kunjungan Pemeriksaan dan Evaluasi Kerja
9. Perubahan dan Persetujuan
10. Pemberitahuan
11. Pencegahan Kecelakaan
12. Pemeliharaan Citra
13. Perlindungan HAKI dan Larangan Persaingan



14. Kewajiban Para Pihak
15. Berakhirnya Perjanjian
16. Wanprestasi dan Sanksi
17. Pengalihan Hak Franchise
18. Force Majeur
19. Lain-lain
20. Penutup

Berdasarkan penelitian mengenai Master franchisee TELA TELA memiliki hak franchise selama jangka waktu 5 (lima) tahun, selama jangka waktu tersebut Master franchisee harus membayar biaya franchise dan cara pembayarannya telah diatur dalam perjanjian master franchisee tersebut. Master franchisee juga harus membayarkan royalti kepada franchisor sebesar 6% (enam persen) setiap bulannya, dan master franchisee berhak atas 3% (tiga persen) dari pembayaran royalti yang dibayarkan franchisee di wilayahnya. Sebelum membuka outlet TELA TELA franchisor harus mengadakan pelatihan, menyediakan pedoman teknik serta manajemen outlet TELA TELA kepada master franchisee. Dan Master franchisee bertindak mewakili franchisor untuk mengadakan pelatihan kepada franchisee di wilayahnya. Selain itu Master franchisee juga wajib memberikan laporan keuangan berupa laporan penjualan bulanan, serta laporan operasional berupa segala hal yang berkaitan dengan outlet TELA TELA.

Franchisor berhak untuk melakukan kunjungan pemeriksaan dan evaluasi kerja ke wilayah master franchisee , dan master franchisee berkewajiban untuk memberitahukan segala hal yang berkaitan dengan pengelolaan outlet di

wilayahnya, termasuk jika terjadi perpindahan alamat, atau pergantian kepemilikan dan jika terjadi permasalahan. Master franchisee juga memiliki kewajiban untuk mengelola outlet dan para franchisee di wilayahnya dengan cara yang tidak merugikan citra franchisor.

Berkaitan dengan Hak kekayaan Intelektual Master franchisee juga wajib melindungi dan menjaga kerahasiaan atas bahan-bahan, resep-resep, pengelolaan dan pengoperasian, jasa pelayanan yang dimiliki dan diberikan oleh franchisor selama jangka waktu franchise dan untuk jangka waktu 5 (lima) tahun setelah berakhirnya waktu franchise, master franchisee berkewajiban menjaga hak-hak dan kepentingan franchisor sebagai pemegang hak atas merek TELA TELA, juga dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis TELA TELA selama jangka waktu franchise dan 5 (lima) tahun setelah perjanjian franchise berakhir. Isi Perjanjian Franchise TELA TELA untuk franchisee memuat antara lain :

1. Pemberian Hak Franchise
2. Lokasi, counter dan Masa Percobaan
3. Jangka Waktu Franchise
4. Biaya Franchise dan Cara Pembayaran
- 5.. Royalti
6. Pelatihan
7. Laporan Keuangan dan Laporan Operasional
8. Kunjungan Pemeriksaan dan Evaluasi Kerja

9. Perubahan dan Persetujuan
10. Pemberitahuan
11. Pencegahan Kecelakaan
12. Pemeliharaan Citra
13. Perlindungan HAKI dan Larangan Persaingan
14. Kewajiban Para Pihak
15. Berakhirnya Perjanjian
16. Wanprestasi dan Pembatalan Perjanjian
17. Force Majeur
18. Lain-lain
19. Penutup

Berdasarkan hasil penelitian di lapangan master franchisee berkedudukan sebagai pihak yang mewakili franchisor untuk membuat perjanjian franchise dengan franchisee, setelah perjanjian franchise ditandatangani oleh master franchisee dan franchisee, maka master franchisee berkewajiban memberikan laporan berupa salinan perjanjian franchise dan mendapatkan pembayaran royalti sebesar 3% setiap bulannya kepada franchisor. Segala hal yang berkaitan dengan keperluan pembukaan outlet baru diatur oleh master franchisee, mulai dari penyediaan peralatan, bahan baku, bumbu, kemasan, semuanya menjadi tanggung jawab master franchisee.

### **3.3. Bentuk-bentuk Wanprestasi yang dilakukan oleh Franchisee**

Menurut Prof .R.Subekti, SH., mengatakan wanprestasi adalah apabila debitur tidak melakukan apa yang diperjanjikan karena kealpaan ataupun kelalaian. Seorang debitur medapat melakukan kealpaan ataupun kelalaian berupa empat macam, yaitu :

1. Tidak melakukan apa yang disanggupi akan dilakukan.
2. Melaksanakan apa yang diperjanjikannya, tetapi tidak sebagaimana dijanjikan.
3. Melakukan apa yang dijanjikan tetapi terlambat.
4. Melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.<sup>60</sup>

Untuk mengetahui sejak kapan debitur dalam keadaan wanprestasi, perlu diperhatikan apakah ditentukan tenggang waktu pelaksanaan pemenuhan prestasi tidak ditentukan, perlu memperingatkan debitur supaya ia memenuhi prestasi. Hukuman atau akibat-akibat yang tidak enak bagi debitur yang lalai ada empat macam yaitu :

1. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
2. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian;
3. peralihan resiko.
4. membayar biaya perkara, kalau sampai diperkarakan didepan hakim.<sup>61</sup>

PengertianWanprestasi dalam pasal 16 dalam perjanjian Franchise TELA TELA yaitu saat dimana salah satu pihak dianggap telah gagal dalam menjalankan kewajibannya berdasarkan perjanjian ini.

Hasil penelitian mengungkapkan bahwa telah terjadi wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee didalam pengalihan kontrak outlet tanpa diketahui oleh master franchisee dan sangat merugikan franchisor .

Wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee dengan mengalihkan kontrak outlet merek TELA TELA merupakan bentuk wanprestasi yang melakukan sesuatu yang menurut perjanjian tidak boleh dilakukannya.

---

<sup>60</sup> R.Subekti, *Op.cit*, Hal 45.

<sup>61</sup> R.Subekti ,*Loc.cit*,.hlm.45.

Akan tetapi hasil penelitian di lapangan Pihak TELA TELA baik master franchisee maupun franchisor masih menggunakan musyawarah untuk mufakat, walaupun pihak konsultan hukum TELA TELA yang diwakili oleh Arya, telah memberikan opini hukum tentang tindakan yang dilakukan oleh franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet akan tetapi pihak TELA TELA lebih mempertimbangkan usaha TELA TELA tetap berjalan dan berkembang. Hal ini dikemukakan oleh R.A. Surya.L.S.T. selaku Kepala Divisi Marketing TELA TELA saat diwawancara pada tanggal 4 februari 2009.<sup>62</sup>

#### **3.4. Kendala – Kendala yang dihadapi Franchisee yang Melakukan Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA**

Franchisee yang merupakan penerima waralaba di dalam menjalankan usahanya banyak mengalami kendala kendala.

Kendala-kendala yang sering dihadapi oleh franchisee secara umum berdasarkan pengamatan penulis karena lokasi yang kurang strategis, dan pelayanan di dalam penjualan produk kurang memuaskan, dan seringkali outlet tutup belum pada waktunya sehingga konsumen menganggap outlet tidak beroperasi lagi.

Hal ini mendorong franchisee untuk menutup usahanya dan kemudian mengalihkan kontrak outletnya kepada pihak lain. Alasan Franchisee melakukan pengalihan kontrak outlet TELA TELA yang dikemukakan oleh Ali said pada saat wawancara pada tanggal 5 februari 2009 yaitu menurunnya penjualan TELA

---

<sup>62</sup> R.A. Surya.L, Selaku Kepala Divisi Marketing TELATELA, Hasil Wawancara di kantor Pusat TELATELA, di Kota Yogyakarta .

TELA, karyawan yang mengundurkan diri. Sehingga hal-hal tersebut mendorong franchise untuk melakukan pengalihan kontrak outlet. Cara pengalihan kontrak outlet tanpa di ketahui master franchisee maupun franchisor.<sup>63</sup>

Menurut master franchisee wilayah yogyakarta, Ahmad Januri mengemukakan bahwa pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA ini di ketahui ketika pihak lain yang melakukan perjanjian dengan franchisee TELA TELA tanpa persetujuan master franchisee, datang untuk membeli bahan baku TELA TELA yang akan dijual.

Alasan lain franchisee menutup usahanya dan kemudian melakukan pengalihan kontrak adalah adanya pesaing lokal yang lokasinya berdekatan dengan lokasi outlet, sehingga penjualan menurun drastis dan tidak dapat bertahan.

### **3.5. Upaya Hukum yang Dilakukan untuk Mengatasi Kendala-Kendala yang Dihadapi oleh Franchisor maupun Master Franchisee terhadap Franchisee yang Melakukan Pengalihan Kontrak Outlet Merek TELA TELA**

Franchisor menurut Perjanjian franchise TELA TELA adalah pemilik nama dagang TELA TELA yang telah memfranchisekan nama dan sistem pengelolaan bisnis TELA TELA. Dalam penelitian ini yang bertindak selaku franchisor adalah CV. EFFA INDOBOGA . Adapun pendiri dari CV. EFFA

---

<sup>63</sup>Ali Said, Selaku Franchisee TELATELA, Hasil Wawancara, Pada tanggal 5 Februari 2009 di Tegal Manding, Di Kota Yogyakarta.

INDOBOGA terdiri dari 4 orang yaitu Fatt Aulia Muhammad, SE. MM., Ashary Tamimi, Eko Yulianto, Febri Tryanto.

Berdasarkan penelitian penulis terhadap perjanjian franchisee bahwa kedudukan franchisor sebagai pemberi waralaba mempunyai hak, yaitu melakukan kunjungan pemeriksaan dan evaluasi kerja, mendapatkan biaya waralaba, dan mendapatkan royalti sebesar 3 % setiap bulan. Adapun kewajiban Franchisor adalah menyampaikan desain outlet kepada master franchisee, mengadakan pelatihan bagi master franchisee, menyediakan paper pack TELA TELA dan bumbu, membangun dan mengaplikasikan sistem jaminan halal, memberikan inovasi produk makanan kepada master franchisee, memberikan dukungan promosi nasional, memberikan dukungan konsultasi bisnis dan hukum terkait franchise TELA TELA.

Dengan demikian Franchisor sebagai pemilik atau pemberi waralaba dapat melakukan upaya hukum apabila dalam kunjungan pemeriksaan yang dilakukan dan evaluasi kerja terhadap master franchisee yang membawahi satu wilayah menemukan suatu bentuk wanprestasi. Sampai dengan saat ini upaya yang dilakukan oleh franchisor dalam menghadapi tindakan yang dilakukan oleh franchisee kepada master franchisee yaitu meminta master franchisee untuk memberikan teguran dan arahan kepada franchisee.

Menurut Arya selaku Konsultan Hukum TELA TELA upaya yang dilakukan oleh franchisor terhadap franchisee kurang tegas hanya sebatas

teguran.dan beliau juga mengatakan bahwa TELA TELA mengedepankan ekonomi, sosial, dan hukum.<sup>64</sup>

Sehingga dari hasil penelitian penulis, melihat adanya kekurangan di dalam pengawasan dan tindakan hukum dan dengan sendirinya memberikan kesempatan kepada franchisee untuk melakukan tindakan yang melanggar perjanjian franchise.

Adanya hak yang diberikan oleh franchisor untuk turut memperoleh manfaat atas penggunaan nama dagang dan system pengelolaan TELA TELA, maka master franchisee mempunyai hak dan kewajiban di dalam menjalankan usaha TELA TELA. Adapun hak dari seorang master franchisee adalah memperoleh biaya outlet dan training, Memberikan teguran dan arahan kepada Franchisee, royalti 3%. Sedangkan kewajiban dari master franchisee yaitu menyediakan outlet & peralatan kepada Franchisee, mengadakan pelatihan kepada franchisee, menyediakan bahan baku ketela, memesan bahan baku, paper pack, dan bumbu dari franchisor, mengaplikasikan sistem jaminan halal dalam produksi bahan baku, tidak menggunakan bahan lain selain yang ditentukan franchisor, tidak menambah menu makanan tanpa persetujuan tertulis dari franchisor, melakukan promosi lokal, menyediakan sarana komunikasi , minimal telepon atau handphone, laporan operasional dan penjualan bulanan.

Hasil wawancara dengan Ahmad Jainuri selaku master franchisee wilayah Kota Yogyakarta, di dalam menyikapi tindakan yang dilakukan oleh franchisee

---

<sup>64</sup> Arya selaku Pimpinan Maheka & Co, Konsultan Hukum TELA TELA, Hasil Wawancara pada Tanggal 2 Februari 2009 di Kantor Maheka & Co di Yogyakarta.



dalam melakukan pengalihan kontrak outlet TELA TELA biasanya dilakukan dengan cara pendekatan personal kepada franchisee untuk memberikan pandangan dan motivasi agar tetap terus menjalani usaha. Akan tetapi jika tetap melakukan tindakan yang melanggar perjanjian franchise khususnya melakukan pengalihan kontrak outlet TELA TELA tanpa mendapatkan persetujuan tertulis terlebih dahulu dari master franchisee, maka master franchisee meminta kepada franchisee untuk menandatangani perjanjian kesepakatan bersama tentang pengakhiran perjanjian franchise dan pengalihan hak franchise dan melakukan pengambilan atribut outlet merek TELA TELA yang dimiliki oleh franchisee sehingga franchisee tidak dapat menggunakan atribut outlet merek TELA TELA. Dan Surat Perjanjian Franchise dari Franchisee lama ditarik, kemudian untuk Surat Perjanjian Franchise yang baru Franchisee harus membayar sebesar seratus ribu rupiah sebagai biaya administrasi balik nama.<sup>65</sup>

Dengan demikian dari hasil penelitian dan pembahasan di atas maka penulis dapat memberikan kesimpulan secara umum bahwa TELA TELA sebagai salah satu bentuk usaha yang menggunakan franchise dalam melindungi hak kekayaan intelektual atas merek TELA TELA telah cukup baik, terbukti dengan tercantumnya klausula perjanjian franchise TELA TELA pada Pasal 12 mengenai Pemeliharaan Citra dan Pasal 13 mengenai Perlindungan HAKI dan Larangan Persaingan, selain itu telah didaftarkan merek TELA TELA di Daftar Umum Merek pada kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Jakarta dan

---

<sup>65</sup> Ahmad Jainuri selaku Master Franchisee Wilayah Kota Yogyakarta, Hasil Wawancara pada Tanggal 2 Februari 2009, di Kantor TELATELA Di Kota Yogyakarta

telah mendapatkan sertifikat merek untuk tiga kelas, yaitu Kelas Jasa 43, Nomor Idm000140644,

dan di dalam mengatasi berbagai bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee khususnya mengenai pengalihan kontrak outlet, TELA TELA sebagai franchisor melakukan upaya hukum apabila setelah menempuh jalan musyawarah tidak mencapai mufakat, karena TELA TELA memiliki filosofi dalam menjalankan usaha TELA TELA mengedepankan pertimbangan 3 aspek yaitu “Ekonomi-Sosial-dan Hukum”.

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **4.1. Kesimpulan**

Berdasarkan uraian-uraian hasil penelitian dan pembahasan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

##### **4.1.1. Perlindungan Hak Kekayaan Intelektual atas Merek TELA TELA di dalam Perjanjian Franchise**

Perlindungan hukum terhadap HKI bukan saja merupakan pengakuan Negara terhadap hasil karya, karsa manusia tetapi secara ekonomi makro merupakan penciptaan suasana yang sehat untuk menarik penanaman modal serta memperlancar perdagangan.

TELA TELA sebagai salah satu bentuk usaha yang menggunakan franchise dalam melindungi hak kekayaan intelektual atas merek TELA TELA telah cukup baik, terbukti dengan tercantumnya klausula perjanjian franchise TELA TELA pada Pasal 12 mengenai Pemeliharaan Citra dan Pasal 13 mengenai Perlindungan HKI dan Larangan Persaingan

Pengertian Merek dalam Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001 pasal 1 ayat 1 menyatakan bahwa Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur

tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa.

Usaha memperluas jaringan , maka dapat dilakukan dengan cara Waralaba yang dalam dunia bisnis lebih dikenal dengan istilah Franchise. Merek merupakan peranan yang sangat penting di dalam Franchising (pewaralabaan) dalam rangka memperluas jaringan usaha secara cepat. Berkenaan dengan merek dagang menjadi objek dalam penulisan ini adalah TELA TELA. TELA TELA adalah corporate brand dari CV EFFA INDOBOGA, yang pada awalnya adalah produk makanan tradisional dengan rasa modern terbuat dari singkong/ketela dengan kualitas terbaik. Merek TELA TELA telah terdaftar di Daftar Umum Merek pada kantor Direktorat Jenderal Hak Kekayaan Intelektual Jakarta dan telah mendapatkan Sertifikat Merek untuk kelas, yaitu Kelas Jasa 43, Nomor IDM000140644,

#### **4.1.2. Upaya hukum yang di tempuh pihak franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA**

Upaya hukum yang di tempuh pihak franchisor dan master franchisee terhadap franchisee yang melakukan pengalihan kontrak outlet merek TELA TELA dan berbagai bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh franchisee adalah dengan memberikan teguran secara lisan, dan apabila dengan cara teguran lisan franchisee tidak mengubah perilakunya atau masih melakukan pelanggaran maka

ditempuh jalan musyawarah, setelah melalui jalan musyawarah dan dalam musyawarah tersebut tidak mencapai mufakat, maka TELA TELA sebagai franchisor memberikan somasi melalui konsultan hukumnya. Jalan terakhir jika belum mendapatkan tanggapan dari franchisee tersebut maka TELA TELA secara sepihak akan memutuskan kontrak kerja sama dan mengambil segala atribut yang berkaitan dengan Outlet TELA TELA. Karena TELA TELA memiliki filosofi dalam menjalankan usaha TELA TELA mengedepankan pertimbangan 3 aspek yaitu “Ekonomi-Sosial-dan Hukum”.

## **4.2. Saran**

Untuk dapat melengkapi kesimpulan dari hasil penelitian, maka penulis mencoba untuk memberikan saran kepada berbagai pihak yaitu :

### **4.2.1 Pemerintah**

Agar pihak pemerintah beserta lembaga legislatif yang mempunyai fungsi legislasi dalam membuat undang-undang dapat mengeluarkan undang-undang mengenai waralaba yang berfungsi sebagai payung hukum , karena sampai saat ini landasan hukum yang digunakan mengenai waralaba hanya sebatas peraturan pemerintah dan peraturan Menteri Perdagangan.

### **4.2.2 Franchisor**

Franchisor merupakan orang perorangan atau badan usaha yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pemberi waralaba dalam hal ini CV.EFFA INDOBOGA hendaknya menambahkan klausula di dalam perjanjian franchise TELA TELA mengenai sanksi yang tegas agar master franchise sebagai penerima waralaba dapat lebih aktif dalam menjalankan usaha. Serta di dalam pembuatan Perjanjian franchise hendaknya dibuat di hadapan Notaris agar mempunyai kekuatan hukum yang tetap dan mengikat.

#### **4.2.3 Master Franchisee**

Dalam hal ini sebagai penerima waralaba utama harus lebih aktif dalam hal pengawasan secara berkala dan memberikan motivasi kepada franchisee baik secara formal maupun non formal, agar franchisee dapat menjalankan usaha TELA TELA.

#### **4.2.4 Franchisee**

Franchisee atau penerima waralaba lanjutan dapat memanfaatkan secara optimal fasilitas yang diperoleh dari franchisor dan selalu mengikuti buku petunjuk TELA TELA serta aktif dalam kegiatan yang bersifat promosi.

#### **4.2.5. Masyarakat**

Bagi masyarakat yang ingin menjalankan usaha waralaba sebaiknya mengetahui terlebih dahulu petunjuk atau profil perusahaan waralaba untuk mengantisipasi apabila terjadi kesalahan dalam memilih usaha.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. BUKU-BUKU

- Abdurahman.A,1970, *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan, Perdagangan*, PT.Pradnya Paramita, Jakarta,hlm.424.
- A.Qyrom Syamsudin Meliala, *Pokok-pokok Hukum Perjanjian Beserta Perjanjian*, Yogyakarta : Liberty, 1985 Hal.18-24
- Achmad Busro, *Catatan kuliah Hukum Perdata, Hukum Perikatan*, Hal.14-17;
- Bambang Sunggono, S.H.,M.S,2003, *Metodologi Penelitian Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada,Hal 27.
- Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba*, Jakarta, Rajawali Press, 2001,Hlm 4.
- Purwahid Patrik, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, Semarang, Seksi Hukum Perdata FH Undip, 1996, Hal.47-49
- *Dasar-Dasar Hukum Perikatan*,CV, Mandar Maju,Bandung, 1994, Hal,4.
- Kartini Mulyadi dan Gunawan Widjaya, *Perikatan yang lahir dari Perjanjian*, PT, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002, Hal, 94.
- Mariam Darus Badruzaman, *Aneka Hukum Bisnis*, Alumni, Bandung, 1994, Hal. 24
- Maria S.W. Sumardjono,1997, *Pedoman Pembuatan Usulan Penelitian (sebuah Panduan Dasar)*,PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, Hal. 42.
- Ronny Hanitijo Soemitro,1990, *Metodelogi Penelitian Hukum dan Jurumetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- R.Setiawan,1987,*Pokok-Pokok Hukum Perikatan*,Bina Cipta, Bandung ,hal.49.



- R.Subekti, 1987, *Hukum Perjanjian*, PT. Intermasa, Jakarta.hlm.1.
- Salim.H.S. 2003,*Hukum Kontrak Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*,Sinar Grafika.Jakarta,hal.26.
- Sudikno Mertokusumo,1981,*Hukum Acara Perdata Indonesia*,Cetakan III,Liberty,Yogyakarta.hlm.58.
- Soerjono Soekanto, 1986,*Pengantar Penelitian Hukum*, UI press, Jakarta, Hal 6.
- Suharnoko,*Hukum Perjanjian, Teori dan Analisa Kasus*, Kencana Prenada Media group.2004
- Sutrisno Hadi, 2000,*Metode Research Jilid I*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono, 1993,*Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung, Hal 53.

## **B. PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN**

- Kitab Undang-undang Hukum Perdata.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.
- Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Perjanjian Waralaba TELA TELA Franchisor dengan Master Franchisee.
- Perjanjian Waralaba TELA TELA Master Franchisee dengan Franchisee.

### **C. JURNAL ATAU MAKALAH**

Direktorat Jenderal perdagangan, September 2005, *Informasi Waralaba*..

M.Udin Silalahi, 1999, *Perjanjian Franchise Berdasarkan Hukum Persaingan Eropa, Jurnal Hukum Bisnis, Vol 6*, Yayasan Pengembangan Hukum

Ridwan Khairandy, 1997, *Franchise Dan Kaitannya Sebagai Sarana Alih Teknologi : Suatu Tinjauan Hukum, Jurnal Hukum, No 7, Volume 4*, Fakultas Hukum UII, Yogyakarta, hlm.19

Rooseno Hardjowidigdo, 14-16 Desember 1993, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pada Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, BPHN, Jakarta.

### **D. INTERNET**

<http://salamfranchise.com/2008/03/03/Franchise-di-Indonesia-dan-Pengertiannya>.

<http://salamfranchise.com/2008/03/01/Epidemic-Tren-Konsep-Bisnis-Waralaba>.

**PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 42 TAHUN 2007**

**TENTANG**

**WARALABA**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,**

- Menimbang : bahwa untuk lebih meningkatkan tertib usaha dengan cara Waralaba serta meningkatkan kesempatan usaha nasional, perlu menetapkan Peraturan Pemerintah tentang Waralaba;
- Mengingat : 1. Pasal 5 ayat (2) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945;  
2. Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (*Burgelijke Wetboek, Staatblads 1847* Nomor 23);  
3. Undang-Undang Penyaluran Perusahaan 1934 (*Bedrijfs Reglementerings Ordonantie 1934, Staatblads 1938* Nomor 86);  
4. Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3611);

**MEMUTUSKAN:**

- Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG WARALABA.

**BAB I  
KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksudkan dengan :

1. Waralaba adalah 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.
2. Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.
3. Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba

untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

4. Menteri adalah menteri yang menyelenggarakan tugas pemerintahan di bidang perdagangan.

#### **Pasal 2**

Waralaba dapat diselenggarakan di seluruh wilayah Indonesia.

### **BAB II KRITERIA**

#### **Pasal 3**

Waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. memiliki ciri khas usaha;
- b. terbukti sudah memberikan 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
- f. Hak Kekayaan Intelektual yang telah terdaftar.

### **BAB III PERJANJIAN WARALABA**

#### **Pasal 4**

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia.
- (2) Dalam hal perjanjian sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditulis dalam bahasa asing, perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia.

#### **Pasal 5**

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 usaha;
- g. jangka waktu perjanjian;
- h. tata cara pembayaran imbalan;
- i. kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;
- j. penyelesaian sengketa; dan

- k. tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

#### **Pasal 6**

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba untuk menunjuk Penerima Waralaba lain.
- (2) Penerima Waralaba yang diberi hak untuk menunjuk Penerima Waralaba lain, harus memiliki dan melaksanakan sendiri paling sedikit 1 (satu) tempat usaha Waralaba.

### **BAB IV**

#### **KEWAJIBAN PEMBERI WARALABA**

#### **Pasal 7**

- (1) Pemberi Waralaba harus memberikan prospektus penawaran Waralaba kepada calon Penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.
- (2) Prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai :
  - a. data identitas Pemberi Waralaba;
  - b. legalitas usaha Pemberi Waralaba;
  - c. sejarah kegiatan usahanya;
  - d. struktur organisasi Pemberi Waralaba;
  - e. laporan keuangan 2 (dua) tahun terakhir;
  - f. jumlah tempat usaha;
  - g. daftar Penerima Waralaba; dan
  - h. hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

#### **Pasal 8**

Pemberi Waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian, dan pengembangan kepada Penerima Waralaba secara berkesinambungan.

#### **Pasal 9**

- (1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba 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.
- (2) Pemberi Waralaba harus bekerjasama dengan pengusaha kecil dan menengah di daerah setempat sebagai Penerima Waralaba atau pemasok barang dan/atau jasa sepanjang memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan oleh Pemberi Waralaba.

## **BAB V**

### **PENDAFTARAN**

#### **Pasal 10**

- (1) Pemberi Waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawaran Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba.
- (2) Pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.

#### **Pasal 11**

- (1) Penerima Waralaba wajib mendaftarkan perjanjian Waralaba.
- (2) Pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat dilakukan oleh pihak lain yang diberi kuasa.

#### **Pasal 12**

- (1) Permohonan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 diajukan dengan melampirkan dokumen :
  - a. fotokopi prospektus penawaran Waralaba; dan
  - b. fotokopi legalitas usaha.
- (2) Permohonan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 diajukan dengan melampirkan dokumen:
  - a. fotokopi legalitas usaha;
  - b. fotokopi perjanjian Waralaba;
  - c. fotokopi prospektus penawaran Waralaba; dan
  - d. fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik/pengurus perusahaan.
- (3) Permohonan pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) diajukan kepada Menteri.
- (4) Menteri menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba apabila permohonan pendaftaran Waralaba telah memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2).
- (5) Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (4) berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.

- (6) Dalam hal perjanjian Waralaba belum berakhir, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dapat diperpanjang untuk jangka waktu 5 (lima) tahun.
- (7) Proses permohonan dan penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba tidak dikenakan biaya.

### **Pasal 13**

Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pendaftaran Waralaba diatur dengan Peraturan Menteri.

## **BAB VI**

### **PEMBINAAN DAN PENGAWASAN**

#### **Pasal 14**

- (1) Pemerintah dan Pemerintah Daerah melakukan pembinaan Waralaba.
- (2) Pembinaan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain berupa pemberian :
  - a. pendidikan dan pelatihan Waralaba;
  - b. rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
  - c. rekomendasi untuk mengikuti pameran Waralaba baik di dalam negeri dan luar negeri;
  - d. bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
  - e. penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik; dan/atau
  - f. bantuan perkuatan permodalan.

#### **Pasal 15**

- (1) Menteri melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan Waralaba.
- (2) Menteri dapat melakukan koordinasi dengan instansi terkait dalam melaksanakan pengawasan sebagaimana dimaksud pada ayat (1).

## **BAB VII**

### **SANKSI**

#### **Pasal 16**

- (1) Menteri, Gubernur, Bupati/Walikota sesuai kewenangannya masing-masing dapat mengenakan sanksi administratif bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan/atau Pasal 11.
- (2) Sanksi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
  - a. peringatan tertulis;
  - b. denda; dan/atau
  - c. pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba.

#### **Pasal 17**

- (1) Sanksi administratif berupa peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf a, dikenakan kepada Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 8, Pasal 10, dan Pasal 11.
- (2) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat diberikan paling banyak 3 (tiga) kali dalam tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal surat peringatan sebelumnya diterbitkan.

#### **Pasal 18**

- (1) Sanksi administratif berupa denda sebagaimana dimaksud dalam Pasal 16 ayat (2) huruf b, dikenakan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran prospektus penawaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 10 atau Penerima Waralaba yang tidak melakukan pendaftaran perjanjian Waralaba sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.
- (2) Denda sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan paling banyak Rp100.000.000,00 (seratus juta rupiah).
- (3) Sanksi administratif berupa pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba sebagaimana dimaksud dalam pasal 16 ayat (2) huruf c, dikenakan kepada Pemberi Waralaba yang tidak melakukan pembinaan kepada Penerima Waralaba sebagaimana dimaksud



dalam Pasal 8 setelah diterbitkannya surat peringatan tertulis ketiga.

## **BAB VIII**

### **KETENTUAN PERALIHAN**

#### **Pasal 19**

- (1) Perjanjian Waralaba yang dibuat sebelum ditetapkan Peraturan Pemerintah ini harus didaftarkan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 ayat (1).
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 1 (satu) tahun sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.

## **BAB IX**

### **KETENTUAN PENUTUP**

#### **Pasal 20**

Pada saat Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku, Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

#### **Pasal 21**

Pada saat Peraturan Pemerintah ini berlaku, semua peraturan perundang-undangan yang merupakan peraturan pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1997 Nomor 49, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690) dinyatakan masih tetap berlaku sepanjang tidak bertentangan dengan Peraturan Pemerintah ini.

#### **Pasal 22**

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan penempatannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta

pada tanggal 23 Juli 2007

**PRESIDEN            REPUBLIK  
INDONESIA,**

**ttd.**

**DR. H. SUSILO BAMBANG  
YUDHOYONO**

Diundangkan di Jakarta  
pada tanggal 23 Juli 2007

**MENTERI HUKUM DAN HAK  
ASASI MANUSIA  
REPUBLIK INDONESIA,  
ttd.  
ANDI MATTALATTA**

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA TAHUN 2007 NOMOR 90

**PENJELASAN  
ATAS  
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA  
NOMOR 42 TAHUN 2007  
TENTANG  
WARALABA**

**I. UMUM**

Dalam rangka meningkatkan pembinaan usaha dengan Waralaba di seluruh Indonesia maka perlu mendorong pengusaha nasional terutama pengusaha kecil dan menengah untuk tumbuh sebagai Pemberi Waralaba nasional yang handal dan mempunyai daya saing di dalam negeri dan luar negeri khususnya dalam rangka memasarkan produk dalam negeri.

Pemerintah memandang perlu mengetahui legalitas dan bonafiditas usaha Pemberi Waralaba baik dari luar negeri dan dalam negeri guna menciptakan transparansi informasi usaha yang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh usaha nasional dalam memasarkan barang dan/atau jasa dengan Waralaba. Disamping itu, Pemerintah dapat memantau dan menyusun data Waralaba baik jumlah maupun jenis usaha yang diwaralabakan. Untuk itu, Pemberi Waralaba sebelum membuat perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba, harus menyampaikan prospektus penawaran Waralaba kepada Pemerintah dan calon Penerima Waralaba. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba harus menyampaikan perjanjian Waralaba tersebut kepada Pemerintah.

Peraturan Pemerintah ini diharapkan dapat memberikan kepastian berusaha dan kepastian hukum bagi Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dalam memasarkan produknya.

**II. PASAL DEMI PASAL**

Pasal 1

Cukup jelas.

Pasal 2

Cukup jelas.

Pasal 3

Huruf a

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. Misalnya, sistem manajemen,

cara penjualan dan pelayanan, atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari Pemberi Waralaba.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “terbukti sudah memberikan keuntungan” adalah menunjuk pada pengalaman Pemberi Waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 (lima) tahun dan telah mempunyai kiat-kiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan.

Huruf c

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 Procedure*).

Huruf d

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.

Huruf e

Yang dimaksud dengan “dukungan yang berkesinambungan” adalah dukungan dari Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba secara terus menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi.

Huruf f

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.

Pasal 4

Cukup jelas.

Pasal 5

Cukup jelas.

Pasal 6

Cukup jelas.

Pasal 7

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Yang dimaksud dengan “data identitas” adalah fotokopi Kartu Tanda Penduduk pemilik usaha apabila perseorangan, dan fotokopi Kartu Tanda Penduduk para pemegang saham, komisaris, dan direksi apabila berupa badan usaha.

Huruf b

Yang dimaksud dengan “legalitas usaha” adalah izin usaha teknis seperti Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP), Izin Tetap Usaha Pariwisata, Surat Izin Pendirian Satuan Pendidikan.

Huruf c

Yang dimaksud dengan “sejarah kegiatan usahanya” adalah uraian yang mencakup antara lain mengenai pendirian usaha, kegiatan usaha, dan pengembangan usaha.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Yang dimaksud dengan “tempat usaha” adalah outlet atau gerai untuk melaksanakan kegiatan usaha.

Huruf g

Yang dimaksud dengan “daftar Penerima Waralaba” adalah nama-nama perusahaan dan/atau perseorangan sebagai Penerima Waralaba.

Huruf h

Cukup jelas.

Pasal 8

Pembinaan yang diberikan Pemberi Waralaba dilaksanakan secara berkesinambungan, termasuk melakukan pengendalian mutu dan evaluasi terhadap bisnis yang dilakukan oleh Penerima Waralaba.

Pasal 9

Ketentuan ini dimaksudkan dalam rangka meningkatkan penggunaan produk dalam negeri dan tidak menggunakan produk luar negeri sepanjang tersedia produk pengganti dalam negeri dan memenuhi standar mutu produk yang dibutuhkan.

Pasal 10

Cukup jelas.

Pasal 11

Cukup jelas.

Pasal 12

Cukup jelas.

Pasal 13

Cukup jelas.

Pasal 14

Ayat (1)

Cukup jelas.

Ayat (2)

Huruf a

Cukup jelas.

Huruf b

Cukup jelas.

Huruf c

Cukup jelas.

Huruf d

Cukup jelas.

Huruf e

Cukup jelas.

Huruf f

Yang dimaksud dengan “perkuatan permodalan” adalah antara lain kemudahan mendapatkan fasilitas kredit dan mendapatkan bunga rendah.

Pasal 15

Cukup jelas.

Pasal 16

Cukup jelas.

Pasal 17

Cukup jelas.

Pasal 18

Denda ditetapkan oleh pejabat yang menerbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba atau pejabat yang ditunjuk dan disetor ke Kas Negara menjadi Pendapatan Negara Bukan Pajak.

Pencabutan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba dilakukan oleh pejabat yang menerbitkan atau pejabat yang ditunjuk.

Pasal 19

Cukup jelas.

Pasal 20

Cukup jelas.

Pasal 21

Cukup jelas.

Pasal 22  
Cukup jelas.

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA NOMOR 4742

**Peraturan Menteri Perdagangan no.12/M-DAG/PER/3/2006**

**KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN  
SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA**

PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA

NOMOR : 12/M-DAG/PER/3/2006

TENTANG

**KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN  
SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

MENTERI PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang :

- a. bahwa kegiatan usaha Waralaba perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan usaha Waralaba nasional dan meningkatkan peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai Pemberi Waralaba, Penerima Waralaba maupun sebagai Pemasok barang dan/atau jasa;
- b. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dalam huruf a perlu dikeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan;

Mengingat :

1. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1995 tentang Usaha Kecil (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 74, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 1995 Nomor 3611);
2. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintah Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004 Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437);
3. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 49 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3690);
4. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan (Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 91 Tahun 1997, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 3718);



5. Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 187/M Tahun 2004 tentang Pembentukan Kabinet Indonesia Bersatu, sebagaimana telah diubah dengan Keputusan Presiden Republik Indonesia Nomor 171/M Tahun 2005;
6. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 2005 tentang Kedudukan, Tugas, Fungsi, Susunan Organisasi dan Tata Kerja Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia No. 62 Tahun 2005;
7. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2005 tentang Unit Organisasi dan Tugas Eselon I Kementerian Negara Republik Indonesia sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2005;
8. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 01/M-DAG/PER/3/2005 tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perdagangan, sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 30/M-DAG/PER/12/2005;
9. Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 09/M-DAG/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Izin Usaha Perdagangan;

**MEMUTUSKAN :**

Menetapkan : **PERATURAN MENTERI PERDAGANGAN TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA.**

**BAB I**  
**KETENTUAN UMUM**

**Pasal 1**

Dalam Peraturan Menteri ini yang dimaksud dengan :

1. Waralaba (Franchise) 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.
2. Pemberi Waralaba (Franchisor) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.

3. Penerima Waralaba (Franchisee) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.
4. Penerima Waralaba Utama (Master Franchisee) adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba dan berbentuk Perusahaan Nasional.
5. Penerima Waralaba Lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan hak kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba melalui Penerima Waralaba Utama.
6. Perjanjian Waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama.
7. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba selanjutnya disingkat STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.
9. Menteri adalah Menteri yang tugas dan tanggungjawabnya dibidang Perdagangan.

## **BAB II**

### **KEGIATAN DAN PERSYARATAN USAHA WARALABA**

#### **Pasal 2**

Kegiatan usaha Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

#### **Pasal 3**

- (1) Perjanjian Waralaba dapat memuat klausula pemberian hak bagi Penerima Waralaba Utama untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan.
- (2) Penerima Waralaba Utama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) bertindak sebagai Pemberi Waralaba dalam melaksanakan Perjanjian Waralaba Lanjutan.

#### **Pasal 4**

Penerima Waralaba Utama wajib melaksanakan sendiri kegiatan usaha Waralaba dan mempunyai paling sedikit 1 (satu) tempat usaha.

## **Pasal 5**

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib memberikan keterangan tertulis atau prospektus mengenai data atau informasi usahanya dengan benar kepada Penerima Waralaba yang paling sedikit memuat:

- a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba 1 (satu) tahun terakhir;
- b. Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba disertai dokumen pendukung;
- c. Keterangan tentang kriteria atau persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba termasuk biaya investasi;
- d. Bantuan atau fasilitas yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan Kewajiban antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba; dan
- f. Data atau informasi lain yang perlu diketahui oleh Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba selain huruf a sampai dengan huruf e.

## **Pasal 6**

Perjanjian Waralaba memuat paling sedikit :

- a. Nama dan alamat perusahaan para pihak;
- b. Nama dan jenis Hak Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha seperti sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi Objek Waralaba;
- c. Hak dan kewajiban para pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- d. Wilayah usaha (zone) Waralaba;
- e. Jangka waktu perjanjian;
- f. Perpanjangan, pengakhiran dan pemutusan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Tata cara pembayaran imbalan;
- i. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba;
- j. Kepemilikan dan ahli waris.

## **Pasal 7**

(1) Jangka waktu Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba Utama berlaku paling sedikit 10 (sepuluh) tahun.

(2) Jangka Waktu Perjanjian Waralaba antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan berlaku paling sedikit 5 (lima) tahun.

## **Pasal 8**

- (1) Pemberi Waralaba dari luar negeri wajib memiliki surat keterangan legalitas usaha yang dikeluarkan oleh instansi berwenang di negara asalnya.
- (2) Surat keterangan legalitas usaha sebagaimana dimaksud pada ayat (1) harus dilegalisir oleh Atase Perdagangan/Pejabat Perwakilan RI di negara setempat.
- (3) Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki Izin Usaha dari Departemen/Instansi Teknis.

### **Pasal 9**

- (1) Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan.
- (2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan pengusaha kecil dan menengah daerah setempat sebagai pemasok barang dan atau jasa.

## **BAB III KEWENANGAN**

### **Pasal 10**

- (1) Menteri memiliki kewenangan pengaturan kegiatan usaha Waralaba.
- (2) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri.
- (3) Menteri melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Gubernur DKI/Bupati/Walikota bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (4) Bupati/Walikota melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggung jawab di bidang perdagangan bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.
- (5) Khusus Propinsi DKI Jakarta, Gubernur melimpahkan kewenangan penerbitan STPUW kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab dibidang perdagangan bagi Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam Negeri, Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Dalam dan Luar Negeri.

## **BAB IV**

### **TATA CARA DAN PERSYARATAN PENERBITAN STPUW**

#### **Pasal 11**

- (1) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan.
- (2) Penerima Waralaba Utama yang berasal dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Pemberi Waralaba Luar Negeri dan Dalam Negeri wajib mendaftarkan Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis atau prospektus kepada Kepala Dinas yang bertanggungjawab di bidang perdagangan daerah setempat.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan (2) dengan cara mengisi Daftar Isian Permohonan STPUW Model A, sebagaimana tercantum dalam Lampiran I Peraturan ini paling lambat 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung sejak tanggal berlakunya Perjanjian.

#### **Pasal 12**

- (1) Daftar Isian Permohonan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba atau kuasanya di atas kertas bermeterai cukup, diserahkan kepada pejabat penerbit STPUW dengan dilampirkan:
  - a. Copy Kartu Tanda Penduduk (KTP) pemilik/pengurus perusahaan;
  - b. Copy Izin Usaha Departemen/Instansi teknis;
  - c. Copy Tanda Daftar Perusahaan (TDP);
  - d. Copy Perjanjian Waralaba;
  - e. Copy Keterangan tertulis (Prospektus usaha) Pemberi Waralaba;
  - f. Copy Surat Keterangan Legalitas Usaha Pemberi Waralaba.
- (2) Copy dokumen sebagaimana dimaksud pada ayat (1), wajib dilampirkan dokumen asli dan akan dikembalikan kepada pemohon STPUW setelah selesai pemeriksaan mengenai keabsahannya.

#### **Pasal 13**

- (1) Paling lambat 5 (lima) hari kerja terhitung sejak diterimanya Daftar Isian Permohonan STPUW secara lengkap dan benar, Pejabat Penerbit STPUW menerbitkan STPUW dengan menggunakan formulir STPUW Model B, sebagaimana tercantum dalam lampiran II.
- (2) Apabila Daftar Isian Permintaan STPUW dinilai belum lengkap dan benar, paling lambat 5 (lima) hari kerja, pejabat penerbit STPUW membuat surat penolakan disertai alasan-alasan.

(3) Bagi pemohon yang ditolak permohonannya sebagaimana dimaksud pada ayat (2) dapat mengajukan permohonan STPUW kembali setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam Peraturan ini.

#### **Pasal 14**

Masa berlaku STPUW selama 5 (lima) tahun dan dapat diperpanjang apabila jangka waktu perjanjian Waralaba masih berlaku.

#### **Pasal 15**

(1) Dalam hal Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhirnya masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (Clean Break).

(2) Dalam hal Penerima Waralaba Utama yang bertindak sebagai Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama, sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut dalam bentuk kesepakatan bersama melalui penyelesaian secara tuntas (Clean Break).

### **BAB IV PEMBINAAN USAHA WARALABA**

#### **Pasal 16**

Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam Pasal 11 dilaksanakan dalam rangka kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara Waralaba.

#### **Pasal 17**

(1) Pemilik STPUW berhak mendapatkan fasilitas secara selektif sesuai program pemerintah yang tersedia.

(2) Fasilitas sebagaimana dimaksud pada ayat (1) antara lain terdiri dari :

- a. pendidikan dan pelatihan;
- b. rekomendasi untuk memanfaatkan sarana perpasaran;
- c. rekomendasi untuk mengikuti pameran baik di dalam dan luar negeri;

- d. bantuan konsultasi melalui klinik bisnis;
- e. pemberian penghargaan kepada Pemberi Waralaba lokal terbaik.

## **BAB V PELAPORAN**

### **Pasal 18**

- (1) Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan tahunan kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perkembangan kegiatan usaha Waralaba setiap tanggal 31 Januari dengan menggunakan Formulir Model C sebagaimana dimaksud dalam Lampiran III Peraturan ini.
- (2) Pemilik STPUW wajib menyampaikan laporan secara tertulis kepada pejabat penerbit STPUW mengenai perubahan berupa:
  - a. Penambahan atau pengurangan tempat usaha (outlet);
  - b. Pengalihan kepemilikan usaha;
  - c. Pемindahan alamat Kantor Pusat atau tempat usaha Waralaba;
  - d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk badan usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;
  - e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

## **BAB VI SANKSI**

### **Pasal 19**

- (1) Pemilik STPUW yang melanggar ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 18 dikenakan sanksi administratif berupa peringatan tertulis dari pejabat penerbit STPUW.
- (2) Peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) diberikan paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu 2 (dua) minggu terhitung sejak tanggal pengiriman oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Surat Peringatan Tertulis Model D, sebagaimana tercantum dalam Lampiran IV Peraturan ini.

### **Pasal 20**

- (1) Pemilik STPUW yang tidak mengindahkan peringatan tertulis sebagaimana dimaksud dalam pasal 19 ayat (2) dikenakan sanksi administratif

berupa pemberhentian sementara STPUW paling lama 1 (satu) bulan.

(2) Pemberhentian sementara STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pemberhentian Sementara Model E, sebagaimana tercantum dalam Lampiran V Peraturan ini.

#### **Pasal 21**

(1) Pemilik STPUW yang tetap tidak mengindahkan atau tidak melakukan perbaikan setelah pelanggaran ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 20 ayat (1) dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW.

(2) Pencabutan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan oleh Pejabat penerbit STPUW dengan mengeluarkan Keputusan Pencabutan STPUW Model F sebagaimana tercantum dalam Lampiran VI Peraturan ini.

#### **Pasal 22**

Pemilik STPUW yang dikenakan sanksi administratif berupa pencabutan STPUW dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

#### **Pasal 23**

Penerima Waralaba yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam pasal 11 ayat (1) dan ayat (2) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha Waralaba meskipun telah diberi peringatan tertulis paling banyak 3 (tiga) kali berturut-turut dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis.

### **BAB VII KETENTUAN LAIN**

#### **Pasal 24**

(1) Ketentuan pelaksanaan dan hal-hal teknis yang belum diatur dalam Peraturan Menteri ini, ditetapkan lebih lanjut oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri, Departemen Perdagangan.

(2) Dengan berlakunya Peraturan ini maka ketentuan waralaba sebagaimana diatur dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba dinyatakan tidak berlaku.



**Pasal 25**

Penerima Waralaba Utama/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memiliki STPUW, wajib melakukan penyesuaian dengan ketentuan dalam Peraturan ini dan diberikan tenggang waktu 1 (satu) tahun dihitung sejak tanggal ditetapkan Peraturan ini.

**BAB VIII  
PENUTUP****Pasal 26**

Peraturan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Peraturan ini dengan menempatkannya dalam Berita Negara Republik Indonesia

Ditetapkan di Jakarta  
pada tanggal 29 Maret 2006

MENTERI PERDAGANGAN R.I.

ttd

MARI ELKA PANGESTU

**Kesepakatan Bersama**  
**tentang Pengakhiran Perjanjian Franchise dan**  
**Pengalihan Hak Franchise**

Pada tanggal ... bulan ..... tahun 2007, di Yogyakarta, telah dibuat Kesepakatan Bersama tentang Pengakhiran Perjanjian Franchise dan Pengalihan Hak Franchise (selanjutnya disebut **Kesepakatan Bersama**), antara:

Manajemen Tela Tela Fried Cassava, berkantor pusat di Tambak Bayan III/12 Yogyakarta 55281, dalam hal ini diwakili oleh ..... dalam kapasitasnya sebagai ....., yang sah bertindak untuk dan atas nama Tela Tela Fried Cassava; selanjutnya disebut **Pihak Pertama**; dan ....., swasta, beralamat di .....; selanjutnya disebut sebagai **Pihak Kedua**; ....., swasta, beralamat di ....., selanjutnya disebut sebagai **Pihak Ketiga**.

Pihak Pertama dan Pihak Kedua secara bersama-sama disebut sebagai **Para Pihak**.

Para pihak terlebih dahulu menjelaskan hal-hal sebagai berikut:

Para Pihak telah menandatangani SKKB/ Perjanjian Franchise tertanggal ....., mengenai pengelolaan waralaba Tela Tela Fried Cassava di wilayah/ lokasi .....; Bahwa setelah mempertimbangkan perkembangan dan kondisi terakhir, Para Pihak sepakat untuk mengakhiri SKKB/ Perjanjian Franchise tersebut, dan mengalihkan hak franchise kepada Pihak Ketiga sebagai pengganti Pihak Kedua. Untuk tujuan dimaksud Para Pihak sepakat membuat Kesepakatan Bersama ini dengan syarat dan ketentuan sebagai berikut:

**1. Pengakhiran SKKB/Perjanjian Franchise dan Pengalihan Hak Franchise**

PENGAKHIRAN PERJANJIAN, PENGALIHAN HAK DAN PERJANJIAN BARU. Dengan ini Pihak Pertama dan Pihak Kedua sepakat mengakhiri SKKB/ Perjanjian Franchise

tertanggal ..... . Sehubungan dengan pengakhiran SKKB/ Perjanjian Franchise tersebut, dimengerti oleh Para Pihak bahwa Pihak Kedua mengembalikan hak franchise kepada Pihak Pertama, dan Pihak Pertama untuk selanjutnya memberikan Hak Franchise Tela Tela Fried Cassava kepada Pihak Ketiga. Untuk tujuan dimaksud, dimengerti oleh para pihak bahwa Pihak Pertama dan Pihak Ketiga akan membuat Perjanjian Franchise yang baru. Pengalihan hak dimaksud meliputi pengalihan counter, segala perlengkapan dan atribut Tela Tela Fried Cassava oleh Pihak Kedua kepada Pihak Ketiga.

BUKAN PENGALIHAN TANGGUNG JAWAB. Dalam hal terdapat tuntutan ganti kerugian terhadap pihak kedua atas kewajiban yang tertunda, segala kerugian dan akibat hukum yang timbul dari perbuatan yang dilakukan oleh Pihak Kedua, menjadi tanggung jawab Pihak Kedua sepenuhnya. Pihak Pertama dan Pihak Ketiga tidak memiliki kewajiban Ganti Rugi apapun kepada pihak manapun serta dibebaskan dari konsekuensi hukum yang timbul dari perbuatan Pihak Kedua tersebut.

## **2. Perlindungan Hak atas Kekayaan Intelektual, Kerahasiaan & Larangan Persaingan**

Pihak Kedua tidak boleh lagi menggunakan hak franchise Tela Tela Fried Cassava, dengan cara dan dalam bentuk apapun sebagai merek dagang atau jasa, nama dagang, termasuk setiap macam tiruan sehubungan dengan barang, jasa atau usaha tersebut.

Pihak Kedua wajib menjaga kerahasiaan atas bahan-bahan, resep-resep, pengelolaan dan pengoperasian, jasa pelayanan yang dimiliki dan pernah diberikan oleh Pihak Pertama untuk jangka waktu setidaknya 5 (lima) tahun setelah penandatanganan Kesepakatan Bersama ini.

Penerima Waralaba dilarang untuk menjalankan bisnis lain yang secara langsung bersaing dengan bisnis Tela Tela Fried Cassava untuk jangka waktu setidaknya 5 (lima) tahun setelah penandatanganan Kesepakatan Bersama ini.

**3. Kompensasi Counter dan Joint Fee**

Sehubungan dengan pengakhiran SKKB/Perjanjian Franchise dan pengalihan hak tersebut di atas, Pihak Kedua berhak atas kompensasi peralihan Counter senilai Rp.....,- dari Pihak Ketiga. Pihak Ketiga wajib membayar Joint Fee kepada Pihak Pertama.

Kesepakatan Bersama ini berlaku sejak ditandatangani oleh Para Pihak, merupakan kewajiban yang sah dan mengikat menurut hukum bagi Para Pihak, dan dapat dimintakan pertanggungjawaban hukum kepada masing masing Pihak.

Demikian Kesepakatan Bersama ini dibuat dengan itikad baik untuk untuk ditaati dan dilaksanakan oleh Para Pihak.

**Pihak Pertama**

**Pihak Kedua**

**Pihak Ketiga**

Manajemen Tela Tela

.....

.....

.....

## RIWAYAT HIDUP PENULIS



**Ade Nugraha**, Lahir di Palembang pada tanggal 2 September 1979, merupakan anak pertama dari empat bersaudara dari pasangan Bachtera Kelana dengan Jasniwati, Suami dari Dewi Suningsih, S.Si., M.T., serta ayah dari satu anak yang bernama Aisyah Putri Nugraha. Saat ini tinggal di Semarang, Tempat dimana menyelesaikan studi sebagai Mahasiswa Magister Kenotariatan UNDIP.

Riwayat Pendidikan, dimulai dari Taman Kanak-kanak Persit Kartika Chandra Kirana sampai dengan Sekolah Dasar Taman Siswa 3 Palembang Lulus Tahun 1991 Kemudian melanjutkan di SMP YKPP 3 Palembang lulus Tahun 1994 dan SMA YKPP 2 Palembang Lulus Tahun 1997, Pendidikan Strata Satu Fakultas Hukum Universitas Islam Bandung lulus Tahun 2003 Jurusan Hukum Perdata dan Melanjutkan Pendidikan Strata Dua Tahun 2007 di Magister Kenotariatan Universitas Diponegoro Semarang lulus pada tanggal 13 April 2009.