



**PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAK  
DALAM PERJANJIAN WARALABA**  
(Analisis kontrak bisnis Waralaba Lokal “Apotek K-24” Di Semarang)

**TESIS**

**Disusun  
Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Derajat S-2  
Program Studi Magister Kenotariatan**

**Oleh  
SHEILA FELICIA  
B4B 008 253**

**PEMBIMBING :  
Dr. Budi Santoso, SH.MS.**

**PROGRAM STUDI MAGISTER KENOTARIATAN  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2010**

**PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAK  
DALAM PERJANJIAN WARALABA**  
(Analisis kontrak bisnis Waralaba Lokal “Apotek K-24” Di Semarang)

Disusun Oleh :

**SHEILA FELICIA**  
**B4B 008 253**

Dipertahankan di hadapan Tim Penguji  
Pada tanggal 23 Maret 2010

Tesis ini telah diterima  
Sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar  
Magister Kenotariatan

Pembimbing,

Mengetahui,  
Ketua Program Studi  
Magister Kenotariatan  
Universitas Diponegoro

**Dr. Budi Santoso, SH.,MS.**  
NIP. 19611005 198603 1 001

**H. Kashadi, SH.MH.**  
NIP. 19540624 198203 1 001

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini, Nama : **SHEILA FELICIA**, dengan ini menyatakan hal-hal sebagai berikut :

1. Tesis ini adalah **hasil karya saya sendiri** dan di dalam tesis ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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 sifatnya.

Semarang, 23 Maret 2010

Yang menerangkan,

**SHEILA FELICIA**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus, karena atas berkat dan pernyataannya, penulis bisa menyelesaikan tesis yang berjudul **PERLINDUNGAN HUKUM PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (Analisis kontrak bisnis Waralaba Lokal “Apotek K-24” Di Semarang)**. Penyusunan tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Pascasarjana Magister Kenotariatan pada Universitas Diponegoro, Semarang.

Pada kesempatan ini Penulis ingin menyampaikan rasa hormat, terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. DR. dr. Susilo Wibowo, M.S., Med.,Spd. And. selaku Rektor Universitas Diponegoro Semarang;
2. Prof. Drs. Y. Warella, MPA., PhD. Selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang;
3. Bapak Prof. Dr. Arief Hidayat, SH. M.Hum., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Diponegoro Semarang;
4. Bapak H. Kashadi, SH., MH. selaku Ketua Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang;
5. Bapak Dr. Budi Santoso, S.H., MS. selaku Sekretaris Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang Bidang Akademik sekaligus selaku Dosen Pembimbing yang penuh kesabaran dan ketulusan hati telah mencurahkan dan memberikan saran-saran terbaik kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.
6. Bapak Dr. Suteki, SH., M.Hum. selaku Sekretaris Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro Semarang Bidang Administrasi Dan Keuangan;
7. Bapak Agung Basuki, SH. selaku Dosen Wali atas bimbingan dan arahan selama penulis belajar di Magister Kenotariatan Program Pascasarjana

Universitas Diponegoro Semarang;

8. Ibu Prof. Dr. Ety Susilowati, SH.MS., dan Ibu Rinitami, SH.M.Hum. selaku anggota Tim Review Proposal dan Tim Penguji Tesis yang telah meluangkan waktu untuk menguji Tesis ini;
9. Seluruh staf pengajar Program Studi Magister Kenotariatan, Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang dan seluruh staf Administrasi dan Sekretariat yang telah banyak membantu Penulis selama Penulis belajar di Program Studi Magister Kenotariatan, Pascasarjana, Universitas Diponegoro, Semarang;
10. Papa dan Mama tercinta, yang telah menghadirkan penulis ke dunia ini, dan yang selalu memberikan kepercayaan kepada penulis untuk terus maju. Sangat disadari bahwa apa yang kumiliki saat ini, merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari harapan Papa dan Mama selama ini;
11. Begitu juga dengan Ko stephen, Ci Kiky dan Sabrina, serta Ko Very terima kasih atas doa, semangat, waktu dan bantuannya selama ini;
12. Keluarga besar Kertadinata, dan keluarga besar Handradjasa, terima kasih atas dukungan dan doa yang telah diberikan selama ini;
13. Terimakasih untuk ko very, deni catur, mba intan, lyna, erlina, putri, mba lusi yang selalu memberikan bantuan berupa semangat dan perhatiannya sehingga menyelesaikan tesis ini. Kalian semua telah mendukung dan menemani serta menjadi teman yang baik selama ini. Semoga pertemanan kita tidak sampai disini saja.
14. Semua teman-teman perjuangan angkatan 2008, dan teman-teman fitnes Gumaya;
15. Teman-teman yang jaga di copyan cahaya, mas Sis, San, Heru, Mad dan Fauzi;
16. Pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu-satu. Semua pihak dan rekan-rekan mahasiswa yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang turut memberikan sumbangsuhnya baik moril maupun materiil dalam menyelesaikan tesis ini.

Mengingat kemampuan dan pengetahuan dari Penulis yang masih terbatas, Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dan ketidak sempurnaan yang ditemui. Oleh karena itu, dengan hati terbuka dan lapang dada, Penulis mengharapkan saran atau kritik yang sifatnya positif terhadap tulisan ini, guna peningkatan kemampuan Penulis di masa mendatang dan kemajuan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang hukum.

Semarang,

Penulis

## Abstrak

Kemudahan yang ditawarkan Apotek K-24 sebagai *Franchise* lokal kepada pihak masyarakat yang berkeinginan untuk membuka usaha mandiri, diharapkan dalam menyongsong era modernisasi kegiatan usaha di Indonesia tersebut dapat memberi kesempatan lebih banyak kepada pengusaha untuk semakin kuat sehingga dapat memperkuat perekonomian nasional dengan melalui cara memiliki usaha dengan menggunakan Mitra Mandiri.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee* dan pelaksanaan perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) dalam praktek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *juridis empiris*, dengan spesifikasi penelitian *deskriptif analitis*. Data dalam penelitian ini bersumber dari data primer yang diperoleh dengan penelitian lapangan melalui wawancara dan data sekunder dihimpun melalui studi kepustakaan dengan studi dokumen meliputi bahan hukum primer dan bahan hukum sekunder. Penelitian ini dianalisis secara kualitatif.

Hasil penelitian dapat diketahui bahwa : 1). Perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchising* bidang obat-obatan antara *Franchisor* dengan *Franchisee*, apabila terjadi pemutusan perjanjian sepihak, *franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *franchise agreement*. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *franchisor* sebagai pemberi waralaba, maka sebelum *franchisor* menentukan, *franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan *franchisee* lama, termasuk persoalan ganti rugi. 2) Perjanjian *franchise* adalah merupakan perjanjian istimewa bagi para pihak yang terikat di dalamnya, karena berkaitan dengan hak-hak kekayaan intelektual dan model perjanjian standar dengan penerapan klausula baku adalah sangat tidak seimbang dalam hal pemenuhan prestasi maupun kontra prestasi; selain itu perjanjian *franchise* hampir selalu dibuat dalam bentuk perjanjian standar dengan klausula baku, mengingat perjanjian tersebut berkaitan dengan "permohonan" pihak *franchisee* untuk dapat menggunakan merek dagang dari *franchisor*, sehingga oleh karena itu *franchisor* harus memproteksi hak-hak istimewanya, dalam hal ini caranya adalah melalui penggunaan perjanjian standar dan klausula baku.

*Kata Kunci : Perlindungan Hukum, Perjanjian Waralaba, Apotek K-24*

## Abstract

The easy of offered by Apotek K-24 as a local Franchise to the public desiring to create an independent business, in welcoming the modernization era of business activities in Indonesia, is expected to be able to provide more opportunities to entrepreneurs being stronger, thus, they are able to strengthen national economy by possessing their businesses using Independent Partners.

The objectives of this research are to find out the legal protection for the parties involved in the Franchise agreement in medicines (Apotek K-24) between the Franchisor and the Franchisee and the execution of the Franchise agreement in medicines (Apotek K-24) in its practice. The method used in this research is the juridical-empirical method of approach, with the research specification of the descriptive-analytical research. The data used in this research are sourced from the primary data collected by conducting a field research using interviews and secondary data collected from a literature study using a documentary study including primary and secondary legal materials. This research is analyzed qualitatively.

From the research results, it can be found that: 1). The legal protection for the parties involved in the Franchise agreement in medicines (Apotek K-24) between the Franchisor and the Franchisee, if there is any severance of agreement unilaterally, the franchisee is the harmed party because, from the beginning, the franchisee has paid the expenses as repayment, a direct compensation at the beginning of the agreement of franchise agreement. If that agreement is severed by the franchisor as the provider of franchise, therefore, before the franchisor decides the new franchisee, all problems emerging together with the old franchisee should be resolved, including the matter of compensation. 2). A franchise agreement is a special agreement for the parties involved in it because it relates to the intellectual property rights and the standard agreement model with the implementation of standard clauses is very unequal in the matter of the fulfillment of achievement and counter-achievement. Besides that, a franchise agreement is mostly composed in the form of a standard agreement with standard clauses, considering that that agreement relates to the "request" of franchisee to be able to use the trade-mark of the franchisor, therefore, the franchisor must protect its special privileges, in this case, the way is by using the standard agreement and standard clauses.

*Keywords : legal protection, franchise agreement, Apotek K-24*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	
HALAMAN PERNYATAAN .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
ABSTRAK .....	v
ABSTRACT .....	vi
DAFTAR ISI .....	vii
DAFTAR ISTILAH .....	x

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. perumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
E. Kerangka Pemikiran .....	10
F. Metode Penelitian .....	26
1. Metode Pendekatan .....	26
2. Spesifikasi Penelitian .....	27
3. Sumber dan Jenis Data .....	27

4. Teknik Pengumpulan Data .....	28
5. Teknik Analisis Data .....	32

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian.....	33
1. Pengertian Perjanjian .....	33
2. Syarat Sahnya Perjanjian.....	36
B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	44
1. Pengertian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	44
2. Jenis-Jenis dan Pola Waralaba ( <i>Franchise</i> ) Dalam Bisnis...	53
3. Dasar Hukum Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	62
4. Ruang Lingkup Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	63
5. Obyek dan Subyek Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) .....	63
6. Kriterion Sebuah Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	65
7. Hak dan Kewajiban Para Pihak ( <i>franchisor</i> dengan <i>franchisee</i> ) Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	66
8. Jangka Waktu Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ).....	67

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

A. Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) Bidang Obat-obatan (Apotek K-24) antara <i>Franchisor</i> Dengan <i>Franchisee</i> .....	69
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

1. Sejarah Munculnya Perjanjian <i>Franchise</i> .....	69
2. Sejarah Pengaturan Apotik.....	75
3. Gambaran Umum Waralaba ( <i>Franchise</i> ) Bidang Obat- Obatan Apotek K-24 .....	81
a. Sejarah K-24 .....	81
b. Konsep Bisnis K-24 .....	82
c. Visi Apotek K-24 .....	83
d. Misi Apotek K-24 .....	84
4. Isi Perjanjian <i>Franchising</i> Bidang Obat-obatan (Apotek K-24) antara <i>Franchisor</i> dengan <i>Franchisee</i> .....	84
B. Pelaksanaan Perjanjian Waralaba ( <i>Franchise</i> ) Bidang Obat- obatan (Apotek K-24) Dalam Praktek.....	100

#### **BAB IV PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	122
B. Saran .....	123

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR ISTILAH

<i>Capital goods</i>	: bahan pokok atau peralatan;
<i>Curatele</i>	: cukup umur, tidak ditempatkan di bawah perwalian;
<i>Crossed license</i>	: Lisensi timbal balik;
<i>Control</i>	: pengawasan;
<i>Direct monetary compensasion</i>	: kompensasi langsung yang dalam bentuk nilai moneter;
<i>Efisiens</i>	: kedayagunaan;
<i>Goodwill</i>	: nama baik/reputasi;
<i>Franchise</i>	: waralaba;
<i>Franchisor</i>	: pemilik waralaba;
<i>Franchisee</i>	: pewaralaba;
<i>Franchisee agreement</i>	: perjanjian waralaba;
<i>Franchising ethics</i>	: Etika pewaralabaan;
<i>Franchising system</i>	: sitem waralaba;
<i>Fund supply</i>	: sumber dana modal bagi investor;
<i>Intellectual property rights)</i>	: hak milik intelektual;
<i>Indirect and nonmonetary compensation</i>	: kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi; yang diberikan dalam bentuk nilai moneter
<i>lisensi</i>	: izin yang diberikan oleh pemegang Hak Rahasia Dagang kepada pihak lain melalui suatu perjanjian berdasarkan pada pemberian hak untuk menikmati manfaat ekonomi dari suatu Rahasia Dagang yang diberi perlindungan dalam jangka waktu tertentu dan syarat tertentu;
<i>Royalty</i>	: Merupakan imbalan sejumlah uang yang diberikan oleh licensee kepada lisensor atas

pemakaian patennya selama waktu tertentu, atau dapat juga terjadi tanpa adanya lisensi lebih dahulu;

- Standart form contract* : Bagi franchisor perjanjian baku;
- Uniformnity* : penyeragaman;
- K-24* : Komplet 24 jam;
- Lump sum payment* : suatu jumlah uang yang telah di hitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima waralaba pada saat persetujuan pemberian waralaba di sepakati untuk diberikan oleh penerima waralaba;
- Shop front* : tampilan / display perwakilan;
- Trade mark* : merk dagang;
- Trade name* : nama dagang;
- Vermastchappelijking* : pemasyarakatan;
- Waralaba* : 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 pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa;

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang.**

Di Indonesia pada dewasa ini telah dikenal usaha waralaba di berbagai bidang baik makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya. Hal ini tergantung dari jumlah besarnya modal yang dimiliki dan sebagai negara yang berkembang, Negara Indonesia masuk dalam lima besar negara yang memiliki perkembangan waralaba terbesar di dunia. Waralaba yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh waralaba lokal walaupun tidak menutup kemungkinan waralaba asing juga dapat ditemui. Suatu bentuk kegiatan ekonomi yang baru bagi masyarakat Indonesia yang menjanjikan bentuk usaha mandiri dengan sistem pembelian merek dagang yang sudah dikenal untuk dijalankan sendiri.

Pada masyarakat itu sendiri sebenarnya telah memiliki suatu komunitas usaha yang dikembangkan oleh Pengusaha secara berkesinambungan yang telah terseleksi dan terpilih oleh masyarakat. Bagi masyarakat yang memiliki modal kecil, usaha mandiri adalah merupakan salah satu alternatif jalan untuk belajar menjalankan usaha mandiri. Jenis usaha yang menjadi pilihan bagi pengembang usaha modal kecil adalah makanan walaupun tidak menutup kemungkinan jenis usaha waralaba yang lain.

Kesempatan memiliki usaha dengan modal kecil masih tetap terbuka bagi pelaku bisnis baru untuk mencoba mengembangkan usahanya di persaingan yang sudah kompleks dalam pengertian yang terlepas dari latar belakang pendidikan dan kemampuan dalam menjalankan usaha. Keinginan tersebut telah ditangkap oleh pelaku bisnis yang telah berkecimpung dalam usaha ini dengan menawarkan produk usaha dengan modal kecil tetapi dapat memperoleh untung besar. Dengan bentuk penawaran yang begitu menarik banyak para pelaku bisnis yang baru untuk mencoba menjalankan usaha tersebut ditambah dengan modal yang terjangkau justru lebih memberikan peluang usaha yang seakan menjanjikan.

Industri *Franchise* dan *Business Opportunity* menunjukkan grafik yang terus menaik. Tingkat peduli masyarakat terhadap industri ini semakin hari semakin besar. Pemerintah sendiri telah berbuat banyak untuk memberikan fasilitas dan menstimulasi perkembangan usaha tersebut, terlihat diterbitkannya Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba.<sup>1</sup>

Pengertian waralaba dapat ditinjau dari berbagai sudut. Dari sudut pemilik waralaba (*Franchisor*), waralaba dapat dianggap sebagai sekelompok hak milik intelektual. Dari sudut pewaralaba (*Franchisee*), waralaba dapat dianggap sebagai paket bisnis sedang dari sudut hukum, waralaba adalah suatu kontrak atau perjanjian kerjasama standard. Di mata pemerintah dan

---

<sup>1</sup> Adriansyah Parman, Dirjen Perdagangan Dalam Negeri Departemen Perdagangan RI, majalah *Franchise Indonesia*, edisi 10 November – 9 Desember 2006, Halaman 4

masyarakat umum waralaba dapat dipandang sebagai suatu hubungan kemitraan usaha.

Pengertian waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relative baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan, khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.

Pada saat ini di Indonesia telah ada peraturan yang khusus mengatur mengenai waralaba, yaitu dengan menggunakan dasar hukum Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba yang menggantikan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Berkaitan dengan hal tersebut, menurut penulis walaupun memiliki peraturan khusus yang mengatur mengenai waralaba setidaknya untuk menjaga agar terciptanya hubungan bisnis yang baik adalah dimulai dengan terdapatnya perjanjian waralaba yang memenuhi syarat sebagai berikut :

1. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba ( *Franchisee agreement* ) yang disahkan secara hukum ( *legal document* );
2. Kesepakatan ini menjelaskan secara rinci segala hak dan kewajiban dari pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*);
3. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pengwaralaba (*Franchisor*) tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek

dagang, format atau pola usaha, dan hal-hal yang khusus yang dikembangkan untuk suksesnya usaha tersebut;

4. Perjanjian kerjasama tersebut memberi kemungkinan pengwaralaba (*Franchisor*) mengendalikan system usaha yang dilisensikannya;
5. Perjanjian waralaba tersebut harus jujur, jelas dan adil. Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh pewaralaba (*Franchisee*);
6. Adanya keseimbangan antara pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*).

Bentuk kesepakatan kerjasama ini dituangkan dalam bentuk perjanjian secara tertulis yang memuat beberapa klausula baku dan tambahan yang telah dibicarakan sebelumnya antara kedua belah pihak. Klausula baku ini meliputi sistem operasional, cara penyajian dan penyediaan stock barang yang harus disediakan oleh Pihak *Franchisee*. Kemampuan pihak *Franchisee* untuk dapat menyajikan dan menjaga cita rasa dari nama usaha dagang adalah akan diberikan pelatihan secara khusus sebelumnya oleh pihak *Franchisor*.

Pengertian waralaba dapat ditinjau dari berbagai sudut. Dari sudut pemilik waralaba (*Franchisor*), waralaba dapat dianggap sebagai sekelompok hak milik intelektual. Dari sudut pewaralaba (*Franchisee*), waralaba dapat dianggap sebagai paket bisnis, sedang dari sudut hukum waralaba adalah suatu kontrak atau perjanjian standard. Di mata pemerintah dan masyarakat umum waralaba dapat dipandang sebagai suatu hubungan kemitraan usaha.

Selanjutnya pengertian waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relative baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan, khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.

Konsep bisnis waralaba<sup>2</sup> terdiri dari :

a. *Business Format Franchise*;

Pewaralaba (*Franchisee*) diberi *lisensi* untuk melakukan usaha dengan menggunakan paket bisnis dengan merek dagang yang telah dikembangkan oleh pengwaralaba (*Franchisor*).

b. *Product Franchise*

Pengwaralaba (*Franchisor*) menghasilkan produk dan pewaralaba (*Franchisee*) menyediakan outlet untuk produk yang dihasilkan oleh pengwaralaba.

Jenis waralaba ini dipakai misalnya pada keagenan pompa bensin (dengan Pertamina) dan bidang kesehatan khususnya penyediaan obat melalui apotek (Apotek K-24). Pewaralaba (*Franchisee*) mendistribusikan produk dan jasa sesuai dengan sistem yang ditetapkan oleh pengwaralaba (*Franchisor*), walaupun produk dan jasa tersebut tidak menggunakan merek dagang pengwaralaba.

---

<sup>2</sup> V. Winarto. *Makalah Seminar Aspek-aspek Hukum Franchising* , Surabaya 23 Oktober 1993, Halaman 5

Waralaba adalah format bisnis yang mempunyai karakteristik pokok sebagai berikut :<sup>3</sup>

- a. Ada kesepakatan kerjasama yang tertulis;
- b. Selama kerjasama tersebut pihak pengwaralaba (*Franchisor*) mengizinkan pewaralaba (*Franchisee*) menggunakan merek dagang dan identitas usaha milik pengwaralaba dalam bidang usaha yang disepakati. Penggunaan identitas usaha tersebut akan menimbulkan asosiasi pada masyarakat adanya kesamaan produk dan jasa dengan pengwaralaba;
- c. Selama kerjasama tersebut pihak pengwaralaba memberikan jasa penyiapan usaha dan melakukan pendampingan berkelanjutan pada pengwaralaba;
- d. Selama kerjasama tersebut pengwaralaba mengikuti ketentuan yang telah disusun oleh pengwaralaba yang menjadi dasar usaha yang sukses;
- e. Selama kerjasama tersebut pengwaralaba melakukan pengendalian hasil dan kegiatan dalam kedudukannya sebagai pimpinan sistem kerjasama.

Ini meliputi sistem operasional, cara penyajian dan penyediaan stock barang yang harus disediakan oleh Pihak *Franchisee*. Kemampuan pihak *Franchisee* untuk dapat menyajikan dari nama usaha dagang Apotek K-24 adalah akan diberikan pelatihan secara khusus sebelumnya oleh pihak *Franchisor*. Mengenai klausula tambahan adalah mengenai dibukanya gerai lebih dari satu anak cabang disatu daerah tanpa adanya penambahan biaya.

---

<sup>3</sup> Ibid. Halaman 6

Kemudahan yang ditawarkan Apotek K-24 sebagai *Franchise* lokal kepada pihak masyarakat yang berkeinginan untuk membuka usaha mandiri, diharapkan dalam menyongsong era modernisasi kegiatan usaha di Indonesia tersebut dapat memberi kesempatan lebih banyak kepada pengusaha untuk semakin kuat sehingga dapat memperkuat perekonomian nasional dengan melalui cara memiliki usaha dengan menggunakan Mitra Mandiri.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dalam latar belakang tersebut diatas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee* ?
2. Bagaimana pelaksanaan perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) dalam praktek ?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengkaji dan menganalisis perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee*;

2. Untuk mengkaji dan menganalisis pelaksanaan perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) dalam praktek.

#### **D. Manfaat Penelitian.**

Sehubungan dengan hal-hal tersebut diatas, maka penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Secara Akademik.

Berguna untuk mengembangkan ilmu hukum yang lebih luas dalam bidang ilmu hukum perikatan, hak kekayaan intelektual dan hukum ekonomi.

2. Bagi Peneliti.

- a. Sebagai pengetahuan di bidang hukum mengenai berbagai jenis hubungan hukum maupun klausula yang dapat dipilih untuk melaksanakan perikatan waralaba ini;

- b. Untuk memenuhi tugas dan syarat memperoleh gelar Magister Kenotariatan dalam Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro.

3. Bagi Kalangan Umum.

Dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pelaku bisnis usaha waralaba dalam menjalankan bisnis usaha yang telah dipilih agar memiliki pertimbangan usaha, pemikiran dalam pengembangan usaha dan bertanggung jawab atas persoalan yang timbul dengan menyelesaikan secara bijaksana menurut hukum yang telah mengaturnya serta serta untuk

lebih memahami tahapan dan proses penyeimbangan usaha selama menjalankan usaha waralaba ini.

#### **E. Kerangka Pemikiran.**

Aktivitas *Franchising* dalam bentuknya yang banyak ditemui saat ini merupakan suatu fenomena bisnis yang baru. Sistem ini sudah dipakai di Indonesia walaupun belum ada badan yang menampung atau mengikuti perkembangan bidang ini. Juga *Franchise* dan sistem *Franchise* masih sangat terbatas yang paham. Namun di Indonesia berlaku dua UU yang menjadi dasar pemberian perlindungan hukum kepada hak milik intelektual perusahaan, yakni Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten dan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek. Dengan adanya UU Patent memungkinkan *Franchisor* memperoleh perlindungan hukum terhadap kemungkinan adanya usaha peniruan. Hal yang dapat dipatenkan mencakup antara lain teknologi dan proses produksi.

*Franchise* atau waralaba pada hakekatnya merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya. Pengembangan usaha semakin cepat dengan dana yang relatif terbatas, karena dengan melibatkan investor lain untuk turut serta menggunakan pengalaman, hak kekayaan intelektual, sistem atau cara kerja serta ketrampilan yang dimilikinya.

Pengembangan usaha melalui waralaba pada dasarnya mengembangkan usaha secara cepat memakai modal pihak lain, tentu saja risikonya juga ditanggung oleh penerima waralaba. Penerima waralaba akan mendapatkan pelatihan, sistem, hak kekayaan intelektual, bahkan peralatan maupun bahan baku, tanpa harus memiliki pengalaman usaha lebih dahulu. Adapun pemberi waralaba mempunyai hak untuk mendapatkan *Franchise fee* atas penggunaan merek dan sistem, yang diterimakan pada awal perjanjian untuk suatu jangka waktu tertentu biasanya sekurang-kurangnya lima tahun. Selain itu juga mendapatkan royalty dari penerima waralaba, yang berupa persentase dari nilai penjualan setiap bulannya.

Menurut ketentuan Peraturan Pemerintah (PP) No 16 tahun 1997 tentang Waralaba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba, dinyatakan:

“Waralaba 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 pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Dari rumusan Pasal tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan suatu perikatan/perjanjian antara dua pihak. Sebagai perjanjian dapat dipastikan semua ketentuan dalam hukum perdata (KUHPerdata) tentang perjanjian (Pasal 1313), sahnyanya perjanjian (Pasal 1320) dan ketentuan Pasal 1338. Dengan demikian, apabila pihak pewaralaba pihak asing, sedangkan

terwaralaba adalah Indonesia, maka perjanjiannya terikat pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba.

Pada dasarnya waralaba berkenan dengan pemberian izin oleh seorang pemilik waralaba (*Franchisor*) kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi untuk menggunakan hak-hak pemilik waralaba yang berada dibidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadangkala disebut dengan pemberian izin lisensi.

Perjanjian *lisensi* biasa tidak sama dengan pemberian (perjanjian) lisensi waralaba. Kalau pada pemberian (perjanjian) lisensi biasanya hanya meliputi pemberian izin lisensi bagi penggunaan merek tertentu. Sedangkan pada waralaba, pemberian izin lisensi meliputi pelbagai macam hak milik intelektual, Keseluruhan hak-hak milik intelek bahwa alai-alai dibeli atau disewakan darinya. Selain yang disebut diatas perjanjian waralaba (*Franchising*).

Pemberian *lisensi* hukum tentang Hama perniagaan, merek, model, desain dan sebagainya. Bidang-bidang hukum itu dapat dikelompokkan dalam bidang hukum perjanjian dan dalam bidang hukum tentang hak milik intelektual.

Selanjutnya bagaimana format perjanjian waralaba ? Apakah bentuknya harus otentik dalam akta notaris? Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba tak menjelaskannya. Hanya saja dalam PP

ditentukan, perjanjian waralaba dibuat tertulis dalam bahasa Indonesia. Dengan demikian, berdasarkan ketentuan tersebut dapat disimpulkan, perjanjian waralaba tak perlu dalam bentuk akta notaris. Para pihak dapat membuat sendiri - di bawah tangan - dengan mengikuti ketentuan KUHPerdara. Namun demikian, agar terjamin kepastian hukumnya, menurut penulis maka perjanjian waralaba tersebut dibuat dalam bentuk akta otentik yang dibuat oleh notaries.

Selanjutnya PP ini mewajibkan pemberi waralaba - sebelum mengadakan perjanjian dengan penerima waralaba - memberikan keterangan menyangkut kegiatan usahanya, hak atas Haki-nya, hak dan kewajiban masing-masing pihak, persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba, pengakhiran perjanjian, pembatalan dan perpanjangan perjanjian.

Keterangan-keterangan berikut perjanjian waralaba tersebut harus didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 hari sejak berlakunya perjanjian waralaba. Bila tak dilakukan, maka pencabutan izin usaha perdagangan (SIUP) dapat dilakukan. Sebagai pelaksana PP, pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan menerbitkan keputusan No: 259/ MPP/Kep/7/1997 yang antara lain mengatur tentang jangka waktu perjanjian waralaba.

Selain itu, disyaratkan pula untuk mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa sesuai perjanjian waralaba. Di dalam Undang-Undang

Merek No 15 tahun 2001 sendiri tidak diatur secara khusus tentang waralaba, hanya dalam Pasal 43 Ayat (1) dikatakan, pemilik merek terdaftar berhak memberikan *lisensi* kepada pihak lain untuk memakai merek tersebut dengan perjanjian dan wajib didaftarkan ke Direktorat Jenderal Haki.

Selain itu pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian *lisensi*, hanya saja agak berbeda dengan pengertian *lisensi* pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk menggunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima *lisensi*.

Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif. Seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berada dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari pemberi waralaba.

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh *Franchisor* bagi para *Franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *Franchisee* dan *Franchisor*, misalnya hak teritorial yang dimiliki *Franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *Franchisee* kepada *Franchisor*, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *Franchisee* dengan *Franchisor*.

Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi *das sein* menyimpang dari *das sollen*. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian.

Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera di dalam

perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemungkinan pihak dirugikan mendapatkan ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum positif di Indonesia.

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Wanprestasi dari pihak *Franchisee* dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan *Franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba, dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak *Franchisor* dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak melakukan pembinaan kepada *Franchisee* sesuai dengan yang diperjanjikan, tidak mau membantu *Franchisee* dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya, dan lain-lain.

Asas kebebasan berkontrak tidak diterapkan secara sempurna dalam perjalanan waralaba (*Franchise*) bahkan kehendak bebas tidak dapat terwujud secara mutlak namun semata-mata hanya untuk mewujudkan kepentingan umum. Dalam perjanjian waralaba (*Franchise Agreement*) yang tersisa dari penerapan asas kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan pihak *Franchisor* untuk menentukan atau memilih partner bisnis sebagai *Franchisee*,

karena kebebasan menentukan isi dan bentuk perjanjian sudah tidak ada lagi dengan dituangkannya *Franchisee Agreement* dalam bentuk perjanjian baku.

Bagi *Franchisor* perjanjian baku (*standart form contract*) karena keinginan penyeragaman (*uniformity*), kedayagunaan (efisiensi) dan pengawasan (*control*) yang lebih mudah. Hal ini sebagai bentuk perlindungan pemerintah terhadap pihak yang lemah (*Franchisee*), berdasarkan Pasal 4 ayat 1 dan 2 PP No. 42/2007 dibuat dalam bentuk tertulis antara *Franchisor* dan *Franchisee*.

*Franchisee* perlu memperoleh perlindungan hukum dari pemutusan perjanjian secara sewenang-wenang *Franchisor*. Jika terjadi pemutusan perjanjian sepihak, *Franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *Franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *Franchise agreement*.

Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 menentukan jangka waktu minimal 5 tahun bagi masa berlakunya perjanjian waralaba. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *Franchisor* sebagai pemberi waralaba, maka sebelum *Franchisor* menentukan ,*Franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan *Franchisee* lama, termasuk persoalan ganti rugi.

Apabila permasalahan ini belum terselesaikan maka tidak akan diterbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk *Franchisee* yang bar', berdasarkan Pasal 8 Kep Memperindag disebutkan bahwa jangka waktu

perjanjian waralaba berlaku paling sedikit selama 5 (lima) tahun. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *Franchisor*, maka sebelum menunjuk *Franchisee* yang baru harus diselesaikan terlebih dahulu segala permasalahan yang timbul dengan *Franchisee* yang lama termasuk persoalan ganti rugi sehingga sebelum permasalahan ini diselesaikan, maka tidak akan diterbitkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) untuk *Franchisee* yang baru.

### **1. Kesepakatan Kerjasama dalam Waralaba**

Dalam perjanjian tentang waralaba harus mempunyai syarat-syarat sebagai berikut:<sup>4</sup>

- a. Kesepakatan kerjasama sebaiknya tertuang dalam suatu perjanjian waralaba yang disahkan secara hukum;
- b. Kesepakatan kerjasama ini menjelaskan secara rinci segala hak, kewajiban dan tugas dari pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*);
- c. Masing-masing pihak yang bersepakat sangat dianjurkan, bahkan untuk beberapa negara dijadikan syarat, untuk mendapatkan nasihat dari ahli hukum yang kompeten, mengenai isi dari perjanjian tersebut dan dengan waktu yang dianggap cukup untuk memahaminya;
- d. Tiga prinsip dari suatu perjanjian waralaba:
  - 1) Harus jujur dan jelas;
  - 2) Tiap Pasal dalam perjanjian harus adil;

---

<sup>4</sup> Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis*, Cetakan Kedua, (Jakarta : Radja Grafindo Persada, 2003), Halaman 80

3) Isi dari perjanjian dapat dipaksakan berdasarkan hukum.

Setiap perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda. Sebab perjanjian waralaba dikembangkan secara khusus dan tidak meniru perjanjian yang dibuat dalam konteks/faktor yang berbeda.

## 2. Perjanjian Waralaba dari Sudut Pengwaralaba (*Franchisor*)

Dalam kebanyakan sistem waralaba, pengwaralaba mempunyai hak atas:

- a. Logo merk dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek dan atau nama tersebut;
- b. Format/pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk "buku pegangan" (manual), yang sebagian isinya adalah rahasia usaha;
- c. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, disain, dan program khusus;
- d. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas yang dapat dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam UU Hak cipta.

Dengan hal yang dimiliki tersebut di atas pengwaralaba/*Franchisor* mencantulkannya dalam perjanjian *waralaba/Franchise agreement* sehingga perjanjian tersebut mempunyai sifat sebagai berikut:

- a. Suatu perjanjian yang dikuatkan oleh hukum (legal agreement);

- b. Memberi kemungkinan pengwaralaba/*Franchisor* tetap mempunyai hak atas nama dagang dan atau merek dagang, format/pola usaha, dan hal-hal khusus yang dikembangkannya untuk suksesnya usaha tersebut;
- c. Memberi kemungkinan pengwaralaba/*Franchisor* mengendalikan sistem usaha yang dilisensikannya;
- d. Hak, kewajiban dan tugas masing-masing pihak dapat diterima oleh pewaralaba/ *Franchisee*.

### **3. Isi Kesepakatan Kerja Sama.**

Walaupun suatu kesepakatan kerja sama adalah antara dua pihak yang bersepakat, namun dalam isi kesepakatan tersebut paling tidak ada dua pihak lain yang terkena pula dampaknya, yaitu:

- a. Pewaralaba/*Franchisee* lain dalam sistim pewaralaba (*Franchising* system) yang sama;
- b. Konsumen atau klien dari pewaralaba (*Franchisee*) maupun masyarakat umumnya

Pewaralaba lain dalam sistim pewaralaba (*Franchising*) yang sama berharap bahwa pewaralaba yang baru menjadi anggota akan menjaga Hama dari seluruh sistim dengan menepati standar yang telah menyebabkan seluruh sistim berhasil. Konsumen atau masyarakat pada umumnya mengharapkan adanya produk atau jasa yang konsisten/standar yang diterimanya di tempat lain. Dalam isi kerja sama dalam sistem

waralaba (*Franchise*) dikembangkan suatu yang khas tentang kerja sama yang merupakan hat dan tidak terdapat dalam sistim yang lain.

Ini merupakan sekaligus kekuatan dari sistim waralaba yang dikembangkan. Jadi disamping adanya kekhasan produk/jasa yang ditawarkan kepada konsumen akhir, seorang pewaralaba (*Franchisor*) juga mengembangkan paket usaha yang tertuang diantaranya secara rind dalam perjanjian waralaba (*Franchise agreement*) yang harus unik dan menarik bagi calon "pembelinya", yaitu pewaralaba (*Franchisee*).

Secara garis besar pada umumnya perjanjian waralaba memuat sebagai berikut:

- a. Hak yang diberikan oleh pengwaralaba (*Franchisor*) pada pewaralaba (*Franchisee*). Hak yang diberikan meliputi antara lain penggunaan metode atau resep yang khusus, penggunaan merek dan atau Hama dagang, jangka waktu hak tersebut dan perpanjangannya, wilayah kegiatan dan hak yang lain sehubungan dengan pembelian kebutuhan operasi bila ada;
- b. Kewajiban dari pewaralaba (*Franchisee*) sebagai imba4an atas hak yang diterima dan kegiatan yang ditakukan oleh pengwaralaba (*Franchisor*) pada saat pewaralaba (*Franchisee*) memuaii usaha maupun selama menjadi anggota dari sistim waralaba (*Franchise*);
- c. Hal yang berkaitan dengan kasus penjualan hak pewaralaba (*Franchisee*) kepada pihak lain. Bila pewaralaba tidak inginmeneruskan

sendiri usaha tersebut dan ingin menjualnya kepada pihak lain maka suatu *tats cars* perlu disepakati sebelumnya;

d. Hal yang berkaitan dengan pengakhiran perjanjian kerja sama dari masing-masing pihak.

#### **4. Perjanjian Waralaba di Indonesia**

Di Indonesia tidak/belum ada hukum/peraturan tentang waralaba (*Franchise*). Hal yang sama juga dialami oleh banyak negara, misalnya Inggris dan Australia. Ketiadaan peraturan khusus tentang pewaralaba (*Franchising*) dapat dianggap berita baik ataupun buruk. Berita buruknya adalah dengan ketiadaan pedoman khusus tersebut maka baik pengwaralaba (*Franchisor*) maupun pewaralaba (*Franchisees*) harus menggantungkan pada kesepakatan yang tertulis di dalam kontrak kerja sama. Artinya kedua belah pihak harus sangat teliti dan hati-hati atas apa yang disepakati.

Perlindungan dari ketentuan yang lain yang mengatur suatu kerjasama waralaba (*Franchise*) dapat diasumsikan sulit diperoleh, walaupun ada. Etika pewaralabaan (*Franchising ethics*) merupakan sumber yang sementara ini dapat dijadikan pedoman apakah perjanjian yang disusun mempunyai landasan yang adil dan benar. Berita baik dari tidak adanya peraturan di bidang waralaba (*Franchise*) adalah baik pengwaralaba (*Franchisor*) dan pewaralaba (*Franchisee*) dapat bebas bersepakat apapun juga.

Berdasarkan Pasal 1338 KUHPerdara, tercantum ketentuan sebagai berikut:

Semua kontrak yang dibuat secara sah menurut hukum, akan mengikat secara hukum mereka yang membuatnya sendiri.

Suatu perjanjian hanya ada, jika mempunyai 4 syarat sebagai berikut:

- a. harus adanya persetujuan dari kedua belah pihak yang mengadakan perjanjian: (ada meeting of minds dan tidak ada paksaan);
- b. mereka harus mampu menurut hukum untuk mengadakan perjanjian (cukup umur, tidak ditempatkan di bawah perwalian/curatele);
- c. perjanjian mengenai suatu pokok hal tertentu;
- d. yang diperjanjikan adalah sesuatu yang tidak bertentangan dengan hukum dan juga tidak bertentangan dengan ketertiban umum dan moral.

Dalam hal persyaratan Pasal 1320 KUHPerdara ini dipenuhi maka seperti perintah Pasal 1338 KUHPerdara, perjanjian yang dibuat itu berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak. Jadi, sebuah "*Franchise agreement*" akan mengikat baik *Franchisor* dan *Franchisee*, dan karenanya amat penting bagi para pihak mengatur isi perjanjian secara rinci.

Pengaturan substansi kontrak tidak semata-mata dibiarkan kepada para pihak namun perlu juga diawasi. Pemerintah sebagai pengemban kepentingan umum menjaga keseimbangan kepentingan individu dan kepentingan masyarakat. Melalui penerobosan hukum kontrak oleh

pemerintah maka terjadi pergeseran hukum kontrak ke bidang hukum publik. Oleh karena itu, melalui intervensi pemerintah inilah terjadi pemasyarakatan (*vermastchappelijking*) hukum kontrak/perjanjian.

## **F. Metode Penelitian**

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>5</sup>

### **1. Metode Pendekatan.**

Metode pendekatan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Yuridis Empiris*, yaitu penelitian hukum dengan cara pendekatan fakta yang ada dengan jalan mengadakan pengamatan dan penelitian dilapangan kemudian dikaji dan ditelaah berdasarkan peraturan perundang-undangan yang terkait sebagai acuan untuk memecahkan masalah.<sup>6</sup> Terutama dalam perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee* pelaksanaan

---

<sup>5</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Penelitian Hukum Normatif-Suatu Tinjauan Singkat*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007), Halaman 6.

<sup>6</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1998), Halaman 52

perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) dalam praktek.

## **2. Spesifikasi Penelitian.**

Spesifikasi penelitian ini adalah penelitian deskriptif analitis. Penelitian ini melakukan analisis hanya sampai pada taraf deskripsi, yaitu menganalisis dan menyajikan fakta secara sistimatis sehingga dapat lebih mudah untuk difahami dan disimpulkan.<sup>7</sup> Khususnya mengenai perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee* dan pelaksanaan perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) dalam praktek.

## **3. Sumber dan Jenis Data**

Secara umum jenis data yang diperlukan dalam suatu penelitian hukum terarah pada penelitian data sekunder dan data primer.<sup>8</sup> Penelitian ini menggunakan jenis sumber data primer yang didukung dengan data sekunder, yaitu : data yang mendukung keterangan atau menunjang kelengkapan Data Primer yang diperoleh dari perpustakaan dan koleksi pustaka pribadi penulis yang dilakukan dengan cara studi pustaka atau literatur.

---

<sup>7</sup> Irawan Soehartono, *Metode Penelitian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, (Bandung, Remaja Rosda Karya, 1999), Halaman 63.

<sup>8</sup> Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Tesis, (Semarang : Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, 2009) Halaman 6.

Berkaitan dengan hal tersebut, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan sumber dan jenis data sebagai berikut :

- a. Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari sampel dan responden melalui wawancara atau interview dan penyebaran angket atau *questioner*.<sup>9</sup>
- b. Data Sekunder, yaitu data yang mendukung keterangan atau kelengkapan data primer.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Didalam mencari dan mengumpulkan data yang diperlukan difokuskan pada pokok-pokok permasalahan yang ada yaitu tentang pelaksanaan perjanjian usaha waralaba antara pihak, sehingga penelitian ini tidak terjadi penyimpangan dalam pembahasan.

Data yang diperlukan dalam pembahasan tesis ini diperoleh melalui data kepustakaan dan penelitian lapangan.

##### a. Penelitian Lapangan

###### Data Primer

Data Primer, adalah data yang diperoleh secara langsung dari masyarakat yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya,<sup>10</sup> dengan para responden yang menjadi subyek, yaitu mengenai pelaksanaan perjanjian usaha waralaba antara pihak *Franchisor* dan

---

<sup>9</sup> Ronny Hanitijo Soemitro, *Op. Cit*, Halaman 10

<sup>10</sup> P. Joko Subagyo, *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Cetakan Kelima, (Jakarta : Rineka Cipta, 2006). Halaman. 87

*Franchisee*. Adapun data primer dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1) Daerah Penelitian

Penelitian akan dilaksanakan di wilayah Kota Semarang yang dalam hal ini adalah pihak Mitra Usaha sebagai *Franchisee* yang menerima Lisensee dari Apotek K-24 sebanyak 3 Mitra Usaha.

2) Obyek Penelitian

Obyek dalam penelitian ini adalah tentang perjanjian *Franchise* atau Waralaba bidang obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee*.

3) Subyek Penelitian

Subyek penelitian adalah himpunan bagian atau sebagian dari obyek. Dalam suatu penelitian, pada umumnya observasi dilakukan tidak terhadap obyek tetapi dilaksanakan pada subyek.<sup>11</sup> Penelitian dilakukan terhadap mereka yang terpilih sebagai responden. Penentuan responden dilakukan secara purposive yaitu dengan cara pengambilan subyek didasarkan pada tujuan tertentu karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya<sup>12</sup>.

Adapun subyek penelitian ini adalah institusi dan orang atau badan hukum yan terkait dalam obyek penelitian , yaitu yang akan dijadikan responden dalam penelitian adalah mereka yang terlibat dalam

---

<sup>11</sup> Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, (Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada, 1997), halaman. 119

<sup>12</sup> *Ibid.* Halaman 52

pelaksanaan perjanjian usaha waralaba antara pihak *Franchisor* dan *Franchisee*. Responden dikelompokkan berdasarkan keterlibatan para pihak dalam pelaksanaan perjanjian usaha waralaba antara pihak *Franchisor* dan *Franchisee*.

b. Penelitian Kepustakaan

Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan.<sup>13</sup>

Data yang diperlukan dalam penelitian kepustakaan ini adalah data sekunder yang meliputi :

1) Bahan Hukum Primer

Berbagai peraturan perundang-undangan yang menyangkut waralaba, yaitu :

- a) Kitab Undang-undang Hukum Perdata;
- b) Undang-Undang nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan;
- c) Undang-Undang nomor 30 tahun 2000 mengenai Rahasia Dagang;
- d) Undang-Undang Nomor 14 tahun 2001 mengenai Paten;
- e) Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 mengenai Merek;
- f) Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba.

2) Bahan Hukum Sekunder

---

<sup>13</sup> Ibid, Halaman. 88

Semua publikasi tentang hukum yang merupakan dokumen yang tidak resmi, meliputi buku-buku teks yang membicarakan sesuatu dan/atau beberapa permasalahan hukum, termasuk skripsi, tesis dan disertasi hukum serta kamus hukum termasuk jurnal hukum dan komentar hakim. Publikasi tersebut merupakan petunjuk atau penjelasan mengenai Bahan Hukum Primer atau Bahan Hukum Sekunder yang berasal dari kamus, ensiklopedia, jurnal, surat kabar dan sebagainya.<sup>14</sup> Adapun Bahan Hukum Sekunder, meliputi :

- a) Buku-buku Ilmiah;
- b) Makalah Seminar;
- c) Hasil Penelitian.

## **5. Teknik Analisis Data**

Berdasarkan data yang terkumpul dari penelitian yang dilakukan di lapangan, maka analisis data yang dilakukan menggunakan metode *analisis kualitatif*, yaitu sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif, berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar belakang dari individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi dalam hal ini, tidak boleh

---

<sup>14</sup> Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, *Op. Cit.* Halaman 33-37

mengisolasikan individu atau institusi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.<sup>15</sup>

---

<sup>15</sup> Lexy Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 1990), Halaman 3.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian.

##### 1. Pengertian Perjanjian.

Adapun pengertian perjanjian adalah :<sup>16</sup>

“Suatu hubungan hukum kekayaan/harta benda antara dua orang atau lebih yang memberi kekuatan hak pada satu pihak untuk memperoleh prestasi dan sekaligus mewajibkan pada pihak lain untuk menunaikan prestasi”.

Selanjutnya menurut ketentuan Pasal 1313 KUHPerdata mengawali ketentuan yang diatur dalam Bab Kedua Buku III KUHPerdata dengan menyatakan bahwa :

“suatu perjanjian adalah perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang lain atau lebih”.

Perbuatan yang disebutkan dalam rumusan awal ketentuan Pasal 1313 KUHPerdata menjelaskan bahwa perjanjian hanya mungkin terjadi jika ada suatu perbuatan yang nyata. Baik dalam bentuk ucapan, maupun tindakan secara fisik dan tidak hanya dalam bentuk pikiran semata-mata sehingga suatu perjanjian adalah :

1. Suatu perbuatan ;
2. Antara sekurang-kurangnya dua orang atau lebih;

---

<sup>16</sup> M.Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*. (Bandung : Alumni, 1982), halaman 3

3. Perbuatan tersebut melahirkan perikatan diantara pihak-pihak yang berjanji.

Berdasarkan pengertian diatas di dalamnya dapat dijumpai beberapa unsur yang memberi wujud pengertian perjanjian antara lain hubungan hukum yang menyangkut Hukum Kekayaan antara dua orang atau lebih yang memberi hak pada suatu pihak dan kewajiban pada pihak lain tentang suatu prestasi. Kalau demikian perjanjian adalah hubungan hukum yang oleh hukum itu sendiri diatur dan disahkan cara perhubungannya.

Perjanjian yang mengandung hubungan hukum antara perorangan / person adalah hal-hal yang terletak dan berada dalam lingkungan hukum. Itulah sebabnya hubungan hukum dalam perjanjian bukan suatu hubungan yang bisa timbul dengan sendirinya seperti yang dijumpai dalam harta benda dan kekeluargaan.

Hubungan hukum antara pihak yang satu dengan yang lain dalam perjanjian tidak bisa timbul dengan sendirinya. Hubungan itu tercipta oleh karena adanya "tindakan hukum". Tindakan / perbuatan hukum yang dilakukan oleh pihak-pihak yang menimbulkan hubungan hukum perjanjian, sehingga terhadap satu pihak diberi hak oleh pihak lain untuk memperoleh "prestasi". Sedangkan pihak lain itupun menyediakan diri dibebani dengan "kewajiban" untuk menunaikan prestasi.<sup>17</sup>

Rumusan yang diberikan dalam Pasal 1313 KUHPerdara menegaskan bahwa perjanjian mengakibatkan seseorang mengikatkan

---

<sup>17</sup> Ibid. halaman 6-7

dirinya terhadap orang lain. Ini berarti dari suatu perjanjian lahir kewajiban atau prestasi dari satu atau lebih orang (Pihak) kepada satu atau lebih orang (Pihak) lainnya yang berhak atas prestasi tersebut. Rumusan ini memberikan konsekuensi hukum bahwa dalam suatu perjanjian akan selalu ada dua pihak, dimana satu pihak adalah pihak yang wajib berprestasi (debitur) dan pihak lainnya adalah pihak yang berhak atas prestasi tersebut (kreditur) masing-masing pihaknya ilmu hukum, pihak tersebut dapat juga terdiri dari satu atau lebih orang. Bahkan dengan berkembangnya ilmu hukum, pihak tersebut dapat juga terdiri dari satu atau badan hukum<sup>18</sup>.

Dalam hukum perjanjian berlaku system terbuka yang maksudnya adalah masyarakat bebas mengadakan ataupun membuat perjanjian dengan pihak lain asal dari isi perjanjian tersebut tidak bertentangan dengan ketertiban dan kesusilaan. Selain itu dalam mengadakan perjanjian diperlukan kesepakatan diantara para pihak. Perjanjian sah jika hal-hal pokok sudah disepakati oleh kedua pihak.

## **2. Syarat-syarat sahnya perjanjian.**

Syarat sahnya perjanjian dapat ditemukan dalam ketentuan Pasal 1320 KUHPerdara yang berbunyi "Untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan 4 (empat) syarat":

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya ;

---

<sup>18</sup> Kartini Muijadi dan Gunawan Widjaja, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, (Jakarta : Raja Grafindo Persada, 2004), halaman 92

- b. Kecakapan untuk membuat perjanjian ;
- c. Hal tertentu ;
- d. Suatu sebab yang halal.

Keempat unsur tersebut selanjutnya dalam doktrin ilmu hukum yang berkembang digolongkan kedalam : <sup>19</sup>

- a. Dua unsur pokok yang menyangkut subyek (pihak) yang mengadakan perjanjian (unsur subjektif);

- 1) Terjadinya kesepakatan secara bebas diantaranya para pihak yang mengadakan atau melangsungkan perjanjian (kesepakatan bebas). Menurut ketentuan yang diatur dalam KUHPerdara dikatakan bahwa pada dasarnya kesepakatan bebas dianggap terjadi pada saat perjanjian dibuat oleh pihak kecuali dapat dibuktikan bahwa kesepakatan tersebut terjadi karena adanya kekhilafan, paksaan, maupun penipuan, sebagaimana ditentukan dalam Pasal 1321 KUHPerdara yang berbunyi

“ Tiada suatu perjanjian pun mempunyai kekuatan jika diberikan karena kekhilafan atau diperoleh dengan paksaan atau penipuan “.

Kedua belah pihak dalam suatu perjanjian harus mempunyai kemauan yang bebas untuk mengikatkan diri dan kemauan itu harus dinyatakan, pernyataan dapat dilakukan dengan tegas atau secara diam-diam.

- 2) Kecakapan Untuk Bertindak

---

<sup>19</sup> *Ibid*, halaman 93

Dalam hal ini kedua belah pihak harus cakap menurut hukum untuk bertindak sendiri, ada beberapa golongan orang oleh Undang-Undang dinyatakan “Tidak Cakap” untuk melakukan perbuatan sendiri.

Perbuatan hukum tersebut adalah bagi mereka yang dibawah umur, orang dibawah pengawasan dan perempuan yang telah kawin Pasal 1330 KUHPerduta. Hal-hal yang berhubungan dengan kecakapan, kekuasaan dan kewenangan bertindak dalam rangka perbuatan untuk kepentingan diri pribadi orang perorangan diatur dalam Pasal 1329 sampai dengan Pasal 1331 KUHPerduta.

Menurut ketentuan Pasal 1329 KUHPerduta menyatakan bahwa :

“setiap orang adalah cakap untuk membuat perikatan-perikatan jika oleh Undang-Undang tidak dinyatakan tidak cakap “.

Pengertian tidak cakap untuk membuat perjanjian-perjanjian menurut Pasal 1330 KUHPerduta :

a) Anak belum dewasa

Menurut ketentuan Pasal 330 KUHPerduta, yang dimaksud dengan belum dewasa adalah :

“mereka yang belum mencapai umur genap dua puluh satu tahun dan tidak lebih dahulu telah kawin. Apabila perkawinan dibubarkan sebelum umur mereka genap dua puluh satu tahun, maka mereka tidak kembali lagi dalam kedudukan belum dewasa. Mereka yang belum dewasa dan tidak berada dibawah kekuasaan orang tua, berada

dibawah perwalian atas dasar dan dengan cara sebagaimana diatur dalam bagian ketiga, keempat, kelima dan keenam bab ini “.

jadi ketentuan Pasal 330 KUHPerdara memberi arti yang luas mengenai kecakapan bertindak dalam hukum yaitu:

1. Seorang baru dikatakan dewasa jika ia :
  - a. Telah berusia 21 tahun, atau
  - b. Telah menikah;
  - c. Seorang anak yang sudah menikah tetapi kemudian perkawinannya dibubarkan sebelum ia genap berusia 21 tahun tetap dianggap telah dewasa.
2. Anak yang belum dewasa dalam setiap tindakannya dalam hukum diwakili oleh :
  - a. Orang tuanya, dalam hal anak tersebut masih berada dibawah kekuasaan orang tua.
  - b. Walinya, jika anak tersebut sudah tidak berada dibawah kekuasaan orang tuanya.

Dengan berlakunya Undang-Undang Perkawinan Nomor 1 tahun 1974 dalam Pasal 50 menyatakan bahwa :

- a. Anak yang belum mencapai umur delapan belas tahun atau belum pernah melangsungkan perkawinan yang tidak berada dibawah kekuasaan orang tua, berada di bawah kekuasaan wali;

b. Perwalian itu mengenai pribadi anak yang bersangkutan maupun harta bendanya.

3. Orang yang ditaruh dibawah pengampuan.

Ketentuan mengenai pengampuan diatur dalam Pasal 433 KUHPerdara yang menyatakan bahwa :

“Setiap orang dewasa, yang selalu berada dalam keadaan dungu, sakit otak atau mata gelap harus ditaruh dibawah pengampuan, pun jika ia kadang-kadang cakap mempergunakan pikirannya. Seorang dewasa boleh juga ditaruh dibawah pengampuan karena keborosannya”.

Permintaan pengampuan menurut Pasal 436 KUHPerdara harus diajukan kepada Pengadilan Negeri dan dengan menurut surat penetapan Pengadilan Negeri, tempat dimana orang tersebut diletakkan dibawah pengampuan.

b. Dua unsur lainnya yang berhubungan langsung dengan objek perjanjian (unsur objektif).

1) Tentang hal tertentu dalam perjanjian.

Diatur didalam Pasal 1332 sampai dengan Pasal 1334 KUHPerdara, yang menjelaskan maksud dari hal tertentu dengan memberikan rumusan dalam Pasal 1333 KUHPerdara yang berbunyi sebagai berikut :

“Suatu perjanjian harus mempunyai sebagai pokok perjanjian berupa suatu kebendaan yang paling sedikit ditentukan jenisnya. Tidak menjadi halangan bahwa jumlah kebendaan

tidak tentu, asal saja jumlah itu kemudian dapat ditentukan atau dihitung”.

Menurut rumusan “pokok perjanjian berupa barang telah ditentukan jenisnya” KUHPerdara menekankan pada perikatan untuk memberikan atau menyerahkan, sesuatu bahwa apapun jenis perikatannya, baik perikatan untuk memberikan sesuatu, berbuat sesuatu atau tidak berbuat sesuatu. KUHPerdara menjelaskan bahwa semua jenis perikatan tersebut pasti melibatkan keberadaan atau eksistensi dari suatu kebendaan yang tertentu.

Hal yang diperjanjikan haruslah suatu hal atau suatu barang yang cukup jelas atau tertentu, syarat ini perlu untuk dapat menetapkan kewajiban si berhutang, jika terjadi perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian, paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Bahwa barang itu harus ada atau sudah ada ditangan si berhutang pada waktu perjanjian dibuat, tidak diharuskan oleh Undang-Undang juga jumlahnya tidak perlu disebutkan, asal saja kemudian dapat dihitung atau ditetapkan.

2) Tentang sebab yang halal.

Sebab yang halal diatur dalam Pasal 1335 sampai Pasal 1337 KUHPerdara, Pasal 1335 KUHPerdara menyatakan bahwa :<sup>20</sup>

“Suatu perjanjian tanpa sebab atau yang telah dibuat karena suatu sebab yang palsu atau yang terlarang, tidaklah mempunyai kekuatan hukum” maksudnya adalah suatu perjanjian yang tidak memakai suatu causa sebab atau

---

<sup>20</sup> *Ibid*, Hal.13

dibuat dengan suatu causal sebab yang palsu atau terlarang tidak mempunyai kekuatan, dari apa yang diterangkan di atas bahwa hampir tidak ada perjanjian yang tidak mempunyai causa sebab

Selanjutnya Pasal 1336 KUHPerdato menyatakan bahwa :

“Jika tidak dinyatakan suatu sebab, tetapi ada sebab yang tidak terlarang, atau jika ada sebab lain selain dari pada yang dinyatakan itu. Perjanjian adalah sah maksudnya adalah memang pada dasarnya Undang-Undang tidak pernah mempersoalkan apakah yang menjadi alasan atau dasar dibentuknya perjanjian tertentu, yang ada diantara para pihak.

Kemudian ketentuan Pasal 1337 KUHPerdato menyatakan bahwa :

“Suatu sebab adalah terlarang, apabila dilarang oleh Undang-Undang atau apabila berlawanan dengan kesusilaan baik atau ketertiban umum”.

Disamping syarat subyektif dan syarat obyektif diatas, terdapat azas-azas hukum khusus yang dapat dipergunakan sebagai dasar pelengkap untuk dipergunakan oleh para pihak dalam perjanjian Waralaba, yaitu antara lain :

a. Azas Kebebasan Berkontrak.

Diatur dalam Pasal 1338 KUHPerdato menentukan bahwa semua perjanjian / persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-Undang bagi mereka yang membuatnya. Namun hal-hal yang diperjanjikan harus tidak dilarang dalam Undang-Undang serta tidak berlawanan dengan kesusilaan yang baik dan tidak melanggar ketertiban umum Pasal 1337 KUHPerdato.

b. Azas Konsensualitas.

Menurut azas ini bahwa perjanjian sudah dianggap ada sejak detik terjadi atau tercapainya kesepakatan tentang hal-hal yang diperjanjikan dengan formalitas tertentu. Dalam azas ini hal yang perlu diperhatikan jika memperpanjang kontrak kerjasama atau memperbaharui kontrak adalah hal-hal lama yang diperjanjikan perlu ditentukan dalam perjanjian pembaharuan karena bukan tidak mungkin hal-hal lama akan menjadi sumber sengketa antara kedua belah pihak.

c. Azas Itikad Baik.

Dalam pelaksanaan perjanjian Waralaba ini merupakan suatu rangkaian proses timbal balik antara pihak pemilik lisensi dengan penerima lisensi sehingga pihak pemilik lisensi harus benar-benar bisa menjamin hak-hak yang akan diberikan kepada pihak penerima lisensi sekaligus harus memenuhi kewajibannya.

## **B. Tinjauan Umum Tentang Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

### **1. Pengertian Waralaba (*Franchise*)**

Waralaba atau *franchising/franchise* berasal dari bahasa Prancis yaitu *franchir* yang artinya kejujuran atau kebebasan.<sup>21</sup> Pengertian *franchise* dapat dilihat dalam 2 segi, yaitu:<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Handri Raharjo, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, (Yogyakarta : Pustaka Yustisia, 2009), Hal. 126

a. Aspek yuridis.

1) Menurut peraturan perundang-undangan.

a) Menurut Pasal 1 ayat 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Merupakan hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba. Berdasarkan Penjelasan Pasal 3 huruf a Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, 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. Unsur-unsur yang dapat dirumuskan dari definisi di atas adalah:

- (a) Adanya hak khusus;
- (b) Pelakunya bisa perseorangan maupun badan usaha;
- (c) Adanya objek sistem bisnis dengan ciri khas usaha;

(d) Tujuannya memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain;

(e) Dasarnya perjanjian waralaba.

b) Menurut Pasal 1 ayat 1 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/ Kep / 7/ 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, yang di maksud dengan waralaba (*franchise*) adalah perikatan di mana 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 pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.

Unsur-unsur yang dapat dirumuskan dari definisi di atas adalah:

(a) Adanya perikatan;

(b) Adanya hak pemanfaatan dan atau penggunaan;

(c) Adanya objek, yaitu HAKI atau penemuan baru atau ciri khas usaha;

(d) Adanya imbalan atau jasa;

(e) Adanya persyaratan dan penjualan barang.

2) Menurut pendapat para ahli.

a) Bryce Webster mengemukakan pengertian franchise dari aspek yuridis. Ia mengatakan bahwa franchise: "*Lisensi yang diberikan oleh Franchisor dengan pembayaran tertentu. Lisensi yang diberikan itu bisa berupa lisensi paten, merek perdagangan, merek jasa, dan lain-lain yang digunakan untuk tujuan perdagangan tersebut di atas*".<sup>23</sup>

b) Menurut Peter Mahmud pengertian *franchise* secara yuridis: "*Suatu kontrak yang memberikan hak kepada pihak lain untuk menggunakan nama dan prosedur yang dimiliki oleh yang mempunyai hak tersebut*".<sup>24</sup>

c) Menurut Salim HS, pengertian franchise secara yuridis adalah suatu kontrak yang dibuat antara *Franchisor* dan franchisee, dengan ketentuan pihak *Franchisor* memberikan lisensi kepada franchisee untuk menggunakan merek barang atau jasa dalam jangka waktu tertentu dan pembayaran sejumlah royalti tertentu kepada *Franchisor*.

Dalam pengertian yang dikemukakan Salim HS, mengandung beberapa unsur, yaitu:

(a) Adanya subjek hukum, yaitu *Franchisor* dan franchisee;

---

<sup>23</sup> Ridwan Khaerandy. *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia*. (Yogyakarta: Majalah Unisa UII, 1992). Hal. Ibid. Hal. 87

<sup>24</sup> Salim HS, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominaat Di Indonesia*, (Jakarta : Sinar Grafika, 2003), Hal. 165.

- (b) Adanya lisensi atas merek barang atau jasa;
  - (c) Untuk jangka waktu tertentu;
  - (d) Adanya pembayaran royalti.
- d) Menurut pendapat Johannes Ibrahim, *Franchising* adalah sistem pemasaran barang dan/atau jasa dan/atau teknologi, yang didasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara pelaku-pelaku *independen* (maksudnya *Franchisor* dan individual *franchisee*) dan terpisah baik secara *legal* (hukum) dan keuangan, di mana *Franchisor* member hak pada para individual *franchisee* dan membebankan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *Franchisor*.<sup>25</sup>
- e) Menurut pendapat V. Winarto, mengatakan bahwa waralaba adalah hubungan kemitraan antara usahawan yang usahanya kuat dan sukses dengan usahawan yang relative baru atau lemah dalam usaha tersebut dengan tujuan saling menguntungkan khususnya dalam bidang usaha penyediaan produk dan jasa langsung kepada konsumen.<sup>26</sup>

b. Aspek bisnis.

---

<sup>25</sup> Johannes Ibrahim dan Lindawaty S. *Hukum Bisnis – Dalam Persepsi Manusia Modern*, Hal, 114

<sup>26</sup> V. Winarto, *Pengembangan Waralaba (Franchising) Di Indonesia Aspek Hukum dan Non-hukum*” dalam Juajir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*), (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1995), Hal. 9

- 1) Bryce Webster mengemukakan pengertian *franchise* dari aspek bisnis, yaitu salah satu metode produksi dan distribusi barang dan jasa kepada konsumen dengan suatu standar dan sistem eksploitasi tertentu. Pengertian standar dan eksploitasi tersebut meliputi kesamaan dan penggunaan nama, meliputi kesamaan dan penggunaan nama perusahaan, merek, sistem produksi, tata cara pengemasan, penyajian dan pengedarannya<sup>27</sup>. Unsur-unsur *franchise* dari aspek bisnis, yaitu:
  - a) Metode produksi;
  - b) Adanya izin dari pemilik, yaitu *Franchisor* kepada *franchisee*;
  - c) Adanya suatu merek atau nama dagang;
  - d) Untuk menjual produk atau jasa;
  - e) Di bawah merek atau dagang dari *franchise*.
- 2) Menurut Asosiasi Franchise Indonesia, yang dimaksud dengan waralaba adalah: suatu sistem pendistribusian barang atau jasa kepada pelanggan akhir, di mana pemilik merek (*Franchisor*) memberikan hak kepada individu atau perusahaan untuk melaksanakan bisnis dengan merek, nama, sistem, prosedur dan cara-cara yang telah ditetapkan sebelumnya dalam jangka waktu tertentu meliputi area tertentu.

Berdasarkan rumusan tersebut diatas maka dapat diuraikan sebagai berikut  
bahwa :

---

<sup>27</sup> *Loc. It.*

a. Waralaba merupakan suatu perikatan

Merupakan suatu kontrak atau perjanjian kerjasama standart, yaitu tidak terlepas dengan perihal perikatan.

Menurut Ilmu Pengetahuan Hukum dianut rumus bahwa perikatan adalah hubungan yang terjadi antara dua orang atau lebih yang terletak didalam lapangan harta kekayaan dimana pihak yang satu berhak atas prestasi dan pihak lainnya wajib memenuhi prestasi tersebut.<sup>28</sup>

Perikatan tersebut diatur dalam buku III KUH.Perdata.

b. Waralaba melibatkan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan Hak atas Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. Yang dimaksud dengan Hak atas Kekayaan Intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha. adalah meliputi merek, nama dagang, logo, desain, hak cipta, rahasia dagang dan paten. Sedangkan yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha misalnya manajemen , cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

Hal ini berarti bahwa Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 mengakui 2 (dua) bentuk waralaba yaitu :

- 1) Waralaba dalam bentuk Lisensi merek dagang atau produk ;
- 2) Waralaba sebagai suatu format bisnis.

---

<sup>28</sup> Mariam Darus Badruzaman : *KUHPerdata, Buku III, Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, (Bandung : Alumni, 2006), Hal. 1

c. Waralaba yang diberikan sebagai suatu imbalan berdasarkan persyaratan dan atau penjualan barang dan jasa.

Pengertian perusahaan menurut ilmu ekonomi adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus (berkesinambungan) untuk memperoleh keuntungan. Seseorang dapat dikatakan sebagai Pengusaha apabila ia telah memiliki suatu usaha dalam bentuk usaha kecil maupun perusahaan yang secara terus menerus yang melakukan kegiatan ekonomi dengan tujuan untuk memperoleh ke untungan.

Besar modal usaha yang dimilikinya dapat secara minimal maupun maximal untuk menjalankan usaha tersebut terlepas dari kemampuan dan latar belakang pendidikan didalam bagaimana menjalankan usaha tersebut. Pembelian usaha dalam bentuk waralaba ini didahului dengan bentuk kesepakatan antara pemilik nama usaha dengan pembeli (penyewa) nama usaha. Jadi pengertian waralaba dalam bentuk format bisnis yang memiliki karakteristik pokok sebagai berikut :

- a. Ada kesepakatan kerjasama yang tertulis;
- b. Selama kerjasama tersebut pihak pengwaralaba (*Franchisor*) mengijinkan pengwaralaba (*franchisee*) menggunakan merek dagang dan identitas usaha milik pengwaralaba dalam bidang usaha yang disepakati. Penggunaan identitas usaha tersebut akan menimbulkan asosiasi pada masyarakat adanya kesamaan produk dan jasa dengan pengwaralaba;

c. Selama kerjasama tersebut pihak pengwaralaba memberikan jasa.

Bila diuraikan satu persatu dalam point tersebut diatas maka semua hal telah terpenuhi seperti halnya kesepakatan antara kedua belah pihak , kecakapan untuk membuat suatu perikatan yang berkaitan dengan kemampuan para pihak untuk melakukan perbuatan hukum dan bertanggung jawab atas perbuatannya sedangkan mengenai suatu hal tertentu adalah mengenai objek perjanjian yaitu Perjanjian Peminjaman Nama Usaha (*Lisensi - Franchising*) dalam jangka waktu tertentu. Kerjasama dengan cara Franchise ini paling tidak melibatkan 2 (dua) pihak yaitu :

- 1) Pihak yang memberikan haknya untuk membuka unit usaha serupa (*Franchisor*) ;
- 2) Pihak lain yang menerima hak itu (*Franchisee*)

Dikatakan sebagai Pemberian Lisensi karena dalam perjanjian maupun pelaksanaan Usaha Waralaba ini adalah bahwa terdapat pemberian hak khusus untuk menggunakan bisnis tersebut dengan izin menggunakan identitas bisnis secara bersama khususnya dalam hal merek dagang dengan mana substansi bisnis *Franchise* diperkenalkan serta izin untuk menggunakan rencana pemasaran *Franchisor*, penyiapan usaha dan melakukan pendampingan berkelanjutan pada pengwaralaba.

- d. Selama kerjasama tersebut pengwaralaba mengikuti ketentuan yang telah disusun oleh pengwaralaba yang menjadi dasar usaha yang sukses;
- e. Selama kerjasama tersebut pengwaralaba melakukan pengendalian hasil dan kegiatan dalam kedudukannya sebagai pimpinan system kerjasama;
- f. Kepemilikan dari badan usaha yang dijalankan oleh pewartalaba (*franchisee*) adalah sepenuhnya pada pengwaralaba.

Secara hukum pengwaralaba dan pewartalaba adalah 2 (dua) badan usaha yang terpisah<sup>29</sup>.

## 2. Jenis-Jenis dan Pola Waralaba (*Franchise*) Dalam Bisnis

Menurut IFA terdapat 4 (empat) jenis *Franchise* mendasar yang biasa digunakan di Amerika Serikat.<sup>30</sup>

### a. *Product Franchise*

*"Manufacturers use the product franchise to govern how a retailer distributes their product. The manufacturer grants a store owner by the manufacturer and allows the owner to use the name and trademark owned by the manufacturer. The store owner must pay a fee or purchase a minimum inventory nventory of stock in return for these rights. Some tire stores are good examples of this type of franchise."*

(Terjemahan bebas "Produsen menggunakan' *Product Franchise* untuk mengatur bagaimana cara pedagang eceran menjual produk yang dihasilkan oleh produsen. Produsen memberikan hak kepada pemilik toko untuk mendistribusikan barang-barang milik pabrik dan mengizinkan pemilik toko untuk menggunakan nama dan merek dagang

---

<sup>29</sup> V. Winarto. *Op. Cit* , Surabaya 23 Oktober 1993

<sup>30</sup> <http://Nvww/betheboss.convPF2/gstarted/f101/fourtype.htm>, from the book titled The Franchise 'Opportunities Handbook by LaVer ne Ludden, Copyright 1996, JIST Works, Inc., Indianapolis, IN

pabrik. Pemilik toko harus membayar biaya atau membeli persediaan minimum sebagai timbal balik dari hak-hak ini. Contoh terbaik dari jenis *franchise* ini adalah toko ban yang menjual produk dari *Franchisor*, menggunakan Hama dagang, serta metode pemasaran yang ditetapkan oleh *Franchisor*.<sup>31</sup>

b. *Manufacturing Franchises*

*"These types of franchises provide an organization with the right to manufacture a product and sell it to the public, using the Franchisor's name and trademark. This type of franchise is found most often in the food and beverage industry. Most bottlers of soft drinks receive a franchise from a company and must use its ingredients to produce, bottle, and distribute the soft drinks."* (Terjemahan bebas : "jenis *Franchise* ini memberikan hak pada suatu badan usaha untuk membuat suatu produk dan menjualnya pada masyarakat, dengan menggunakan merek dagang dan merek *Franchisor*. Jenis *Franchise* ini seringkali ditemukan dalam industri makanan dan minuman. Kebanyakan pembuat minuman botol menerima *Franchise* dari perusahaan dan harus menggunakan bahan baku (menurut penulis, bahan baku yang dimaksud adalah bahan yang sama jenisnya seperti yang digunakan oleh *Franchisor*) untuk memproduksi, mengemas dalam botol dan mendistribusikan minuman tersebut."<sup>32</sup>

c. *Business Opportunity Ventures*

*"These ventures typically require that a business owner purchase and distribute the products for one specific company. The company must provide customers or accounts to the business owner, and, in return, the business owner pays a fee or other consideration as compensation. Examples include vending machine routes and distributorships."*

(Terjemahan bebas - dari penulis): "Bentuk ini secara khusus mengharuskan pemilik bisnis untuk membeli dan mendistribusikan produk-produk dari suatu perusahaan tertentu. Perusahaan harus menyediakan pelanggan atau rekening bagi pemilik bisnis, dan sebagai timbal-baliknya pemilik bisnis harus membayarkan

---

<sup>31</sup> Johanes Ibrahim, *Op. Cit* Hal 125

<sup>32</sup> *Ibid*, Hal. 126

suatu *biaya atau prestasi sebagai kompensasinya*. Contoh: perusahaan mesin-mesin penjualan *otomatis atau distributorship*.<sup>33</sup>

d. *Business Format Franchising*

*"This is the most popular form of franchising. In this approach, a company provides a business owner with a proven method for operating a business using the name and trademark of the company. The company will usually provide a significant amount of assistance to the business owner in starting and managing the company. The business owner in starting and managing the company. The business owner pays a fee or royalty in return. Typically, a company also requires the owner to purchase supplies from the company."*

(Terjemahan bebas - dari penulis): Ini merupakan bentuk *Franchising yang paling populer di dalam praktek*. Melalui pendekatan ini, perusahaan menyediakan suatu metode yang telah terbukti untuk mengoperasikan bisnis bagi pemilik bisnis dengan menggunakan Nama dan merek dagang dari perusahaan. Umumnya perusahaan menyediakan sejumlah bantuan tertentu bagi pemilik bisnis untuk memulai dan mengatur perusahaan. Sebaliknya, pemilik bisnis membayar sejumlah biaya atau *royalty*. Kadang-kadang, perusahaan juga mengharuskan pemilik bisnis *untuk membeli persediaan dari perusahaan*.<sup>34</sup>

Sedangkan menurut Pedoman Pelaksanaan Keterkaitan Kemitraan di Bidang Industri Kecil, menurut Pedoman Pelaksanaan Keterkaitan Kemitraan di Bidang Industri Kecil yang diterbitkan oleh Direktorat jenderal Pembinaan Pengusaha Kecil, Departemen Koperasi dan Pembinaan Pengusaha Kecil pada tahun 1995, terdapat 3 (tiga) tipe *Franchise*:

a. *Product Franchise*

*Franchisor* menghasilkan / memproduksi suatu produk/jasa yang dipasarkan oleh *franchisee*. Dalam tipe ini *franchisee* menyedia-

---

<sup>33</sup> *Loc It.*

<sup>34</sup> *Ibid*, Hal. 126-127

kan/membentuk "outlet" untuk memasarkan produk yang dihasilkan *Franchisor*. Contoh: keagenan sepatu, pabrik sepatu X menghasilkan/memproduksi sepatu, lalu *franchisee* membuat "outlet" untuk memasarkan sepatu-sepatu tersebut sesuai dengan petunjuk *Franchisor*.

b. *Business Opportunity Ventures*

*Franchisee* mendistribusikan produk/jasa yang dihasilkan *Franchisor*. Dalam pendistribusian produk/jasa tersebut, *franchisee* mengikuti sistem yang ditetapkan *Franchisor*, akan tetapi tidak menggunakan merek dagang *Franchisor*. Contoh: dealer kendaraan bermotor (mobil/sepeda motor) A, dealer kendaraan bermotor serta menjual produk dari pabrik tertentu. A, di dalam memasarkan produk menggunakan nama dan merek dagang *Franchisor* serta mematuhi sistem yang ditetapkan oleh *Franchisor*.

c. *Business Format franchising*

*Franchisee* diberi lisensi untuk memasarkan produk/jasa milik *Franchisor* sesuai dengan produk/jasa milik *Franchisor*' sesuai dengan sistem yang ditetapkan dan menggunakan merek dagang/ nama perusahaan *Franchisor*. Contoh: hotel, *real estate*, *fast food*.

Jenis penggolongan *Franchise* yang akan dipakai sebagai pedoman dalam tulisan ini, yakni penggolongan yang diberikan oleh FTC Amerika. Jenis penggolongan *Franchise* yang diberikan FTC Amerika, merupakan

pembagian yang lengkap dan mewakili semua jenis *Franchise* yang dikenal serta memasyarakat. Selain itu, kriteria dari jenis-jenis *Franchise* yang diberikan oleh FTC Amerika pemaparannya tergambar dengan jelas.

Kerjasama bisnis *Franchise* merupakan suatu pola yang perkembangannya pesat di bidang bisnis perdagangan baik barang maupun jasa. Apabila *Franchise* dikatakan sebagai pola baru, tentu saja terdapat perbedaan dengan pola lama. Terdapat beberapa pola bisnis yang dapat dikatakan mirip dengan *Franchise*, contohnya: keagenan, *distributorship*.

Agen adalah seseorang atau suatu badan hukum yang usahanya menjadi perantara yang diberi kuasa untuk melakukan perbuatan tertentu, misalnya agen melakukan transaksi atau inembuat perjanjian dengan pihak ketiga untuk dan atas nama prinsipal, atas perbuatannya itu agen mendapatkan imbalan. Agen bukan karyawan prinsipal, ia hanya melakukan perbuatan tertentu/mengadakan perjanjian dengan pihak ketiga dan pada pokoknya agen merupakan kuasa prinsipal.<sup>35</sup>

Hubungan keagenan menurut Donnell, Barnes dan Metzger dalam buku *Law for Business* timbul dalam hal:<sup>36</sup>

*... when two people agree that one (the agent) shall act for the benefit of the other (the principal) and under the principal's direction."*

---

<sup>35</sup> Laporan Pengkajian Tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi; Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Tahun 1992/1993.

<sup>36</sup> Donnell, et.al., *Law for Business*, Richard D. (Irwin Inc., USA, 1980), Hal 253.

Fungsi agen adalah sebagai perantara yang menjual barang/jasa untuk dan atas nama prinsipal. Agen mendapatkan komisi berdasarkan hasil penjualan barang/jasa dari prinsipal. Barang yang dipesan akan dikirim langsung oleh prinsipal kepada pembeli dan pembayaran langsung dilakukan kepada prinsipal. Tadi hubungan hukum yang terjadi dalam keagenan adalah antara prinsipal dengan pihak ketiga, jadi kriteria utama untuk dapat dikatakan adanya suatu keagenan adalah adanya wewenang yang dimiliki oleh agen untuk bertindak untuk dan atas nama prinsipal.

Prinsipal akan bertanggung jawab atas tindakan-tindakan yang dilakukan oleh seorang agen, asalkan agen bertindak dalam batas-batas wewenang yang diberikan kepadanya. Sebaliknya, bila agen bertindak di luar batas kewenangannya maka prinsipal tidak bertanggung jawab atau tindakan agen bersangkutan, karena itu prinsipal merupakan pihak yang bertanggung jawab atas resiko yang terjadi terhadap pihak yang dirugikan akibat hubungan keagenan ini. Sebaliknya, agen dapat dituntut pula untuk menanggung resiko yang terjadi akibat hubungan keagenan ini apabila dapat dibuktikan bahwa agen telah bertindak di luar batas-kewenangannya.

Distributor adalah suatu badan hukum (distributor dapat pula tidak berbentuk badan hukum - tambahan pendapat oleh penulis) yang ditunjuk oleh prinsipal untuk membeli barang-barangnya dan memasarkan serta menjualnya dalam wilayah tertentu, tetapi ia bertindak untuk dan atas

namanya sendiri dan segala akibat perbuatannya ditanggung sendiri.<sup>37</sup>

Pada dasarnya pokok-pokok aturan tentang hubungan hukum distributor dan prinsipal dapat tunduk pada Pasal 1457 KUHPerdara dan seterusnya mengenai Jual Beli. Setelah diuraikan mengenai pengertian agen dan distributor maka dapat ditarik suatu kesimpulan, bahwa pada dasarnya agen berbeda dengan distributor. Perbeclaan antara distributor dan agen terletak dalam tanggung jawab terhadap pihak ketiga.

Di satu pihak, seorang distributor bertindak untuk dan atas nama sendiri maka dalam hal melakukan suatu perbuatan ia sendiri bertanggung jawab sepenuhnya untuk tindakannya. Di lain pihak, seorang agen bertindak untuk dan atas nama prinsipal dan karena itu maka segala perbuatan agen yang masih dalam batas kewenangannya sepenuhnya menjadi tanggung jawab prinsipal.

Kerjasama bisnis dengan cara *Franchise* paling tidak akan melibatkan 2 (dua) pihak, yaitu pihak yang memberikan haknya untuk membuka unit usaha yang serupa (*Franchisor*), kepada pihak lain yang menerima hak itu (*franchisee*). Pola *Franchise* pada dasarnya merupakan sistem pemasaran barang dan atau jasa dan atau teknologi yang diclasarkan pada kerjasama tertutup dan terus menerus antara para pelaku yang terpisah baik dari segi hukum maupun keuangan. *Franchisor* memberikan hak untuk menggunakan nama dagang *Franchisor*, dan atau

---

<sup>37</sup> Rooseno Harjowidigdo, "Beberapa Aspek Hukum Franchising", Seminar Sehari Aspek-aspek Hukum Tentang Franchising, diselenggarakan oleh KADIN Cabang Surabaya, Surabaya 23 Oktober 1993.

merek dagang, dan atau merek jasa, know-how, bisnis, metode teknis, sistem prosedural dan atau hak milik intelektual dan industrial yang didukung oleh bantuan teknis dan komersial secara terus menerus pada franchisee, dan untuk itu membebaskan kewajiban untuk melaksanakan bisnisnya sesuai dengan konsep dari *Franchisor*. Untuk semua hal itu *Franchisor* berhak mendapatkan imbalan berupa *Initial Fee*, *Royalty*, dan biaya-biaya lain.

Resiko yang terjadi akibat hubungan *Franchise* ini berada di pihak *franchisee*, karena pada dasarnya franchisee merupakan pihak yang mandiri di dalam menjalankan bisnis franchise. Terdapat pengecualian dalam hal tanggung jawab ini, yakni dapat saja beralih kepada pihak *Franchisor* apabila memang diperjanjikan sebelumnya. Contoh: *Franchisor* suatu franchise yang menjual fried chicken mengharuskan franchisee-nya untuk membeli bumbu ayam tersebut kepada *Franchisor*. Diperjanjikan apabila terjadi kerugian terhadap pihak ketiga (dalam hal ini konsumen) yang diakibatkan kerusakan bumbu maka *franchisee* terbebas dari tanggung jawab, jadi tanggung jawab ditanggung oleh *Franchisor*.

Dominique Voillemont dalam bukunya *Franchising: French, International Business Lawyer* 123, March, 1988, *Franchise* biasanya diartikan sebagai suatu cara melakukan kerjasama di bidang bisnis antara 2 atau lebih perusahaan, satu pihak bertindak sebagai *Franchisor* dan pihak lain sebagai franchisee, di mana di dalamnya diatur, bahwa pihak *Franchisor*

sebagai pemilik suatu merek dan know-how, memberikan haknya kepada franchisee untuk melakukan kegiatan bisnis berdasarkan merek dan know-how itu,<sup>38</sup> jadi pada dasarnya pola bisnis dengan keagenan, distributorship, dan Franchise mempunyai beberapa persamaan, yakni: ketiga pola ini bergerak dalam pendistribusian barang dan jasa, serta hingga saat ini diatur secara umum berdasarkan Buku III KUH Perdata.

### **3. Dasar Hukum Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

Secara khusus belum ada aturan yang mengaturnya, namun peraturan perundang-undangan yang memiliki hubungan dengan *franchise* adalah:

- a. Pasal 1338 dan Pasal 1320 KUHPerdata;
- b. Undang-Undang No. 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang;
- c. Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten;
- d. Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merek;
- e. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba;
- f. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 376/kep/ XI/1988 tentang Kegiatan Perdagangan;
- g. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba;

### **4. Ruang Lingkup Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

---

<sup>38</sup> Ibid.

Dilihat dari ruang lingkup dan konsepnya, sebenarnya kontrak *franchise* berada di antara kontrak lisensi dan distributor. Adanya pemberian izin oleh pemegang hak milik intelektual atau *know-how* lainnya kepada pihak lain untuk menggunakan merek ataupun prosedur tertentu merupakan unsur perjanjian lisensi. Sedangkan di lain pihak juga ada *quality control* dari *Franchisor* terhadap produk-produk pemegang lisensi yang harus sama dengan produk-produk lisensor, jadi seakan-akan pemegang *franchise* merupakan distributor *Franchisor*.<sup>39</sup>

#### 5. Obyek dan Subyek Perjanjian Waralaba (*Franchise*)

Objek dalam perjanjian *franchise* adalah lisensi. Lisensi adalah izin yang diberikan oleh *Franchisor* kepada *franchisee*. Berdasarkan kriteria tersebut, maka lisensi dibagi menjadi tiga macam:<sup>40</sup>

- a. *Licence exchange contract*, yaitu perjanjian antara para pesaing yang bergerak dalam kegiatan yang sama atau memiliki hubungan yang erat, sehingga disebabkan masalah-masalah teknis, mereka tidak dapat melakukan kegiatan tanpa adanya pelanggaran hak-hak termasuk hak milik perindustrian dari pihak lain.
- b. *Return contract*, artinya perjanjian ini tampak dari luarnya saja sebagai perjanjian lisensi, namun sebenarnya bukan perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya. Perjanjian tersebut dibuat semata-mata untuk tujuan penyelundupan pajak, dengan cara seolah-olah suatu cabang perusahaan di suatu negara tertentu membayar royalti kepada perusahaan induknya di negara lain.
- c. Perjanjian lisensi dalam arti sebenarnya, tanpa *camouflaging effects* sebagaimana diuraikan di atas.

Pemberian lisensi dalam *franchise* seyogianya digolongkan sebagai lisensi dalam arti yang sebenarnya. Waralaba diselenggarakan berdasarkan

---

<sup>39</sup> Salim HS, *Op. Cit.* Hal. 166

<sup>40</sup> Handri Raharjo,, *Op. Cit.*, Hal. 135

perjanjian tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba dengan memerhatikan hukum Indonesia.

Selanjutnya yang menjadi subjek hukum dalam perjanjian *franchise*, yaitu:<sup>41</sup>

- a. *Franchisor/pemberi waralaba*, adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Dengan kata lain, perusahaan yang memberikan lisensi, berupa paten, merek perdagangan, merek jasa, maupun lainnya kepada *franchisee*.
- b. *Franchisee/penerima waralaba*, adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba. Dengan kata lain, perusahaan yang menerima lisensi dari *Franchisor*.
- c. Pihak-pihak yang kena dampaknya dari perjanjian *franchise*:
  - 1) *Franchisee* lain dalam *system franchise (franchising system)* yang sama.
  - 2) Konsumen atau klien dari *franchisee* maupun masyarakat pada umumnya.

## 6. Kriteria Sebuah Waralaba (*Franchise*)

Berdasarkan Pasal 3 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, sebuah waralaba harus memenuhi kriteria sebagai berikut:

- a. Memiliki ciri khas usaha;
- b. Terbukti sudah memberikan keuntungan. Maksudnya, menunjuk pada pengalaman pemberi waralaba yang telah dimiliki kurang lebih 5 tahun dan telah mempunyai kiatkiat bisnis untuk mengatasi masalah-masalah

---

<sup>41</sup> *Loc. It.*

dalam perjalanan usahanya, dan ini terbukti dengan masih bertahan dan berkembangnya usaha tersebut dengan menguntungkan;

- c. Memiliki standar atas pelayanan dan barang dan/atau jasa yang ditawarkan yang dibuat secara tertulis. Artinya, standar secara tertulis supaya penerima waralaba dapat melaksanakan usaha dalam kerangka kerja yang jelas dan sama (*standard operational procedure*);
- d. Mudah diajarkan dan diaplikasikan. Artinya, mudah dilaksanakan sehingga penerima waralaba yang belum memiliki pengalaman atau pengetahuan mengenai usaha sejenis dapat melaksanakannya dengan baik sesuai dengan bimbingan operasional dan manajemen yang berkesinambungan yang diberikan oleh pemberi waralaba;
- e. Adanya dukungan yang berkesinambungan. Artinya, adanya dukungan dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba secara terus-menerus seperti bimbingan operasional, pelatihan, dan promosi.
- f. Hak kekayaan intelektual yang telah terdaftar. Artinya, adanya hak kekayaan intelektual yang terkait dengan usaha, seperti merek, hak cipta, paten, dan rahasia dagang, yang sudah didaftarkan dan mempunyai sertifikat atau sedang dalam proses pendaftaran di instansi yang berwenang.

## **7. Hak dan Kewajiban Para Pihak (*Franchisor* dengan *franchisee*) Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*)**

Kewajiban dari pihak *Franchisor* adalah menyerahkan lisensi kepada *franchisee*. Sedangkan yang menjadi haknya adalah sebagai berikut <sup>42</sup>:

- a. Logo merek dagang (*trade mark*), nama dagang (*trade name*), dan nama baik/reputasi (*goodwill*) yang terkait dengan merek atau nama tersebut.
- b. Format/pola usaha, yaitu suatu sistem usaha yang terekam dalam bentuk buku pegangan (manual), yang sebagian isinya dalam rahasia usaha.
- c. Dalam kasus tertentu berupa rumus, resep, desain, dan program khusus.
- d. Hak cipta atas sebagian dari hal di atas bisa dalam bentuk tertulis dan terlindungi dalam Undang-Undang Hak Cipta. Hak *franchisee* adalah menerima lisensi, sedangkan kewajibannya adalah membayar royalti kepada *Franchisor* dan menjaga kualitas barang dan jasa yang di *franchisee*.

## **8. Jangka Waktu Berlakunnya Perjanjian *Franchise***

Walaupun para pihak diberikan kebebasan untuk menentukan jangka waktu berakhirnya kontrak *franchisee* (waralaba), namun pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan telah menetapkan jangka waktu perjanjian waralaba sekurangnya 5 tahun dan jangka waktu itu dapat diperpanjang, hal ini diatur dalam

---

<sup>42</sup> Salim HS, *Op. Cit.* Hal. 178

Pasal 8 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

## BAB III

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 3. Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Bidang Obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* Dengan *Franchisee*

##### 1. Sejarah Munculnya Perjanjian *Franchise*

Waralaba diperkenalkan pertama kali pada tahun 1850-an oleh Isaac Singer, pembuat mesin jahit Singer, ketika ingin meningkatkan distribusi penjualan mesin jahitnya. Walaupun usahanya tersebut gagal, namun dialah yang pertama kali memperkenalkan format bisnis waralaba ini di Amerika Serikat. Kemudian, caranya ini diikuti oleh pewaralaba lain yang lebih sukses, seperti John S. Pemberton, pendiri *Coca Cola*. Namun, menurut sumber lain, yang mengikuti Singer kemudian bukanlah *Coca Cola*, melainkan sebuah industri otomotif AS, *General Motors Industry* di tahun 1898.<sup>43</sup>

Waralaba saat ini lebih didominasi oleh waralaba rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada tahun 1919 ketika *A&W Root Beer* membuka restoran cepat sajinnya. Pada tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerja sama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha restoran modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang

---

<sup>43</sup> Handri Raharjo, *Op. Cit*, Hal. 131

sama, makanan, persediaan, logo, dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran. Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi waralaba sebagai *format bisnis (business format)* atau sering pula disebut sebagai waralaba generasi kedua.<sup>44</sup>

Perkembangan sistem waralaba yang demikian pesat terutama di negara asalnya, AS, menyebabkan waralaba digemari sebagai suatu sistem bisnis di berbagai bidang usaha dan mencapai 35% dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS. Sedangkan di Inggris, berkembangnya waralaba dirintis oleh J. Lyons melalui usahanya *Wimpy and Golden Egg*, pada tahun 1960-an.<sup>45</sup>

Bisnis waralaba tidak mengenal diskriminasi, pemilik waralaba (*franchisor*) dalam menyeleksi calon mitra usahanya berpedoman pada keuntungan bersama, tidak berdasarkan SARA. Pertanyaannya, bagaimana dengan waralaba di Indonesia? Di Indonesia, kata "*Franchise*" ditranslasikan sebagai "Waralaba" (wara=lebih; laba=untung), jadi waralaba berarti "Lebih Untung". Pertumbuhan *Franchise* di Indonesia berawal dari masuknya waralaba asing pada tahun 80-90an. KFC, McDonalds, K-24 King, Wendys adalah sebagian dari jejaring waralaba asing yang masuk ke Indonesia pada awal-awal berkembangnya *Franchise*

---

<sup>44</sup> *Ibid*, Hal. 131-132

<sup>45</sup> *Ibid*, Hal. 132

di Indonesia. Perusahaan-perusahaan waralaba lokal pun mulai bertumbuhan pada masa itu, salah satunya adalah yang termasuk pelopor waralaba lokal yaitu Es Teler 77.

Pada tahun 1991 berdiri Asosiasi *Franchise* Indonesia (AFI) sebagai wadah yang menaungi pewaralaba dan terwaralaba. Diharapkan dengan berdirinya AFI ini dapat tercipta industri waralaba yang kuat dan dapat menjadi pendorong utama dalam pertumbuhan ekonomi nasional yang berbasiskan usaha kecil dan menengah

Sistem waralaba di Indonesia mulai dikenal pada tahun 1950an, yaitu dengan munculnya dealer kendaraan bermotor melalui pembelian lisensi. Perkembangan kedua dimulai pada tahun 1970-an, yaitu dengan dimulainya sistem pembelian lisensi plus, yaitu *franchisee* tidak sekadar menjadi penyalur, namun juga memiliki hak untuk memproduksi produknya. Agar waralaba dapat berkembang dengan pesat, maka persyaratan utama yang harus dimiliki satu teritori adalah kepastian hukum yang mengikat bagi *franchisor* maupun *franchisee*, karenanya, dapat dilihat bahwa di negara yang memiliki kepastian hukum yang jelas, waralaba berkembang pesat, misalnya di AS dan Jepang.

Berdasarkan penyediaan pelayanan tersebut oleh pemilik waralaba, maka pembeli waralaba mempertimbangkan kemungkinan memperoleh keuntungan bila membeli/ menerima izin perolehan waralaba. Dengan kata lain, pemberi waralaba melisensikan waralaba disertai penyediaan

utama yang dapat menguntungkan penerima waralaba. Dengan semakin menjamurnya bisnis waralaba, Pemerintah memandang perlu untuk 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. Berdasarkan alasan tersebut pemerintah kemudian menetapkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba.

Tonggak kepastian hukum akan format waralaba di Indonesia dimulai pada tanggal 18 Juni 1997, yaitu dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah ini telah dicabut dan diganti dengan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Banyak orang masih skeptis dengan kepastian hukum terutama dalam bidang waralaba di Indonesia. Namun saat ini kepastian hukum untuk berusaha dengan format bisnis waralaba

jauh lebih baik dari sebelum tahun 1997. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya payung hukum yang dapat melindungi bisnis waralaba tersebut.

Perkembangan waralaba di Indonesia, khususnya di bidang rumah makan siap saji sangat pesat. Hal ini dimungkinkan karena para pengusaha kita yang berkedudukan sebagai penerima waralaba (*franchisee*) diwajibkan mengembangkan bisnisnya melalui *master franchise* yang diterimanya dengan cara mencari atau menunjuk penerima waralaba lanjutan. Dengan menggunakan sistem piramida atau sistem sel, suatu jaringan format bisnis waralaba akan terus berekspansi.

Ada beberapa asosiasi waralaba di Indonesia antara lain APWINDO (Asosiasi Pengusaha Waralaba Indonesia), WALI (Waralaba & License Indonesia), dan AFI (Asosiasi *Franchise* Indonesia). Ada beberapa konsultan waralaba di Indonesia antara lain IFBM, *The Bridge*, *Hans Consulting*, *FT Consulting*, *Ben WarG Consulting*, JSI, dan lain-lain. Ada beberapa pameran Waralaba di Indonesia yang secara berkala mengadakan *road show* di berbagai daerah dan jangkauannya nasional antara lain *International Franchise and Business Concept Expo* (Dyandra), *Franchise License Expo Indonesia* (Panorama Convex), *Info Franchise Expo* (Neo dan Majalah *Franchise* Indonesia).<sup>46</sup>

Di Indonesia waralaba yang berkembang pesat dan masih sangat menguntungkan adalah waralaba di bidang makanan (misalnya Wong Solo, Sapo Oriental, CFC, Hip Hop, *Red Crispy*, *Papa Ron*, dan masih banyak

---

<sup>46</sup> *Ibid*, Hal. 133

merek lainnya). Waralaba berbentuk ritel mini *outlet* (Indo Maret, *Yomart*, *A1faMart*) banyak menyebar ke pelosok kampung dan pemukiman padat penduduk. Di bidang telematika atau *information and communication technology*, juga mulai diminati pada 3 tahun terakhir ini dengan perkembangan beberapa bidang waralaba seperti distribusi tinta *printer refill/ cartridge* (*Inke*, *X4Print*, *Veneta*, dan lain-lain), pendidikan komputer (Widyaloka, Binus), distribusi peralatan komputer (*Micronics Distribution*), warnet/Net Cafe (*Multiplus*, *Java Net Cafe*, *Net Ezy*), kantor konsultan solusi JSI, dan lain-lain. Yang juga menguntungkan adalah waralaba di bidang pendidikan (*Science Buddies*, *1 Tutor Net*, *Primagama*), taman bermain (*SuperKids*), taman kanak-kanak (*FastractKids*, *Kids2success*, *Town for Kids*), pendidikan bahasa Inggris (*EF/English First*, *ILP*, *Direct English*), dan masih banyak lagi.<sup>47</sup>

## **2. Sejarah Pengaturan Apotik**

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan peraturan farmasi sudah dimulai sejak didirikannya *Dv. G. (De Dienst Van De Volks Gezonheid)*, yang di dalam organisasi tersebut ditangani oleh Inspektorat Farmasi yang melaksanakan tugas hingga tahun 1963, kemudian diteruskan oleh Direktorat urusan Farmasi hingga tahun 1967. Setelah itu diteruskan oleh Direktorat Jenderal Farmasi hingga tahun 1975.

Peraturan Pemerintah nomor 25 tahun 1980 tentang Perubahan atas Peraturan Pemerintah nomor 26 tahun 1965 tentang Apotik, Peraturan

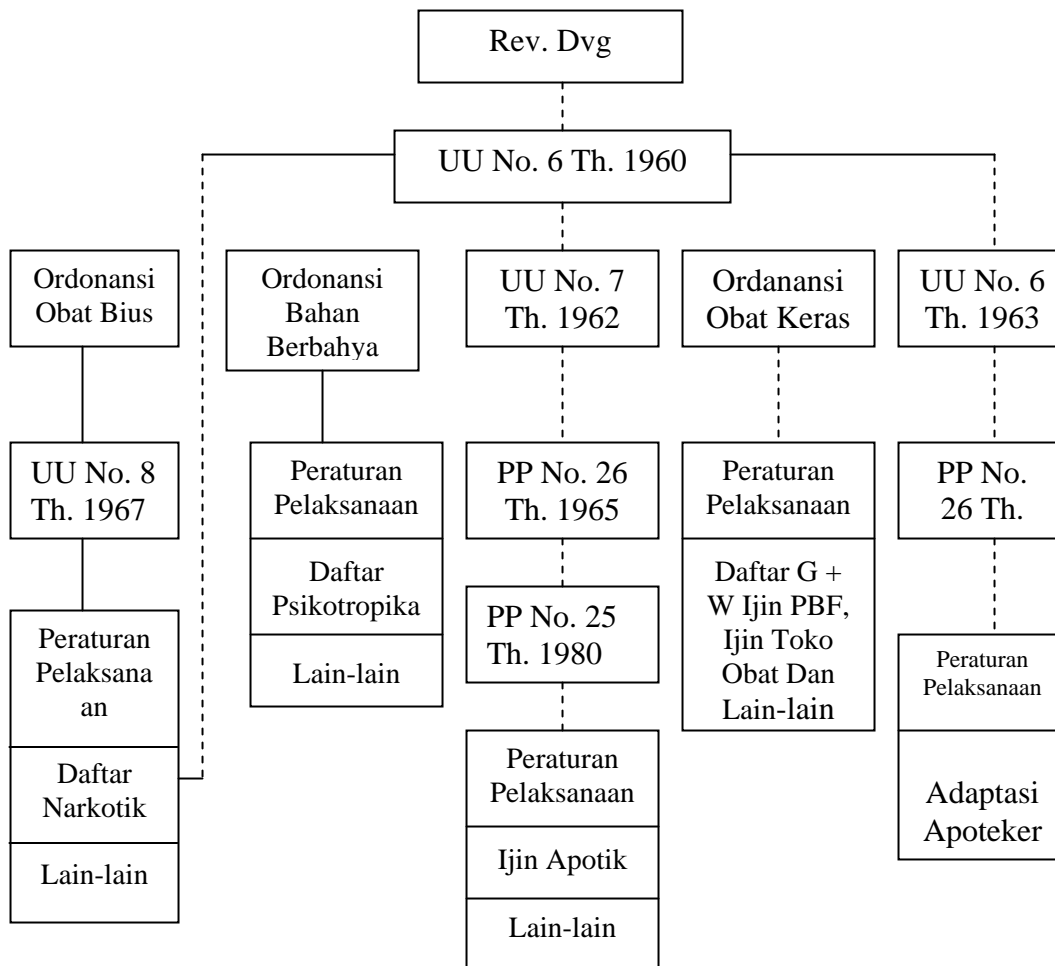
---

<sup>47</sup> *Ibid*, Hal. 134

Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 922/Men.Kes/Per/X/1993 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotik dan Keputusan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 332/MENKES/SK/X/2002 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia nomor 922/MENKES/PER/X/1993 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pemberian Izin Apotik.

Berturut-turut lahirlah peraturan perundang-undangan yang dijadikan dasar peraturan kefarmasian dan dapat digambarkan sebagai berikut:

Bagan 1.  
**BAGAN KAITAN PERATURAN PELAKSANAAN DENGAN UU / ORDONANSI  
YANG MENDASARINYA.**



Sumber Data : Diolah dari data sekunder

Pemerintah berusaha mencukupi keperluan rakyat akan obat yang merata bagi seluruh Rakyat Indonesia dan terjangkau oleh daya beli masyarakat luas, maka Direktorat Jenderal Farmasi mempunyai tugas pokok melaksanakan usaha-usaha mencukupi kebutuhan rakyat akan perbekalan kesehatan di bidang farmasi.

Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Direktorat Jenderal Farmasi dibantu oleh badan-badan yang di setingkat dengan unit kerja

organik, yaitu lembaga Farmasi Nasional, Pabrik Farmasi Departemen Kesehatan. Untuk melaksanakan tugas pokok tersebut Direktorat Jenderal Farmasi dibantu oleh badan-badan yang setingkat dengan unit kerja organik yaitu lembaga Farmasi Nasional, Pabrik Farmasi Departemen Kesehatan, Depot Farmasi Pusat dan Sekolah Menengah Farmasi Departemen Kesehatan.

Lembaga Farmasi Nasional mempunyai tugas pokok melaksanakan tugas Direktorat Jenderal Farmasi di bidang pengujian dan penelitian farmasi, sesuai dengan rencana dan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh Direktorat Jenderal Farmasi. Pabrik Farmasi Departemen Kesehatan mempunyai tugas pokok melaksanakan tugas Direktorat Jenderal Farmasi di bidang Produksi Perbekalan kesehatan di bidang farmasi, sesuai dengan rencana kebijaksanaan yang telah ditetapkan oleh Direktur Jenderal Farmasi.

Depot Farmasi Pusat mempunyai tugas pokok melaksanakan tugas Direktorat Jenderal Farmasi di bidang kegiatan menyimpan dan menyalurkan perbekalan kesehatan di bidang farmasi kepada badan-badan / instansi-instansi Departemen Kesehatan di Pusat dan Daerah, sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan oleh Direktur Jenderal Farmasi dan menghubungkan teknik pergudangan farmasi untuk mencapai efisiensi kerja. Sekolah Menengah Farmasi mempunyai tugas pokok melaksanakan

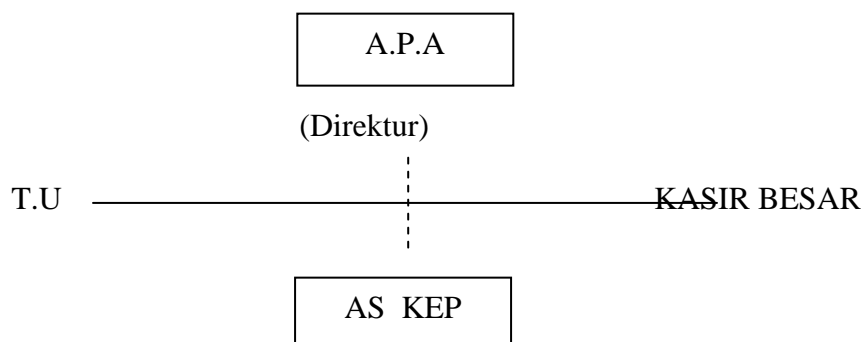
pendidikan tenaga pengatur farmasi sesuai dengan kebijaksanaan yang ditetapkan Direktur Jenderal Farmasi.

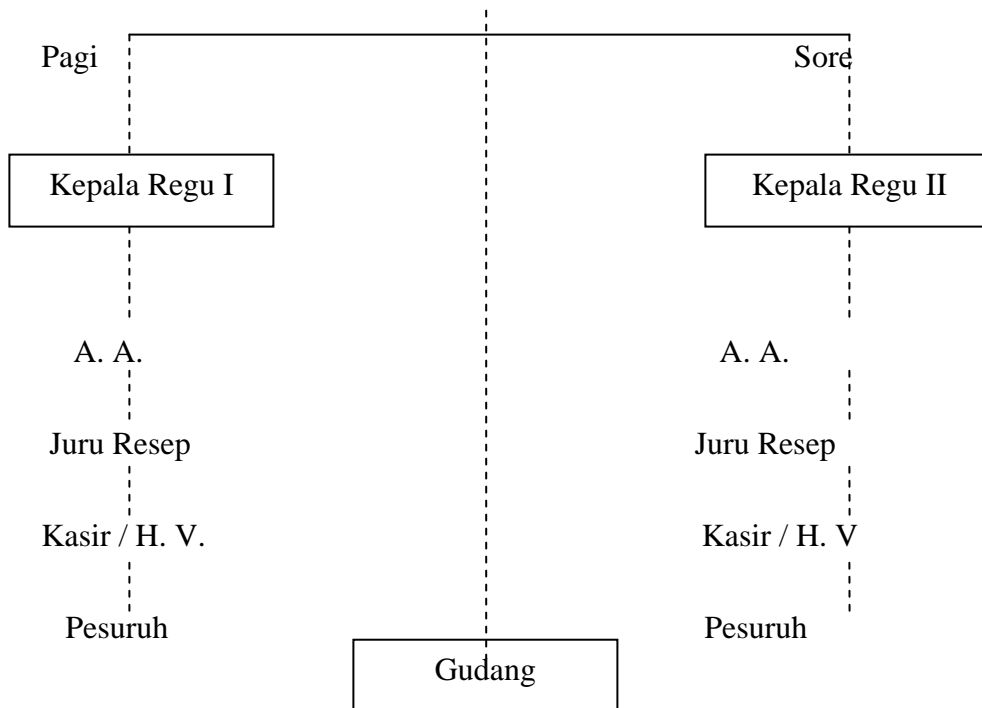
Sementara itu perkembangan industri makanan, minuman kosmetik dan alat kesehatan, dan obat tradisional makin pesat, sehingga perlu diatur oleh Pemerintah secara lebih cermat, maka pada tahun 1975 Direktorat Jenderal Farmasi diubah menjadi Direktorat Jenderal Pengawasan Obat dan Makanan dengan tugas pokok pengaturan pengawasan obat, makanan, kosmetik dan alat kesehatan, obat tradisional dan narkotik serta bahan obat berbahaya.

Untuk membantu melaksanakan tugas tersebut, dibentuk unit pelaksana teknis di Pusat Pemeriksaan Obat dan Makanan, Pusat Produksi Farmasi dan di daerah yaitu Balai Pemeriksaan Obat dan Makanan di seluruh Propinsi, sedangkan pada Kantor Wilayah Propinsi Departemen Kesehatan masing-masing terdapat Bidang Bimbingan dan Pengendalian Produksi / Penggunaan Obat dan Makanan.

Berdasarkan hasil penelitian di dapat data tentang Struktur Organisasi Apotik sebagai berikut :

Bagan 2.





Sumber Data : Diolah dari data sekunder

Keterangan:

- a. Urusan Pembelian dilakukan oleh A.P. A;
- b. ASKEP (Asisten Kepala) merangkap sebagai Kepala Regu I atau Kepala Regu II, membawahi 1 orang Juru Resep dan 1 orang Kasir depan yang merangkap juga sebagai penjual obat bebas (H.V.) serta 1 orang tenaga kasar (Pesuruh).

### 3. Gambaran Umum Waralaba (*Franchise*) Bidang Obat-obatan Apotek K-

### **a. Sejarah Apotek K-24**

Apotek K-24 didirikan oleh dr. Gideon Hartono pada tanggal 24 Oktober 2002 di Yogyakarta, K-24 sendiri adalah kependekan dari Komplet 24 jam. Komplet dalam artian komplet obatnya dan buka 24 jam sehari sepanjang tahun, gerai pertama didirikan di Jl. Magelang mendapat sambutan yang luar biasa sehingga didirikan gerai berikutnya pada tanggal 24 maret 2003 di Jl. Gejayan dan tanggal 24 Agustus 2003 gerai ke tiga didirikan di Jl. Kaliurang dan pada tahun 2004 apotek k-24 membuka gerai ketiga di Jl. Gondomanan dan gerai keempat di dirikan di Kota Semarang di Jl. Gajah Mada.<sup>48</sup>

Pada tanggal 6 April 2005 Apotek K-24 mendapat penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (MURI) sebagai "*Apotek Jaringan Pertama di Indonesia Yang Buka 24 jam Non Stop Setiap Hari*", karena keberhasilannya akhirnya pada tahun 2005 apotek K-24 mulai di waralabakan dan pada ulang tahunnya yang ke 3 (tiga) Apotek K-24 membuka secara serentak 7 gerai baru, 4 gerai berlokasi di Surabaya, 2 gerai di Yogyakarta dan 1 gerai di Semarang, bersamaan pula MURI memberikan penghargaan kembali yaitu untuk "*apotek asli Indonesia yang pertama diwaralabakan*", dan "*pembukaan gerai apotek terbanyak*".

### **b. KONSEP BISNIS Apotek K-24**

---

<sup>48</sup> [http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com\\_content&task=view](http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com_content&task=view), akses internet tanggal 7 Januari 2010

1) KOMPLIT

Persediaan ragam obat di Apotek K-24 relatif komplit.

2) 24 JAM

Semua gerai Apotek K-24 berkomitmen melayani masyarakat 24 jam perhari 7 hari perminggu.

3) HARGA SAMA

pada pagi-siang-malam dan hari libur Apotek K-24 berkomitmen tidak mengenakan harga yang lebih tinggi di luar jam kerja biasa.

4) KEASLIAN OBAT

Apotek K-24 berkomitmen untuk menyediakan obat hanya dari sumber-sumber dengan prosedur yang resmi sehingga keaslian obat lebih terjamin.

5) KEMAJEMUKAN

Semua karyawan Apotek K-24 memahami dan menghargai perbedaan dan keragaman sosial budaya di dalam maupun di luar perusahaan.

6) MELAYANI MASYARAKAT

Untuk dapat melayani masyarakat di sekitar lokasi gerai, setiap Apotek K-24 menyelenggarakan pelayanan pengobatan gratis bagi warga sekitar yang tidak mampu pada setiap hari ulang tahun gerainya.

**c. Visi Apotek K-24**

- 1) Menjadi merek nasional yang menjadi pemimpin pasar bisnis apotek di Negara Republik Indonesia, melalui apotek jaringan waralaba yang menyediakan ragam obat yang komplit, buka 24 jam termasuk hari libur yang tersebar di seluruh Indonesia;
- 2) Menjadi merek nasional kebanggaan bangsa Indonesia yang menjadi berkat dan bermanfaat bagi masyarakat, karyawan-karyawati dan pemilik;
- 3) Menyediakan pilihan obat yang komplit, setiap saat, dengan harga yang sama pagi-siang-malam dan hari libur;
- 4) Menyediakan kualitas pelayanan prima : Apotek K-24 senantiasa mempelajari dan mengusahakan peningkatan kualitas pelayanan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan para pelanggan dan penerima waralaba.

**d. Misi Apotek K-24**

- 1) Menyediakan pilihan obat yang komplit, setiap saat, dengan harga sama pagi-siang-malam dan hari libur: Apotek K-24 melayani masyarakat selama 24 jam perhari 7 hari perminggu dengan memberlakukan kebijakan harga yang tetap sama pada pagi hari, siang hari, malam hari maupun hari libur;
- 2) Menyediakan kualitas pelayanan yang prima: Apotek K-24 senantiasa mempelajari dan mengusahakan peningkatan kualitas

pelayanan untuk memaksimalkan tingkat kepuasan para pelanggan dan penerima waralaba.

#### **4. Isi Perjanjian *Franchising* Bidang Obat-obatan (Apotek K-24) antara *Franchisor* dengan *Franchisee***

Pada dasarnya perjanjian bersifat konsensual, namun demikian ada perjanjian-perjanjian tertentu yang mewajibkan dilakukan sesuatu tindakan yang lebih dari hanya sekedar kesepakatan, sebelum pada akhirnya perjanjian tersebut dapat di anggap sah Perjanjian waralaba adalah perjanjian formal. Hal tersebut dikarenakan perjanjian waralaba memang disyaratkan dalam pasal 2 PP No.16 tahun 1997 untuk dibuat secara tertulis dalam bahasa Indonesia. Hal ini diperlukan sebagai perlindungan bagi kedua pihak yang terlibat dalam perjanjian waralaba tersebut.

Secara umum dikenal adanya dua macam atau dua jenis kompensasi yang dapat di minta oleh pemberi waralaba dari penerima waralaba. Pertama adalah kompensasi langsung yang dalam bentuk nilai moneter (*direct monetary compensation*), dan yang kedua adalah kompensasi tidak langsung yang dalam bentuk nilai moneter atau kompensasi yang diberikan dalam bentuk nilai moneter (*indirect and nonmonetary compensation*). Hal yang termasuk dalam *direct monetary compensation* adalah *lump sum payment*, dan *royalty*. *Lump sum payment* adalah suatu jumlah uang yang telah di hitung terlebih dahulu yang wajib dibayarkan oleh penerima

waralaba pada saat persetujuan pemberian waralaba di sepakati untuk diberikan oleh penerima waralaba.

Sedangkan *royalty* adalah jumlah pembayaran yang dihitung dari jumlah produksi dan atau jasa yang diproduksi dan atau penjualan barang dan atau jasa yang di produksi atau dijual berdasarkan perjanjian waralaba, baik yang di sertai dengan ikatan suatu jumlah minimum atau maksimum jumlah *royalty* tertentu atau tidak. Selanjutnya yang termasuk dalam *inderict and nonmontetary compensation*, meliputi antara lain keuntungan sebagai akibat dari penjualan barang modal atau bahan mentah, yang merupakan suatu paket dengan pemberian waralaba, pembayaran dalam bentuk dividen ataupun bunga pinjaman dalam hal pemberi waralaba juga turut memberikan bantuan financial, baik dalam bentuk ekuitas atau dalam wujud pinjaman jangka pendek maupun jangka panjang, cost shifting atau pengalihan atas sebagian biaya yang harus di keluarkan oleh pemberi waralaba, perolehan data pasar dari kegiatan usaha dilakukan oleh penerima lisensi, dan lain sebagainya.

Persyaratan pernyataan, berdasarkan persyaratan dan atau penjualan-penjualan barang dan atau jasa, jelas kompensasi yang di izinkan dalam pemberian waralaba menurut PP No.16 tahun 1997, hanyalah imbalan dalam bentuk *direct monetary compensation*. Ketentuan pasal 2 PP no.16 tahun 1997 menegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba

dan penerima waralaba, dengan ketentuan bahwa perjanjian waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Menurut ketentuan Pasal 3 ayat 1 PP No.16 tahun 1997 selanjutnya menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, pemberi waralaba secara tertulis dan benar, sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Nama Pihak pemberi waralaba,berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya : keterangan mengenai pemberi waralaba menyangkut identitasnya, antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat pemberi waralaba,pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan waralaba, keterangan mengenai penerima waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan;
- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau cirri khas usaha yang menjadi objek waralaba;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba; persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu;
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan pemberi waralaba kepada waralaba kepada penerima waralaba keterangan mengenai prospek kegiatan waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang proyek yang di maksud;

- e. Hak dan kewajiban pemberi dan penerima waralaba bantuan atau fasilitas yang diberikan, antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pembukuan, pedoman kerja;
- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian waralaba, serta hal-hal lain yang perlu di ketahui penerima waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Namun demikian secara garis besar Perjanjian Waralaba minimal memuat klausula-klausula sebagai berikut :

- a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
- b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
- c. Nama dan jenis Hak Atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba;
- d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- e. Wilayah Pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;

- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

Selanjutnya pemberi waralaba oleh pemerintah ini diwajibkan memberikan waktu yang cukup kepada penerima waralaba untuk meneliti dan mempelajari informasi-informasi yang disampaikan tersebut secara lebih lanjut.

Pembangunan di bidang perekonomian merupakan pembangunan yang paling utama di Indonesia. Hal ini dikarenakan keberhasilan di bidang ekonomi akan mendukung pembangunan di bidang lainnya. Dengan kata lain jika masyarakat sudah sejahtera, maka lebih mudah bagi pemerintah untuk melaksanakan pembangunan di bidang politik, sosial budaya dan hankam. Salah satu cara untuk mendapatkan kesejahteraan ekonomi bagi masyarakat adalah dengan melakukan wirausaha.

Wirausaha akan membuat masyarakat menjadi mandiri karena dalam wirausaha masyarakat akan mampu membuka peluang untuk dirinya sendiri dan menarik keuntungan dari peluang yang tercipta tersebut. Bahkan lebih jauh, wirausaha dapat menciptakan peluang kerja bagi orang lain yang ada di

sekitar usaha tersebut. Itulah sebabnya pemerintah sangat menganjurkan bagi masyarakat untuk menjadi wirausahawan.

Banyak cara untuk menjadi wirausahawan, antara lain mendirikan bisnis sendiri atau membeli sistem bisnis yang sudah jadi. Masing-masing pilihan mempunyai kelebihan dan kekurangan. Mendirikan bisnis sendiri mempunyai kelebihan dalam hal pengaturan yang dapat disesuaikan dengan keinginan pemilik bisnis, sedangkan kekurangannya, sistem bisnis belum berjalan, pasar belum ada, sehingga sering terjadi bisnis yang baru dibangun akhirnya gagal.

Membeli sistem bisnis yang sudah jadi mempunyai kelebihan bahwa sistem bisnis sudah tercipta dan siap pakai, si pembeli bisnis tinggal menjalankan saja di dalam sistem yang sudah ada itu. Demikian pula pasar sudah ada, sehingga pemilik bisnis baru ini tidak akan kesulitan dalam memasarkan produknya. Kelemahannya adalah pemilik modal tidak akan bebas dalam menentukan usahanya, karena semuanya tergantung kepada pihak yang dibeli bisnisnya.

Sehubungan dengan berwirausaha dengan membeli bisnis yang sudah ada, dikenal istilah *franchise* yang sudah di-Indonesia-kan menjadi waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” artinya lebih dan “laba” artinya untung. Dari arti secara harafiah tersebut, maka dapat diketahui bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan keuntungan lebih/istimewa.<sup>49</sup>

Pemilik dari metode ini disebut “*franchisor*” sedang pembeli yang berhak untuk menggunakan metode itu disebut “*franchisee*”. Berdasarkan pengertian-

---

<sup>49</sup> Musjtari, *Op. Cit.*Hal.1

pengertian di atas, diketahui bahwa waralaba merupakan salah satu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut pemberi waralaba (*franchisor*) memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut penerima waralaba (*franchisee*) untuk mendistribusikan barang/jasa dalam lingkup area geografis dan periode waktu tertentu dengan mempergunakan merek, logo, dan sistem operasi yang dimiliki dan dikembangkan oleh franchisor. Pemberian hak ini dituangkan dalam bentuk perjanjian waralaba (*franchise agreement*).<sup>50</sup>

Perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku.

Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) memuat kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh franchisor bagi para *franchisee*-nya. Di dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban *franchisee* dan *franchisor*, misalnya hak teritorial yang dimiliki *franchisee*, persyaratan lokasi, ketentuan pelatihan, biaya-biaya yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada franchisor, ketentuan berkaitan dengan lama perjanjian waralaba dan perpanjangannya dan ketentuan lain yang mengatur hubungan antara *franchisee* dengan *franchisor*.

---

<sup>50</sup> <http://www.smfranchise.com/franchise/istilahwaralaba.html>.

Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi semua peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi *das sein* menyimpang dari *das sollen*. Penyimpangan ini menimbulkan wanprestasi. Adanya wanprestasi dapat menimbulkan kerugian bagi salah satu pihak. Terhadap kerugian yang ditimbulkan dalam pelaksanaan perjanjian waralaba ini berlaku perlindungan hukum bagi pihak yang dirugikan, yaitu pihak yang dirugikan berhak menuntut ganti rugi kepada pihak yang menyebabkan kerugian.

Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera di dalam perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemungkinan pihak dirugikan mendapatkan ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum positif di Indonesia.

Bentuk-bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh para pihak dalam perjanjian waralaba tergantung kepada siapa yang melakukan wanprestasi tersebut. Wanprestasi dari pihak *franchisee* dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang

dilakukan *franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba, dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak franchisor dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak melakukan pembinaan kepada *franchisee* sesuai dengan yang diperjanjikan, tidak mau membantu *franchisee* dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya, dan lain-lain.

Asas kebebasan berkontrak tidak diterapkan secara sempurna dalam perjalanan waralaba (*franchise*) bahkan kehendak bebas tidak dapat terwujud secara mutlak namun semata-mata hanya untuk mewujudkan kepentingan umum. Dalam perjanjian waralaba (*Franchise Agreement*) yang tersisa dari penerapan asas kebebasan berkontrak adalah adanya kebebasan pihak franchisor untuk menentukan atau memilih partner bisnis sebagai *franchisee*, karena kebebasan menentukan isi dan bentuk perjanjian sudah tidak ada lagi dengan dituangkannya *Franchisee Agreement* dalam bentuk perjanjian baku.

Bagi franchisor perjanjian baku (*standart form contract*) karena keinginan penyeragaman (*uniformnity*), kedayagunaan (efisiensi) dan pengawasan (*control*) yang lebih mudah. Hal ini sebagai bentuk perlindungan pemerintah terhadap pihak yang lemah (*franchisee*), berdasarkan Pasal 4 ayat 1 dan 2 PP No. 42/2007 dibuat dalam bentuk tertulis antara *franchisor* dan *franchisee*.

Franchise merupakan kerjasama bisnis dan secara teknis dapat dipahami sebagai suatu metode perluasan pasar yang digunakan oleh sebuah perusahaan yang dianggap sukses dan berkehendak meluaskan distribusi barang atau jasa melalui unit-unit bisnis eceran yang dijalankan oleh pengusalia-pengusaha, independen dengan menggunakan merek dagang atau merek jasa, teknik pemasaran dan berada di bawah pengawasan dari perusahaan yang hendak meluaskan pasarnya dengan imbalan pembayaran *fees* dan *royalties*.

Para pihak (*franchisor* dan *franchisee*) yang bersepakat dalam suatu transaksi Franchise selain memperlakukan persoalan-persoalan yuridis, juga mengutamakan hal lain yang lebih penting yaitu adanya jaminan bahwa baik franchisor maupun franchisee adalah pihak-pihak yang secara bisnis dapat diandalkan kerjasamanya, kemampuan manajerialnya erialnya dan bonafiditasnya untuk bersama-sama membangun kerjasama bisnis.

Tuntutan-tuntutan di atas-sebenarnya menjadi adi ukuran dalam menentukan unsur-unsur pokok kesepakatan, persyaratan, hak dan kewajiban para pihak yang pada akhirnya dituangkan di dalam klausula-klausula suatu perjanjian Franchise, karena itu, perjanjian *Franchise* harus disusun dengan sangat cermat agar kerjasama bisnis yang dijalankan menguntungkan kedua belall pihak secara seimbang.

Menurut Martin Mendelsohn buku pedoman yang berisikan standar bisnis ini terbagi dalam beberapa bagian, yaitu:<sup>51</sup>

1. Pendahuluan yang memuat uraian pendahuluan yang menguraikan hakikat dasar dari sistem kerja serta falsafah bisnis jasa personal yang mendasarinya;
2. Sistem operasional yang menguraikan bagaimana sistem operasi dibentuk, dan bagaimana serta mengapa berbagai unsur-unsur pokok saling bersesuaian;
3. Metode operasional yang mendetail menguraikan mengenai perlengkapan apa yang diperlukan, apa fungsinya, dan bagaimana mengoperasikannya;
4. serta instruksi pengoperasian yang meliputi:
  - a) buka jam/hari;
  - b) pola-pola perdagangan;
  - c) jadwal dan pergantian staf;
  - d) penggunaan bentuk dan prosedur yang standar;
  - e) persyaratan yang berkaitan dengan penampilan staf;
  - f) prosedur pelatihan staf;
  - g) prosedur mempekerjakan staf dan peraturan perundangungannya;
  - h) prosedur untuk mendisiplinkan staf serta kewajibari yang harus dipenuhi oleh *franchisee* sebagai pemakai;
  - i) kebijakan penetapan harga;

---

<sup>51</sup> Martin Mendelsohn, *Franchising - Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*, Alih bahasa oleh: Arif suyoko, Fauzi Bustami, Hari Wahyudi, PT Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta, 1993, Hal. 104-106

- j) kebijakan pembelian;
- k) standar produk termasuk prosedur menangani keluhan pelanggan;
- l) standar layanan;
- m) tugas-tugas staf;
- n) pembayaran uang *franchise*;
- o) akuntansi;
- p) kontrol kas dan prosedur perbankan;
- q) termasuk prosedur yang berhubungan dengan cek, kartu cek dan kartu kredit;
- r) periklanan dan pemasaran;
- s) persyaratan yang berkenaan dengan presentasi gaya gedung yang dimiliki *franchisor*;
- t) juga persyaratan mengenai cara untuk mempergunakan merek dagang dan/atau merek jasa, asuransi, prosedur pengendalian sediaan.

standar operasional yang telah ditetapkan oleh franchisor akan berguna untuk membantu pihak *franchisee* di dalam pelaksanaan operasional bisnis *franchise*.

Perjanjian *Franchise* selalu memuat klausula yang melarang para pihak (*franchisor* maupun *franchisee*) untuk memberitahukan rahasia dagang kepada pihak ketiga yang tidak mempunyai kepentingan dengan bisnis. Klausula kerahasiaan ini amat penting dalam suatu Perjanjian *Franchise* karena bila

rahasia dagang diketahui oleh pihak lain maka akan menimbulkan kompetitor/pesaing baru dalam bidang bisnis barang/jasa yang sama.

Pertanggung jawaban merupakan hal yang penting, karena memuat mengenai sampai sejauh mana tanggung jawab yang dipikul baik oleh franchisor maupun *franchisee*. Pertanggung jawaban para pihak harus dirumuskan secara jelas dan terperinci agar masing-masing pihak mengetahui dengan tepat hal apa saja yang menjadi hal apa saja yang merupakan tanggung jawabnya. Perumusan secara jelas dan terperinci akan memudahkan untuk menentukan bahwa suatu aktivitas merupakan tanggung jawab dari pihak yang mana.

*Franchisee* perlu memperoleh perlindungan hukum dari pemutusan perjanjian secara sewenang-wenang franchisor. Jika terjadi pemutusan perjanjian sepihak, *franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *franchise agreement*.

Keputusan Menteri Dalam Negeri No. 259/MPP/KEP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 menentukan jangka waktu minimal 5 tahun bagi masa berlakunya perjanjian waralaba. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh franchisor sebagai pemberi waralaba, maka sebelum franchisor menentukan *franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan *franchisee* lama, termasuk persoalan ganti rugi.

Apabila permasalahan ini belum terselesaikan, maka tidak akan diterbitkan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW) untuk *franchisee* yang baru', berdasarkan Pasal 8 Kep Menperindag disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba berlaku paling sedikit selama 5 (lima) tahun. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh franchisor, maka sebelum menunjuk *franchisee* yang baru harus diselesaikan terlebih dahulu segala permasalahan yang timbul dengan *franchisee* yang lama termasuk persoalan ganti rugi sehingga sebelum permasalahan ini diselesaikan, maka tidak akan diterbitkan STPW (Surat Tanda Pendaftaran Waralaba) untuk *franchisee* yang baru.

Berdasarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 12/M-Dag/Per/3/2006 tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Waralaba, pasal 7 ayat 1 disebutkan bahwa jangka waktu perjanjian waralaba berlaku paling sedikit selama 10 (sepuluh) tahun. Diharapkan setelah 10 tahun *franchisee* telah memperoleh "*return of investment*" dan keuntungan.

Berdasarkan penelitian dilapangan, apabila terjadi sengketa, dapat diselesaikan melalui forum pengadilan, namun jika dilihat dari sifatnya, khususnya waralaba format bisnis, penyelesaian melalui forum pengadilan dikhawatirkan oleh *franchisor* sebagai suatu forum "buka-bukaan" bagi penerima waralaba yang tidak beritikad baik. Untuk menghindari hal tersebut maka sebaiknya setiap sengketa yang berhubungan dengan perjanjian pemberian waralaba diselesaikan dalam kerangka pranata alternatif penyelesaian sengketa, termasuk dalam pranata arbitrase, di Indonesia saat

ini diatur dalam Undang-Undang No. 30 Tahun 1999 tentang arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa.

#### **4. Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (*Franchise*) Bidang Obat-obatan (Apotek K-24) Dalam Praktek**

*Franchise* atau waralaba pada hakekatnya merupakan strategi pemasaran yang bertujuan untuk memperluas jangkauan usaha untuk meningkatkan pangsa pasar atau penjualannya. Pengembangan usaha semakin cepat dengan dana yang relatif terbatas, karena dengan melibatkan investor lain untuk turut serta menggunakan pengalaman, hak kekayaan intelektual, sistem atau cara kerja serta ketrampilan yang dimilikinya.

Seringkali antara waralaba atau *franchise* disamakan dengan lisensi, padahal keduanya berbeda. Pada lisensi hanya memberikan ijin untuk menggunakan hak kekayaan intelektual tertentu saja, sedangkan pada waralaba lebih luas daripada lisensi. Hal ini disebabkan pada waralaba di dalamnya antara lain ada lisensi penggunaan hak kekayaan intelektual yang disertai dengan suatu sistem kerja, ketrampilan, pengalaman dan berbagai sistem pelayanan yang dimilikinya.

Waralaba memungkinkan perusahaan untuk melakukan penetrasi pasar ke pasar baru tanpa harus keluar biaya dari kocek sendiri. Perusahaan sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) dapat memegang kendali atas penerima waralaba (*franchisee*) dengan memberikan dukungan perihal strategi

penjualan-pelayanan, reputasi, merek, dan standard kualitas serta dukungan lainnya. Dukungan ini tentunya diimbangi dengan imbalan *fee* yang *fixed* atau variabel secara periodik. Jadi intinya waralaba memungkinkan perusahaan untuk memperluas jaringan bisnis dan sekaligus memperkecil risiko karena ada proses berbagi risiko dengan *franchisee*.<sup>52</sup>

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, pengertian waralaba adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan 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.

Dengan cara waralaba atau *franchise* perusahaan melakukan pengembangan pasar tanpa harus mengeluarkan investasi baru, bahkan dapat memberikan kesempatan kepada pihak lain untuk turut serta menjalankan usahanya. Perusahaan sebagai pemberi waralaba (*franchisor*) akan mengendalikan penerima waralaba dalam menjalankan usahanya, yaitu dengan memberikan dukungan sepenuhnya sesuai dengan yang diperjanjikan.

Sama-sama mencari modal dari pihak lain, perusahaan yang membuka waralaba berbeda dengan perusahaan yang menjual di bursa, dengan *go public*, perusahaan hanya mendapat tambahan uang. Operasional usaha tetap mereka tangani sendiri. Waralaba tidak begitu. Modal perusahaan tidak

---

<sup>52</sup> Roy Sembel – Tedy Ferdiansyah, (2002), *Tujuh Jurus Pendanaan Di Tahun Kuda Air*, Jakarta : USAHAWAN No. 03 Th. XXXI.

bertambah (tetap menjadi milik terwaralaba sepenuhnya), tapi ekspansi bisnis bisa berlangsung. Terwaralaba akan menggunakan modalnya untuk “membantu” melakukan ekspansi dengan cara membuka cabang, gerai, *workshop*, atau pabrik dengan menggunakan *brand* pewaralaba.<sup>53</sup>

Dukungan yang diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee* tentunya ada imbalannya, baik berupa imbalan yang sifatnya tetap dan imbalan yang sifatnya periodik sesuai dengan hasil yang diperoleh dari dukungan yang diberikannya, dengan demikian pada dasarnya waralaba memungkinkan suatu perusahaan meluaskan jaringan usahanya, dengan cara melibatkan pihak lain sebagai investor yang akan menanggung risiko sendiri, tetapi di lain pihak bagi *franchisor* ini merupakan pengembangan usaha dengan membagi risiko kepada pihak lain.

Pengembangan usaha melalui waralaba pada dasarnya mengembangkan usaha secara cepat memakai modal pihak lain, tentu saja risikonya juga ditanggung oleh penerima waralaba. Penerima waralaba akan mendapatkan pelatihan, sistem, hak kekayaan intelektual, bahkan peralatan maupun bahan baku, tanpa harus memiliki pengalaman usaha lebih dahulu. Adapun pemberi waralaba mempunyai hak untuk mendapatkan *franchise fee* atas penggunaan merek dan sistem, yang diterimakan pada awal perjanjian untuk suatu jangka waktu tertentu biasanya sekurang-kurangnya lima tahun.

---

<sup>53</sup> Hasbi Maulana, Marga Raharja, Rika Theo, Umar Idris (2005), *Awat, Kucing dalam Karung!. Seluk-beluk waralaba dan tip menjadi anggota jaringan*, Jakarta : KONTAN No.6, Tahun X, 7 November. Hal. 10

Selain itu juga mendapatkan *royalty* dari penerima waralaba, yang berupa persentase dari nilai penjualan setiap bulannya.

Adapun suatu usaha yang mempunyai potensi untuk diwaralabakan, sekurang-kurangnya ada lima syarat yang harus dimiliki apabila waralabanya ingin sukses, yaitu :

- 1) Unik, maksudnya bahwa adanya keunggulan yang spesifik dan jelas, serta tidak dimiliki oleh para pesaingnya ataupun tidak mudah untuk ditiru.
- 2) Terbukti, maksudnya bahwa usaha yang akan diwaralabakan tersebut telah terbukti nyata dalam menjalankan usahanya yang memberikan keuntungan dan mempunyai potensi pengembangan pasar yang lebih luas.
- 3) Memiliki standart, yang meliputi: peralatannya, sistem usahanya, proses kerjanya, dan banyak hal lagi yang pada intinya di manapun usaha waralaba akan dibuka maka konsumen akan memperoleh produk yang sama. Disertai adanya transparansi informasi kepada penerima waralaba sehingga dapat dihindarkan risiko kegagalan kepada calon penerima waralaba.
- 4) Dapat diterapkan, artinya bahwa segala hal yang meliputi pengalaman, sistem kerja, hak kekayaan intelektual termasuk di dalamnya rahasia dagang dapat dijaga kerahasiaannya oleh pemilik waralaba. Namun demikian terhadap segala sesuatu yang dirahasiakan tersebut tetap dapat diterapkan dan digunakan kepada penerima waralaba.

Pada dasarnya *franchise* terbentuk ketika *franchisor* menjalin hubungan hukum untuk melakukan kontrak kerjasama secara terpadu terhadap merek, desain tata letak dan lain sebagainya yang berkenaan dengan hak kekayaan intelektual serta metode bisnis secara kontinyu dalam suatu periode tertentu dengan *franchisee*.

#### **a. Para Pihak**

Pada dasarnya dalam sistem *franchise* terdapat tiga komponen pokok, yaitu :

- 1) *Franchisor*, yaitu pihak yang memiliki sistem atau cara cara dalam berbisnis;
- 2) *Franchisee*, yaitu pihak yang membeli *franchise* atau sistem dari franchisor sehingga memiliki hak untuk menjalankan bisnis dengan cara cara yang di kembangkan oleh *franchisor*;
- 3) *Franchise*, yaitu sistem dan cara-cara bisnis itu sendiri. Ini merupakan pengetahuan atau spesifikasi usaha dari *franchisor* yang dijual kepada *franchisee*.

Selanjutnya Waralaba dapat dibedakan dalam dua bentuk, yaitu:

- 1) Waralaba produk dan merek dagang (*product and trade franchise*)

Dalam waralaba produk dan merek dagang, pemberi waralaba memberikan hak kepada penerima waralaba untuk menjual produk yang dikembangkan oleh pembeli waralaba yang di sertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik pemberi waralaba.

Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya pemberi waralaba mendapatkan sesuatu bentuk pembayaran *royalty* dimuka, dan selanjutnya pemberi waralaba memperoleh keuntungan melalui penjualan produk yang diwaralabakan kepada penerima waralaba. Dalam bentuknya yang sangat sederhana ini, waralaba produk dan merek dagang sering kali mengambil bentuk keagenan, distributor, lisensi penjualan. Sebagai Contoh dari bentuk ini, misalnya dealer mobil (auto 2000 dari Toyota) dan stasiun pompa bensin (Pertamina).

- 2) Waralaba format bisnis (*business format franchise*) Waralaba produk dan merek dagang adalah bentuk waralaba paling sederhana.

Waralaba format bisnis adalah pemberian sebuah lisensi oleh seseorang kepada pihak lain, lisensi tersebut memberikan hak kepada penerima waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang atau nama dagang pemberi waralaba dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih menjadi terampil dalam bisnis dan untuk menjalankan dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah di tentukan sebelumnya, hal inilah yang dianut oleh Apotek K-24.

Waralaba format bisnis ini terdiri atas :

- a) konsep bisnis yang menyeluruh dari pemberi waralaba;

- b) adanya proses permulaan dan pelatihan atas seluruh aspek pengelolaan bisnis sesuai dengan konsep pemberi waralaba;
- c) proses bantuan dan bimbingan yang terus menerus dari pihak pemberi waralaba.

Dalam bisnis *franchise* ini, yang dapat di minta dari franchisor oleh *franchisee* adalah

1. Brand name yang meliputi logo, peralatan, dan lain lain.

Franchisor yang baik juga memiliki aturan mengenai tampilan / display perwakilan ( *shop front* ) dengan baik dan detail.

2. Sistem dan manual operasional bisnis.

Setiap *franchisor* memiliki standar operasi yang sistematis, praktis serta mudah untuk diterapkan, dan mestinya juga tertuang dalam bentuk tertulis.

3. Dukungan dalam beroperasi.

Oleh karena franchisor memiliki pengalaman yang lebih luas serta membina banyak *franchisees*, dia seharusnya memiliki kemampuan untuk memberi dukungan bagi *franchisee* yang baru.

4. Pengawasan ( monitoring ).

*Franchisor* yang baik akan melakukan pengawasan terhadap *franchise* untuk memastikan, bahwa sistem yang disediakan dijalankan dengan baik dan benar serta secara konsisten.

5. Penggabungan promosi/joint promotion. Ini berkaitan dengan unsure pertama yaitu masalah sosialisasi brand name.

6. Pemasokan.

Ini berlaku bagi *franchise* tertentu. Misalnya bagi *franchise* makanan dan minuman dimana franchisor juga merupakan supplier bahan makanan/minuman. Kadang-kadang franchisor juga memasok mesin-mesin atau peralatan yang diperlukan.

Franchisor yang baik biasanya ikut membantu *franchisee* untuk mendapatkan sumber dana modal bagi investor (*fund supply*) seperti bank misalnya, meskipun itu jarang sekali. Pada umumnya, *franchisee* perlu membayar *initial fee* yang sifatnya sekali bayar, atau kadang-kadang sekali untuk sekali periode tertentu, misalnya 5 tahun. Di atas itu, biasanya *franchisee* membayar *royalty* atau membayar sebagian dari hasil penjualan. Variasi lainnya adalah *franchisee* perlu membeli bahan pokok atau peralatan ( *capital goods* ) dari franchisor

#### **b. Hak dan Kewajiban**

Antara Peraturan Pemerintah No. 42 tahun 2007 tentang Waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan RI No.12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba ada ketidaksesuaian. PP No. 42 Tahun 2007 menyebutkan bahwa pemberi waralaba wajib mendaftarkan prospektus penawarannya sebelum membuat perjanjian. Sedangkan Permendag

No.12/ M-DAG/PER/3/2006 memberi ketentuan bahwa pendaftaran prospektus penawaran dan perjanjian waralaba dilakukan oleh penerima waralaba untuk mendapatkan STPUW.

Jenis-jenis waralaba adalah waralaba produk dan merek dagang, waralaba format bisnis, *conversion Franchising*, *area Franchising* or *development*, *subFranchising*, *franchise brokerage*, *area representation*, *unit Franchising*, dan *nontraditional Franchising*.

Untuk menjadi penerima waralaba Apotek K-24, maka tahapan kerjasamanya yaitu menghubungi Bagian Waralaba Apotek K-24, presentasi pertama, presentasi kedua, pembukaan toko, dan baru penandatanganan perjanjian. Perjanjian waralaba Apotek K-24 merupakan perjanjian baku sehingga isi perjanjian tidak bisa dinegosiasikan lebih dahulu, berisi 12 pasal yang mengatur mengenai pengaturan toko, hak waralaba dan batasannya.<sup>54</sup>

Biaya waralaba, *royalty* dan biaya lainnya, kewajiban pemberi dan penerima waralaba, pengelolaan barang dagangan dan uang tunai, SDM, jangka waktu perjanjian, *force majeure* dan kompensasi, dan penyelesaian sengketa. Hak dan kewajiban para pihak yang diatur dalam perjanjian waralaba Apotek K-24 lebih menekankan pada kewajiban penerima waralaba, hal ini bisa dilihat dari isi perjanjian yang lebih banyak

---

<sup>54</sup> [http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com\\_content&task=view](http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com_content&task=view), akses internet tanggal 7 Januari 2010

membebankan kewajiban pada penerima waralaba dari pada pemberi waralaba.<sup>55</sup>

Seluruh dana hasil penjualan gerai Apotek K-24 dikelola pemberi waralaba, yang kemudian menyerahkan surplus kas dengan memperhitungkan kewajiban penerima waralaba setiap 3 bulan pada penerima waralaba. Sedangkan bagi penerima waralaba yang tidak melakukan pengelolaan sendiri atas tokonya, setiap bulan menerima laporan keuangan dan surplus kas.

Pemberi waralaba bertanggung gugat atas ketidak akuratan dalam pengelolaan dana yang mengakibatkan kerugian penerima waralaba. Untuk itu penerima waralaba dapat mengajukan gugatan perbuatan melanggar hukum ke Pengadilan Negeri. Tetapi perjanjian waralaba Apotek K-24 menentukan penyelesaian sengketa diutamakan secara kekeluargaan dan jika tidak menemukan jalan keluar akan diselesaikan secara arbitrase karena dianggap lebih menguntungkan bagi kelangsungan usaha waralaba.<sup>56</sup>

Bagi pemilik usaha, pengembangan melalui *franchise* mempunyai tujuan utama untuk memperoleh laba dalam waktu yang lebih singkat dan ekspansi lebih cepat dengan risiko modal yang kecil. Waralaba atau

---

<sup>55</sup> [http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com\\_content&task=view](http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com_content&task=view), akses internet tanggal 7 Januari 2010

<sup>56</sup> [http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com\\_content&task=view](http://apotek-k24.com/index.php?Itemid=6&id=5&option=com_content&task=view), akses internet tanggal 7 Januari 2010

*franchise* sebagai salah satu alternatif dalam pengembangan usaha, tentu saja mempunyai keuntungan-keuntungan dan kerugian-kerugian.<sup>57</sup>

Menurut ketentuan Peraturan Pemerintah (PP) No 16 tahun 1997 tentang Waralaba sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba, dinyatakan:

“Waralaba 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 pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa.”

Berdasarkan rumusan pasal tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan suatu perikatan/perjanjian antara dua pihak. Sebagai perjanjian dapat dipastikan semua ketentuan dalam hukum perdata (KUHPerdata) tentang perjanjian (Pasal 1313), sahnya perjanjian (Pasal 1320) dan ketentuan Pasal 1338. Dengan demikian, apabila pihak pewaralaba pihak asing, sedangkan terwaralaba adalah Indonesia, maka perjanjiannya terikat pada Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba.

Dalam hukum perjanjian, perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus karena tidak dijumpai dalam Kitab Undang-undang Hukum Perdata. Perjanjian ini dapat diterima dalam hukum karena didalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata ditemui satu pasal yang mengatakan adanya kebebasan berkontrak. Pasal itu mengatakan bahwa perjanjian yang dibuat

---

<sup>57</sup> Martin Mendelsohn, *Op. Cit.* Hal. 27

secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya (Pasal 1338 KUH Perdata).

Perjanjian dibuat secara sah artinya bahwa perjanjian itu telah memenuhi syarat-syarat yang ditentukan dalam undang-undang. Artinya perjanjian itu tidak bertentangan dengan Agama dan ketertiban umum, dan tidak bertentangan dengan kesusilaan, dan undang-undang itu sendiri.

Pada dasarnya waralaba berkenan dengan pemberian izin oleh seorang pemilik waralaba (franchisor) kepada orang lain atau beberapa orang untuk menggunakan sistem atau cara pengoperasian suatu bisnis. Pemberian izin ini meliputi untuk menggunakan hak-hak pemilik waralaba yang berada dibidang hak milik intelektual (*intellectual property rights*). Pemberian izin ini kadangkala disebut dengan pemberian izin lisensi.

Selanjutnya bagaimana format perjanjian waralaba ? Apakah bentuknya harus otentik dalam akta notaris" Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba tak menjelaskannya. Hanya saja dalam PP ditentukan, perjanjian waralaba dibuat tertulis dalam bahasa Indonesia. Dengan demikian, menurut penulis dapat disimpulkan, perjanjian waralaba harus dalam bentuk akta notaris. Hal tersebut bertujuan agar kepastian hukum isi dari perjanjian waralaba lebih terjamin, meskipun para pihak dapat membuat sendiri - di bawah tangan - dengan mengikuti ketentuan KUHPerdata.

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh data dari responden sebagai berikut:

Tabel 1.  
**PERJANJIAN WARALAB ANTARA PEMILIK WARALABA DENGAN  
PENERIMA WARALABA**

No.	Uraian	Jumlah	Prosentase
1.	Perjanjian Tertulis	3	100%
2.	Tidak Tertulis	-	-
	Jumlah	3	100%

*Sumber Data : Hasil Kuisisioner*

Berdasarkan data tabel tersebut di atas, menunjukkan bahwa prosedur perjanjian waralaba dilaksanakan secara tertulis, sehingga apabila suatu saat terjadi salah satu pihak mengingkari perjanjian dapat diajukan ke Pengadilan. Dengan demikian dengan adanya perjanjian secara tertulis, maka pihak pengwaralaba (*franchisor*) pada pewaralaba (*Franchisee*) masing-masing dilindungi haknya. Para pihak yang mengadakan kerja sama menghadap Notaris tanpa adanya paksaan dari pihak manapun juga. Keduanya secara sukarela dan penuh keyakinan, dengan cara itu masing-masing memperoleh kepastian hukum. Apabila perjanjian itu dilakukan di depan Notaris tidak ada alasan lain, bahwa akta perjanjian tersebut memiliki kekuatan hukum yang memikat antara keduanya.

Selanjutnya PP ini mewajibkan pemberi waralaba - sebelum mengadakan perjanjian dengan penerima waralaba - memberikan keterangan menyangkut kegiatan usahanya, hak atas HKInya, hak dan kewajiban masing-

masing pihak, persyaratan yang harus dipenuhi penerima waralaba, pengakhiran perjanjian, pembatalan dan perpanjangan perjanjian.

Keterangan-keterangan berikut perjanjian waralaba tersebut harus didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh penerima waralaba paling lambat 30 hari sejak berlakunya perjanjian waralaba. Bila tak dilakukan, maka pencabutan izin usaha perdagangan (SIUP) dapat dilakukan. Sebagai pelaksana PP, pemerintah melalui Menteri Perindustrian dan Perdagangan menerbitkan keputusan No: 259/ MPP/Kep/7/1997 yang antara lain mengatur tentang jangka waktu perjanjian waralaba.

Selain itu, disyaratkan pula untuk mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa sesuai perjanjian waralaba. Di dalam Undang-Undang Merek No 15 tahun 2001 sendiri tidak diatur secara khusus tentang waralaba, hanya dalam Pasal 43 Ayat (1) dikatakan, pemilik merek terdaftar berhak memberikan lisensi kepada pihak lain untuk memakai merek tersebut dengan perjanjian dan wajib didaftarkan ke Direktorat Jenderal Haki.

Selain itu pada dasarnya waralaba merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, waralaba menekankan pada kewajiban untuk menggunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang ditentukan oleh pemberi waralaba secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi.

Hal ini mengakibatkan bahwa waralaba cenderung bersifat eksklusif. Seorang atau suatu pihak yang menerima waralaba tidaklah dimungkinkan untuk melakukan kegiatan lain yang sejenis atau yang berada dalam suatu lingkungan yang mungkin menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha waralaba yang diperoleh olehnya dari pemberi waralaba.

Berdasarkan hal tersebut, maka menurut penulis dalam pembuatan perjanjian atau kontrak harus dibuat secara terang dan sejelas-jelasnya, hal ini disebabkan saling memberi kepercayaan dan mempunyai harapan keuntungan bagi kedua pihak akan diperoleh secara cepat. Oleh karena, kontrak waralaba merupakan suatu dokumen yang di dalamnya berisi suatu transaksi yang dijabarkan secara terperinci.

Hal-hal yang harus diperhatikan dalam pembuatan kontrak dibuat secara terperinci, yang terdiri dari:<sup>58</sup>

1. Perencanaan dan identifikasi kepentingan franchisor sebagai pemilik.

Hal ini tentunya akan menyangkut hal-hal seperti merek dagang, hak cipta dan sistem bisnis *franchisor* beserta *know how*.

2. Sifat serta luasnya hak-hak yang diberikan kepada *franchisee*.

Hal ini menyangkut wilayah operasi dan pemberian hak-hak secara formal untuk menggunakan merek dagang, nama dagang dan seterusnya.

3. Jangka waktu perjanjian.

---

<sup>58</sup> Martin Mendelsohn, *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor Dan Franchisee*, Jakarta : Pustaka Binaman Pressindo. 1997, hal. 53

Prinsip dasar dalam mengatur hal ini bahwa hubungan *franchise* harus dapat bertahan pada jangka waktu yang lama, atau setidaknya-tidaknya selama waktu lima tahun dengan klausula kontrak *franchise* dapat diperpanjang.

4. Sifat dan luasnya jasa-jasa yang diberikan, baik pada masa-masa awal maupun selanjutnya.

Ini akan menyangkut jasa-jasa pendahuluan yang memungkinkan *franchisee* untuk memulai, ditraining, dan dilengkapi dengan peralatan untuk melakukan bisnis. Pada masa selanjutnya, *franchisor* akan memberikan jasa-jasa secara terperinci hendaknya diatur dalam kontrak dan ia juga diperkenankan untuk memperkenalkan dan mengembangkan ide-ide baru.

5. Kewajiban-kewajiban awal dan selanjutnya dari *franchisee*.

Ini akan mengatur kewajiban untuk menerima beban keuangan dalam mendirikan bisnis sesuai dengan persyaratan *franchisor* serta melaksanakan sesuai dengan sistem operasi, akunting dan administrasi lainnya untuk memastikan bahwa informasi yang penting tersedia untuk kedua belah pihak. Sistem-sistem ini akan dikemukakan dalam petunjuk operasional yang akan disampaikan kepada *franchisee* selama pelatihan dan akan terus tersedia sebagai pedoman/referensi setelah ia membuka bisnisnya.

6. Kontrol operasional terhadap *franchisee*.

Kontrol-kontrol tersebut untuk memastikan bahwa standar operasional dikontrol secara layak, karena kegagalan untuk mempertahankan standar pada satu unit *franchisee* akan mengganggu keseluruhan jaringan *franchise*.

#### 7. Penjualan bisnis.

Salah satu kunci sukses dari *Franchising* adalah motivasi yang ditanamkannya kepada *franchisee*, disertai sifat kewirausahaan *franchisee*, serta insentif yang dihasilkan dari *capital gain*.

Untuk alasan ini, bisnis di*franchisekan* harus dapat dijual. Seorang *franchisor* hendaknya sangat selektif ketika mempertimbangkan lamaran dari *franchisee*, terutama terhadap orang-orang yang akan bergabung dengan jejaring dengan membeli bisnis dari *franchise* yang mapan.

#### 8. Kematian *franchisee*.

Untuk memberikan ketenangan bagi *franchisee*, harus dibuat ketentuan bahwa franchisor akan memberikan bantuan untuk memungkinkan bisnis dipertahankan sebagai suatu asset yang perlu direalisasikan, atau jika tidak bisa diambil alih oleh ahli warisnya apabila ahli waris tersebut memenuhi syarat sebagai *franchisee*.

#### 9. Arbitrase.

Dalam kontrak sebaiknya ditentukan mengenai penyelesaian sengketa yang mungkin timbul dengan melaluh arbitrase, dengan harapan

penyelesaiannya akan lebih cepat, murah dan tidak terbuka sengketa kepada umum.

#### 10. Berakhirnya kontrak dan akibat-akibatnya.

Dalam kontrak harus selalu ada kepastian yang mengatur mengenai berakhirnya perjanjian. Perlu ditambahkan dalam kontrak, *franchisee* mempunyai kewajiban selama jangka waktu tertentu untuk tidak bersaing dengan franchisor atau *franchisee* lainnya, juga tidak diperkenankan menggunakan sistem atau metode *franchisor*.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, sebagaimana juga diatur dalam Pasal 5 Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Nomor 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, ditentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

1. Identitas Pemberi waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir;
2. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek waralaba;
3. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;

4. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
5. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba;
6. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan, dan perpanjangan perjanjian waralaba;
7. Hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian waralaba.

Jika membuat kontrak pemberian waralaba dengan memperhatikan hal-hal yang dikemukakan oleh Martin Mendelsohn dan Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan di atas, maka sudah ada kejelasan dan ketegasan bagi penerima waralaba sehingga antara *franchisor* dan *franchisee* tidak ada kesalahpahaman dalam pelaksanaannya.

Selain itu, dalam Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan tersebut diatur mengenai kewajiban pendaftaran terhadap perjanjian waralaba dalam waktu selambat-lambatnya 30 hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya perjanjian waralaba, hal ini dimaksudkan untuk memberi perlindungan kepada Penerima Waralaba, ataupun Penerima Waralaba Lanjutan dari Penerima Waralaba Utama.

Adapun pihak yang mempunyai kewajiban untuk mendaftarkannya adalah Penerima Waralaba / Penerima Waralaba Utama. Pendaftaran dimaksud untuk mendapatkan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (

STPUW ). Mengenai tujuan adanya kewajiban pendaftaran kegiatan usaha waralaba, dimaksudkan untuk memudahkan pengawasan kegiatan usahanya.

## BAB IV

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan :

1. Perlindungan hukum para pihak dalam perjanjian *Franchising* bidang makanan antara *Franchisor* dengan *Franchisee*, apabila terjadi pemutusan perjanjian sepihak, *franchisee* adalah pihak yang dirugikan, karena sejak awal *franchisee* sudah membayar biaya sebagai imbalan, kompensasi langsung saat awal disepakatinya *franchise agreement*. Jika perjanjian tersebut diputuskan oleh *franchisor* sebagai pemberi waralaba, maka sebelum *franchisor* menentukan, *franchisee* yang baru, harus diselesaikan lebih dulu segala permasalahan yang timbul dengan *franchisee* lama, termasuk persoalan ganti rugi;
2. Perjanjian *franchise* adalah merupakan perjanjian istimewa bagi para pihak yang terikat di dalamnya, karena berkaitan dengan hak-hak kekayaan intelektual dan model perjanjian standar dengan penerapan klausula baku adalah sangat tidak seimbang dalam hal pemenuhan prestasi maupun kontra prestasi; selain itu perjanjian *franchise* hampir selalu dibuat dalam bentuk perjanjian standar dengan klausula baku, mengingat perjanjian tersebut berkaitan dengan "permohonan" pihak *franchisee* untuk dapat

menggunakan merek dagang dari franchisor, sehingga oleh karena itu *franchisor* harus memproteksi hak-hak istimewanya, dalam hal ini caranya adalah melalui penggunaan perjanjian standar dan klausula baku.

## **B. Saran**

1. Lebih lanjut juga seharusnya hukum positif Indonesia memiliki pengaturan undang-undang untuk penerapan klausula baku dalam hal kontrak bisnis, untuk mencegah maupun melindungi pebisnis Skala kecil dan menengah dari kerugian
2. Risiko kerugian pihak franchisee ditanggung sendiri, oleh karena itu pemerintah mengatur standart perjanjian waralaba, khususnya mengenai hak dan kewajiban antara pemberi dengan penerima waralaba serta kewajiban pendaftaran perjanjian waralaba. Konsekuensinya pemerintah melakukan pengawasan terhadap pelaksanaan perjanjian waralaba, dengan cara pengawasan berkala dan pengawasan khusus. Disisi lain, apabila terjadi kesepakatan perjanjian Waralaba, Penerima Waralaba harus menyampaikan perjanjian Waralaba tersebut kepada Pemerintah.

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Literatur

- Abdurrahman, 1970, *Ensiklopedia Ekonomi, Keuangan, Perdagangan*, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Apeldoorn, L.J. Van, 2000, *Pengantar Ilmu Hukum*, diterjemahkan oleh Mr. Oetarid Sadino dari judul asli: *Inleiding Tot De Studie van Het Nederlandse Recht*. Pradnya Paramita, Jakarta.
- Bambang Sunggono, 1997. *Metode Penelitian Hukum*, PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- Donnell, et.al., 1980. *Law for Business*, Richard D. Irwin Inc., USA.
- Gunawan Widjaja, 2003, *Waralaba*, Cetakan Kedua, PT.Radja Grafindo Persada, Jakarta.
- , 2004, *Lisensi atau Waralaba, Suatu Panduan Praktis*, Cetakan Kedua, PT.Radja Grafindo Persada, Jakarta.
- Handri Raharjo, 2009, *Hukum Perjanjian Di Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta.
- Handowo Dipo, 1993, *Sukses Usaha Memperoleh Dana, Dengan Konsentrasi Modal Ventura*, Grafiti Press, Jakarta.
- Irawan Soehartono, 1993. *Metode Peneltian Sosial Suatu Teknik Penelitian Bidang Kesejahteraan Sosial Lainnya*, Remaja Rosda Karya, Bandung.
- Johanes Ibrahim dan Lindawaty S. *Hukum Bisnis – Dalam Persepsi Manusia Modern*,
- Juajir Sumardi, 1995. *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*), Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Kartini Muljadi dan Gunawan Widjaja, 2004, *Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Lexy Moeleong, 1990. *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

- M. Yahya Harahap, 1992, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, Alumni, Bandung.
- Mariam Darus Badruzaman, 1993, KUHPerdara Buku III, *Hukum Perikatan dengan Penjelasan*, Alumni, Cet. II, Bandung.
- , 2006. *KUHPerdara, Buku III, Hukum Perikatan Dengan Penjelasan*, Alumni, Bandung.
- Martin Mendelsohn, 1997, *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor Dan Franchisee*, Pustaka Binaman Pressindo, Jakarta.
- P. Joko Subagyo, 2006. *Metode penelitian Dalam Teori dan Praktek*, Cetakan Kelima, Rineka Cipta, Jakarta.
- Pedoman Penulisan Usulan Penelitian dan Tesis*, 2009, Program Studi Magister Kenotariatan Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang.
- R. Subekti, 1985, *Pokok-Pokok Hukum Perdata*, PT. Intermedia, Jakarta.
- Ronny Hanitijo Soemitra, 1988, *Metode Penelitian Hukum dan Jurimetri*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Salim HS, 2003, *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat Di Indonesia*, Sinar Grafika, Jakarta.
- , 2006, *Hukum Kontrak, Teori dan Tehnik Penyusunan Kontrak*, Cetakan keempat, Sinar Grafika, Jakarta.
- Sonny Keraf, 1987. *Hukum Kodrat dan Teori Hak Milik Pribadi*, Kanisius, Yogyakarta.
- Soerjono Soekanto dan Sri Mamuji, 2007. *Penelitian Hukum Normatif-Suatu Tinjauan Singkat*, RajaGrafindo Persada, Jakarta.
- V. Winarto, 1995. *Pengembangan Waralaba (Franchising) Di Indonesia Aspek Hukum dan Non-hukum* dalam Juajir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1995),

## **B. Peraturan Perundang-undangan**

Kitab Undang-undang Hukum Perdata;

Undang-Undang nomor 44 Tahun 1997 tentang Kemitraan;  
Undang-Undang nomor 30 tahun 2000 mengenai Rahasia Dagang;  
Undang-Undang Nomor 14 tahun 2001 mengenai Paten;  
Undang-Undang Nomor 15 tahun 2001 mengenai Merek;  
Peraturan Pemerintah Nomor 42 / 2007 tentang Usaha Waralaba.

### **C. Makalah/Artikel**

Hasbi Maulana, Marga Raharja, Rika Theo, Umar Idris, 2005, *Awas, Kucing dalam Karung!. Seluk-beluk waralaba dan tip menjadi anggota jaringan*, Jakarta : KONTAN No.6, Tahun X, 7 November.

Info Franchise, *Majalah Franchise, Lisensi, Bisnis & Peluang Usaha*, 10 November – 9 Desember 2006.

*Laporan Pengkaiian Tentang Beberapa Aspek Hukum Perjanjian Keagenan dan Distribusi*, Badan Pembinaan Hukum Nasional, Departemen Kehakiman RI, Tahun 1992/1993.

*Sistem Franchise Diserbu Pengusaha*, Majalah Manajemen, Januari-Februari 1992.

*Profil Franchising Di Indonesia*, Majalah Manajemen, Januari-Februari 1992.

Ridwan Kairandy, 1997, *Franchise dan kaitannya sebagai Saran Alih Teknologi : Suatu Tinjauan Hukum*, Jurnal Hukum No. 7 Volume 4, FH-Ull, Yogyakarta.

-----, 1992, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Keberadaannya Dalam Hukum Indonesia*. Majalah Unisa Ull, Yogyakarta.

Roseno Hardjowidigdo, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah pada Pertemuan Ilmiah tentang Usaha Franchise Dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta, BPHN, 14-16 Desember 1993.

Roy Sembel – Tedy Ferdiansyah, 2002, *Tujuh Jurus Pendanaan Di Tahun Kuda Air*, USAHAWAN No. 03 Th. XXXI, Jakarta.

V. Winarto., *Makalah Seminar Aspek-aspek Hukum Franchising*,  
Surabaya 23 Oktober 1993.

**D. Internet**

<http://apotek-k24.com>

<http://www.smfranchise.com-/franchise/istilahwaralaba.html>.

<http://www.betheboss.com/vPF2/gstarted/f101/fourtype.htm>, from the book  
titled *The Franchise 'Opportunities Handbook* by LaVer ne Ludden, Copyright  
1996, JIST Works, Inc., Indianapolis, IN