



Perlindungan Hukum Bagi Penerima Waralaba (Franchisee)

Dalam Perjanjian Waralaba

Oleh

Ni Nyoman Triana Suskendariani

Universitas Lakidende Unaaha

nyomantriana@gmail.com

Abstract

The issue of legal protection for franchise recipients is a very important problem at this time, this needs to be examined because the protection has a very important impact on the franchisee. Protection of the interests of the recipient of the franchise is very necessary because in reality the franchisee is always the party that is harmed.

Diterima : 12 Januari 2019
Direvisi : 31 Januari 2019
Diterbitkan : 31 Maret 2019

Kata Kunci :
Perlindungan Hukum;
Waralaba; Perjanjian
Waralaba

Abstrak

Masalah perlindungan hukum bagi penerima waralaba menjadi masalah yang sangat penting saat ini, hal ini perlu dicermati karena perlindungan tersebut memberikan dampak yang sangat penting bagi penerima waralaba. Perlindungan terhadap kepentingan pihak penerima waralaba sangat diperlukan karena pada kenyataannya pihak penerima waralaba selalu menjadi pihak yang dirugikan.

Pendahuluan

Pembangunan bidang ekonomi harus diarahkan kepada terwujudnya kesejahteraan rakyat berdasarkan Pancasila dan UUD 1945. Negara menghendaki adanya kesempatan yang sama bagi setiap warga Negara untuk berpartisipasi dalam proses produksi dan pemasaran barang dan atau jasa, dalam iklim usaha yang sehat, efektif, dan efisien sehingga dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan berjalannya ekonomi pasar yang wajar. Salah satu kegiatan usaha yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat adalah usaha waralaba. Bidang usaha ini perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan ekonomi nasional dan meningkatkan peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai pemberi waralaba, penerima waralaba maupun sebagai pemasok barang dan /atau jasa.

Waralaba baru mendapat perhatian dari pelaku bisnis di Indonesia sejak tahun 1997, sebagai suatu bentuk usaha yang mendatangkan keuntungan. Di samping itu kegiatan usaha juga dapat memberikan kesempatan dan menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat. Waralaba dapat ditinjau dari berbagai segi. Dilihat dari segi pemberi atau pemilik, waralaba dapat dianggap sebagai sekelompok hak milik intelektual. Dari segi penerima, waralaba dapat dianggap sebagai paket bisnis, sedang dari segi hukum, waralaba adalah suatu kontrak atau perjanjian kerja sama standar. Sedangkan dari perspektif pemerintah dan masyarakat umum waralaba dapat di pandang sebagai suatu hubungan kemitraan usaha. Waralaba dan peluang bisnis (*business opportunity*) menunjukkan grafik yang terus menanjak.

Pemerintah sendiri telah berbuat banyak untuk memberikan fasilitas dan menstimulasi perkembangan usaha tersebut, hal ini tampak dengan di terbitkannya Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang waralaba. Berdasarkan pasal 1 Angka (1) Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba disebutkan bahwa waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha yang dimiliki orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Pasal 1 Angka (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba menegaskan bahwa orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan / menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba disebut pemberi waralaba. Dari rumusan yang diberikan peraturan tersebut di atas dapat di katakan bahwa waralaba merupakan suatu perikatan yang tunduk pada ketentuan umum mengenai perikatan yang di atur dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata.

Perbedaan antara waralaba dengan lisensi adalah waralaba berdasarkan pasal 1 Angka (1)PP 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 digunaka oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba, Sedangkan lisensi menurut Ridwan (2006;205-206) adalah suatu izin yang memberikan hak untuk menyelenggarakan suatu perusahaan, lisensi digunakan untuk menyatakan suatu izin yang memperkenalkan seseorang untuk menjalankan suatu perusahaan dengan izin khusus atau istimewa.

Keuntungan atau imbalan yang diperoleh pemberi waralaba dari penerima waralaba adalah lahan produknya ikut dipromosikan atau dipasarkan secara langsung oleh penerima waralaba.

Pada umumnya pemberi menginginkan royalty yang diterima olehnya bebas dari segala macam beban pajak dan biaya-biaya maupun ongkos-ongkos sehingga dengan demikian pemberi waralaba dapat melakukan perhitungan secara pasti akan return yang diharapkan dari waralaba yang diberikan jika dihadapkan dengan ongkos dan biaya yang dikeluarkan untuk menggunakan hak atas kekayaan intelektual maupun sistem atau proses atau ciri yang di waralaba tersebut.

Berdasarkan Pasal 4 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang waralaba ditegaskan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian dengan memperhatikan hukum di Indonesia. Dalam hal perjanjian tersebut ditulis dalam bahasa asing, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia, maka perjanjian tersebut harus diterjemahkan ke dalam bahasa Indonesia. Selanjutnya pemerintah menerbitkan peraturan pelaksanaan dari peraturan pemerintah tersebut yaitu Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M.Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.

Selanjutnya Pasal 8 Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang waralaba menyebutkan bahwa “pemberi waralaba wajib memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan” Bidang atau sector yang sering dilakukan dengan cara waralaba yaitu usaha bidang minuman seperti coca-cola, makanan seperti Mc.Donald’s dan Kentucky Fried Chiken, Perhotelan seperti Hyatt ibis, Natour, restoran, Pendidikan, food dan lain sebagainya. Di Indonesia saat ini di kenal usaha waralaba di berbagai bidang baik makanan, pelayanan kesehatan, pendidikan dan lain sebagainya, ini tergantung dari besarnya modal yang dimiliki. Waralaba yang berkembang di Indonesia banyak didominasi oleh waralaba lokal akan tetapi tidak menutup kemungkinan waralaba asing juga dapat di temui. Suatu bentuk kegiatan ekonomi yang baru bagi masyarakat Indonesia yang menjanjikan bentuk usaha mandiri dengan sistem pembelian merek dagang yang sudah di kenal untuk dijalankan sendiri

Sebenarnya dalam masyarakat sendiri, telah memiliki suatu komunitas usaha yang di kembangkan oleh pengusaha secara berkesinambungan yang telah terseleksi dan terpilih oleh masyarakat. Bagi masyarakat yang memiliki modal kecil, usaha mandiri merupakan salah satu alternative 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. Hadirnya bisnis waralaba, maka membuka peluang bagi masyarakat untuk mengembangkan diri dengan jalan membuka usaha sesuai dengan besarnya dana atau biaya yang dimilikinya dan sudah dapat menggunakan merk atau nama usaha yang sudah dikenal.

Kemampuan teknologi dan pengetahuan (*know how*) yang unik dan biasanya sedikit lebih maju dan inovatif, pengusaha dapat menawarkan kelebihan kemampuannya tersebut kepada menawarkan kelebihan kemampuannya tersebut kepada pihak lain untuk menjalankan usahanya, hal ini secara otomatis menciptakan kerjasama kemitrausahaan. Dalam perjanjian waralaba (*franchise agreement*) para pihak harus saling melindungi dan menjaga kelangsungan bidang usaha waralaba agar dapat bertahan dan tetap survive

Bisnis waralaba memang dapat menjadikan penerima waralaba menjadi mitra pemberi waralaba. Dari konsep bisnis ini, orang dapat langsung dengan sekejap berusaha di bidang-bidang bisnis tertentu contohnya pakaian/celana dan program computer seperti Microsoft.

Dalam praktek bisnis waralaba, sering muncul berbagai persoalan hukum. Fenomena yang terjadi adalah pemberi waralaba yang menjual hak untuk menggunakan merek dagang dan atau jasa, metode dan format bisnis kepada penerima waralaba mengharuskan penerima waralaba untuk membayar sejumlah biaya pelatihan, pembinaan dan bimbingan teknis menjalankan usaha tersebut secara berkesinambungan, namun terkadang pihak pemberi waralaba hanya menjalankan sepenuhnya kewajibannya hingga dua kali setelah itu tidak dilaksanakan lagi.

Berdasarkan ketentuan perundang-undangan, pihak pemberi waralaba diwajibkan memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan. Disamping itu, pemberi waralaba juga di haruskan untuk membuktikan kepada calon penerima waralaba bahwa bisnis tersebut telah mendatangkan keuntungan baginya. Namun dalam kenyataannya tidak demikian.

Metode

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian hukum dalam hal ini ditujukan untuk mengkaji terhadap landasan hukum, doktrin hukum yang terkait dengan perlindungan hukum terhadap penerima waralaba dalam perjanjian waralaba. Pendekatan masalah yang digunakan dalam penulisan ini adalah: pendekatan undang-undang (*statute Approach*) dengan menelaah undang-undang yang berkaitan dengan judul yang diteliti. Pendekatan konseptual (*conseptual Approach*) yaitu beranjak dari pandangan-pandangan dan doktrin-doktrin yang berkembang dalam bidang ilmu hukum. Dalam penelitian ini menggunakan dua jenis data yaitu: bahan hukum primer yang digunakan dalam penelitian ini berupa peraturan perundang-undangan yang terkait dengan kebutuhan penelitian ini. Bahan hukum sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah doktrin dan ajaran hukum para ahli serta kamus hukum yang relevan dengan kebutuhan penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Perlindungan Hukum Penerima Waralaba dalam Perjanjian Waralaba

Perjanjian waralaba merupakan perjanjian lisensi yang harus di daftarkan (*registration*) namun sebelum dikeluarkannya Peraturan Pemerintah No 42 tahun 2007 perjanjian waralaba dilakukan dengan tidak di daftarkan. Akibatnya control terhadap perjanjian waralaba menjadi terlewatkan, bahkan berpotensi memunculkan sengketa di dalamnya, namun dengan terbitnya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba di Kantor Perdagangan dan Perindustrian (pasal 11 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007) Demikian pula dengan pemberi waralaba diisyaratkan untuk mendaftarkan prospectus penawaran waralaba di Kantor Perdagangan dan Perindustrian sebelum perjanjian waralaba dengan penerima waralaba (Pasal 10 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007).

Hubungan antara Franchisor (Pemberi Waralaba) dengan Franchisee (Penerima Waralaba) dijembatani oleh suatu kontrak yang disebut *franchisee agreement* tidak ada hubungan lain selain dari itu. Oleh sebab itu setiap tindakan yang dilakukan masing-masing pihak ketiga akan dipertanggung jawabkan oleh masing – masing pihak tersebut dan biasanya prinsip – prinsip tanggung jawab masing – masing ini diatur dengan tegas dalam kontrak franchisee tersebut.

Perjanjian franchisee dibuat oleh para pihak, yaitu franchisor dan franchisee yang keduanya berkualifikasi sebagai subjek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya sebagai perorangan. Perjanjian franchisee adalah suatu perjanjian yang diadakan antara pemilik franchise (franchisor) dengan pemegang franchise (franchisee) dimana pihak franchisor memberikan hak kepada pihak franchisee untuk memproduksi atau memasarkan barang – barang (produk) dan atau jasa dalam waktu dan tempat tertentu yang disepakati dibawah pengawasan franchisor, sementara franchisee membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya.

Setiap usaha yang dilakukan pastinya ada konsekwensi untung rugi yang diterima demikian juga halnya dalam bisnis waralaba, Keuntungan dan kerugian bisnis waralaba yaitu:

1. Keunggulan sistem bisnis franchise bagi pemilik waralaba/franchise (franchisor) yaitu:
 - a. Sistem usaha dapat berkembang cepat dengan menggunakan modal dan motivasi dari pemegang franchise
 - b. Suatu wilayah pasar atau suatu pasar yang baru mudah dikembangkan karena nama dan citra pemilik franchise (franchisor) dapat meluas dengan cepat melalui unit – unit usaha franchise;
 - c. Modal untuk memperluas usaha lebih kecil karena sebagian besar biaya untuk mendirikan unit usaha baru dipikul oleh pemegang franchise;

- d. Unit usaha yang dikelola pemiliknya sendiri jelas akan memiliki motivasi yang kuat; untuk memberikan pelayanan yang baik pada pelanggan;
 - e. Franchisor tidak banyak membutuhkan karyawan
 - f. Daya beli kelompok usaha meningkat setiap kali dibuka satu unit usaha franchise yang baru;
 - g. Kehadiran kelompok usaha dalam pasar terasa, setiap kali dibuka unit usaha franchise yang baru.
 - h. Hasil belum terlihat satu dua tahun pertama karena pengeluaran masih besar, tetapi dalam tahun ketiga atau empat dan selanjutnya pengembalian akan cukup tinggi.
2. Kerugian sistem waralaba
- a. Bagi pemilik Waralaba/Franchise (Franchisor)
 - 1) Franchisor tidak dapat mendikte franchisee, dimana jika ia ingin mengadakan perubahan, ia harus berusaha memotivasi franchisee agar mau menerima perubahan bersangkutan;
 - 2) Harapan franchisee sering terlalu tinggi mengharapkan cepat mendapat untung yang besar sehingga franchisor harus berusaha keras untuk menurunkan harapan tinggi tersebut
 - 3) Franchisor tidak dapat mengadakan perubahan dengan cepat terutama jika melibatkan tambahan biaya. Perubahan biasanya baru dilakukan melalui musyawarah dengan pihak franchisee;
 - 4) Jika pemegang franchise (franchisee) yang dipilih tidak tepat maka akan dapat menghancurkan reputasi dari franchisor;
 - 5) Sistem franchise adalah suatu ikatan perjanjian sehingga franchisor tidak dapat begitu saja mengakhiri kegiatan franchise secara sepihak tanpa alasan yang sah.
 - b. Bagi Penerima Waralaba
 - 1) Adanya keterikatan pada franchisor, dimana jenis produk yang dapat ditawarkan oleh pihak franchisor biasanya terbatas dan sangat bergantung pada prestasi franchisor;
 - 2) Biaya yang harus dikeluarkan untuk menjadi pemegang franchise (franchisee) tidak sedikit karena harus membayar uang pangkal dan royalti, sehingga dapat mengakibatkan hutang dari pihak franchisee kepada pihak franchisor;
 - 3) Franchisee adalah bagian dari lingkungan tertentu sehingga ia tidak bebas lagi dalam menjalankan usaha, ia harus memenuhi segala peraturan yang telah ditetapkan oleh franchisor;

- 4) Franchisee kadang – kadang diwajibkan untuk mencapai tingkat prestasi tertentu, misalnya tingkat penjualan tertentu yang biasanya cukup tinggi.

Disamping hal-hal diatas, pemberi waralaba juga diharuskan untuk membuktikan kepada calon penerima waralaba bahwa bisnis tersebut telah mendatangkan keuntungan baginya. Hubungan yang terbangun antara pihak pemberi waralaba dengan penerima waralaba tertuang dalam klausa baku, dimana pihak pemberi waralaba ditempatkan sebagai pemilik waralaba baik berupa bisnis jasa, barang, merek maupun hak kekayaan intelektual, sedangkan pihak penerima waralaba adalah masyarakat yang mau mengikatkan diri dalam perjanjian bisnis waralaba dengan membayar sejumlah biaya sebagai kompensasi atau kontraprestasi dari perjanjian tersebut.

Pada dasarnya waralaba adalah suatu perjanjian yang diatur dalam Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdata) khususnya Bab III tentang perikatan dan Undang – undang nomor 20 tahun 2008 tentang Usaha Mikro dan Menengah. Hal ini kemudian diatur lebih lanjut dalam peraturan khusus tentang waralaba yakni Peraturan Pemerintah No 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yang kemudian ditindaklanjuti dengan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M-DAG/PER/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba. Peraturan tersebut kemudian ditindaklanjuti dengan peraturan pelaksanaan tentang penyelenggaraan waralaba yang diatur dalam Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang penyelenggaraan Waralaba.

Berdasarkan Pasal 25 Ayat (1) dan Ayat (2) Undang – undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah ditegaskan bahwa:

1. Pemerintah, pemerintah daerah, dunia usaha, dan masyarakat memfasilitasi, mendukung, dan menstimulasi kegiatan kegiatan kemitraan, yang saling membutuhkan, mempercayai, memperkuat, dan menguntungkan.
2. Kemitraan antar-usaha mikro, kecil, dan menengah dengan usaha besar mencakup proses alih keterampilan di bidang produksi dan pengolahan, pemasaran, pemodalannya, sumberdaya manusia, dan teknologi.

Selanjutnya dalam Pasal 26 Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah disebutkan bahwa kemitraan dilaksanakan dengan pola :

- a. Int-plasma;
- b. Subkontrak;
- c. Waralaba;
- d. Perdagangan umum;

- e. Distribusi dan keagenan; dan
- f. Bentuk-bentuk kemitraan lain, seperti: bagi hasil, kerjasama operasional, usaha patungan (*joint venture*), dan penyumberluaran (*outsourcing*).

Ketentuan mengenai peraturan – peraturan tersebut di atas tidak terlepas dari peraturan hukum lainnya, khususnya Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 dan apabila perjanjian tersebut melibatkan pihak pemberi waralaba atau penerima waralaba yang berdomisili diluar wilayah hukum Indonesia dan tunduk pada hukum Negara lain, maka perjanjian waralaba dalam hal-hal tertentu, tidak dapat dilepaskan dari kewenangan daerah kabupaten/kota yang mengatur urusan pemerintah dan kepentingan masyarakat sesuai dengan peraturan daerahnya berdasarkan prinsip otonomi.

Waralaba adalah suatu perjanjian yang berisi hak khusus yang dimiliki oleh perseorangan atau badan usaha terhadap suatu sistem bisnis yang memiliki ciri khas usaha yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan oleh pihak lain. Hak sebagaimana dimaksud adalah suatu hak istimewa yang diberikan atau dijual, seperti untuk menggunakan nama dalam penjualan suatu produk atau jasa lisensi dari pemilik merek dagang atau nama dagang yang memungkinkan untuk menjual produk atau jasa dibawah nama merek.

Selanjutnya ciri khas usaha dalam rangka memasarkan produk dan/atau jasa dalam suatu perjanjian waralaba dapat dijelaskan dalam penjelasan Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba bahwa yang dimaksud dengan ciri khas usaha yang memiliki keunggulan atau perbedaan yang tidak mudah ditiru, dibandingkan dengan usaha lain yang sejenis, dan membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud seperti sistem manajemen, cara penjualan dan pelayanan atau penataan dan cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemberi waralaba.

Berdasarkan uraian tersebut diatas, maka tampak bahwa suatu ciri khas keunggulan usaha waralaba yang membedakan usaha tersebut dengan usaha lainnya yang sejenis, dalam hal ini merupakan karakteristik khusus yang dimiliki usaha tersebut, sehingga membuat konsumen selalu mencari ciri khas dimaksud. Usaha tersebut kemudian harus terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain, artinya usaha tersebut harus sudah berjalan dalam kurun waktu tertentu untuk membuktikan dan dapat dibuktikan bahwa dalam kurun waktu tersebut usahanya terbukti berhasil.

Berdasarkan Pasal 7 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, dicantumkan bahwa;

1. Pemberi Waralaba harus memberikan prospectus penawaran Waralaba kepada calon penerima Waralaba pada saat melakukan penawaran.

2. Prospektus penawaran waralaba sebagaimana dimaksud pada ayat (1) memuat paling sedikit mengenai;
 - a. Data identitas Pemberi Waralaba
 - b. Legalitas Usaha Pemberi Waralaba
 - c. Sejarah kegiatan Usahanya
 - d. Struktur organisasi Pemberi Waralaba
 - e. Laporan keuangan 2(dua) tahun terakhir
 - f. Jumlah tempat usaha
 - g. Daftar penerima Waralaba, dan
 - h. Hak dan kewajiban Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

Pada intinya harus ada keseimbangan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak dalam penentuan materi perjanjian yang mengarah pada bentuk aliansi yang strategis karena masing-masing pihak merupakan mitra yang independent. Dalam konteks asas kebebasan berkontrak yang juga menghendaki adanya kepatutan dalam suatu kontrak/perjanjian tentunya harus tercipta keterbukaan dari masing-masing pihak sebagai pertimbangan bagi perjanjian yang akan dilangsungkan, sehingga menghindari adanya sengketa akibat hal-hal yang seharusnya telah dikemukakan sebelumnya.

Waralaba merupakan salah satu industri bisnis yang mempunyai peran penting dalam perekonomian nasional. Sejarah waralaba telah menunjukkan bahwa bisnis ini mempunyai posisi yang cukup strategis dalam memajukan ekonomi suatu bangsa, termasuk perekonomian nasional Indonesia sendiri, hal ini berkaitan erat dengan berbagai transaksi ekonomi.

Pemberi waralaba berdasarkan Pasal 1 Angka (2) Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba. Selanjutnya Pasal 1 Angka (3) menegaskan bahwa untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.

Berdasarkan pasal tersebut di atas, maka di dalamnya terkandung “hak dan kewajiban untuk memenuhi wanprestasi yang terjadi. wanprestasi yaitu melakukan apa yang dijanjikan akan tetapi terlambat atau sama sekali tidak memenuhi prestasi, karena dalam perjanjian waralaba telah di tentukan kapan waktunya penerima waralaba memenuh Kewajibannya atau memberikan prestasinya. Dalam hal pemberian waralaba, hubungan yang paling urgent antara pemberi dengan penerima dalam perjanjian waralaba yaitu kepercayaan dan kesepakatan. Dalam perjanjian waralaba, masalah kepercayaan pemberi waralaba kepada penerima waralaba cukup tinggi, terutama dalam memenuhi kewajibannya. Adanya kepercayaan yang di berikan oleh pihak

pemberi waralaba, memberikan indikasi bahwa dari segi “kepercayaan” pihak pemberi waralaba menyerahkan sepenuhnya pada penerima waralaba untuk mengelola usahanya sekaligus memberikan bimbingan dan pembinaan secara berkelanjutan.

Masalah perlindungan hukum ini akan timbul manakala sudah terjadi perjanjian, dimana pihak pemberi waralaba yang diwajibkan memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan tidak melaksanakan kewajiban tersebut secara penuh. Di samping itu, pemberi waralaba juga diharuskan untuk membuktikan kepada calon penerima waralaba bahwa bisnis tersebut telah mendatangkan keuntungan baginya, namun dalam kenyataannya pihak pemberi waralaba tidak melaksanakan sepenuhnya kewajiban tersebut sehingga dapat merugikan pihak penerima waralaba dan dianggap melanggar ketentuan perjanjian. Hal ini disebabkan karena pemberi waralaba harus tunduk pada perjanjian yang sudah ditandatangani dan wajib memenuhi kewajiban yang dibuat oleh pemberi waralaba.

Kesimpulan

Dalam perjanjian waralaba Pada intinya harus ada keseimbangan hak dan kewajiban dari masing-masing pihak dalam penentuan materi perjanjian yang akan di buat yang melibatkan antara pemberi dan penerima waralaba dimana hubungan yang terjalin mengarah pada bentuk aliansi yang strategis karena masing-masing pihak merupakan mitra yang independent. Dalam konteks asas kebebasan berkontrak yang juga menghendaki adanya kepatutan dalam suatu kontrak/perjanjian tentunya harus tercipta keterbukaan dari masing-masing pihak sebagai pertimbangan bagi perjanjian yang akan dilangsungkan, sehingga menghindari adanya sengketa akibat hal-hal yang seharusnya telah dikemukakan sebelumnya

Masalah perlindungan hukum ini akan timbul manakala sudah terjadi perjanjian, dimana pihak pemberi waralaba yang diwajibkan memberikan pembinaan dalam bentuk pelatihan, bimbingan operasional manajemen, pemasaran, penelitian dan pengembangan kepada penerima waralaba secara berkesinambungan tidak melaksanakan kewajiban tersebut secara penuh. Di samping itu, pemberi waralaba juga diharuskan untuk membuktikan kepada calon penerima waralaba bahwa bisnis tersebut telah mendatangkan keuntungan baginya, namun dalam kenyataannya pihak pemberi waralaba tidak melaksanakan sepenuhnya kewajiban tersebut sehingga dapat merugikan pihak penerima waralaba dan dianggap melanggar ketentuan perjanjian. Hal ini disebabkan karena pemberi waralaba harus tunduk pada perjanjian yang sudah ditandatangani dan wajib memenuhi kewajiban yang dibuat oleh pemberi waralaba.

Daftar Pustaka

- Ahmadi Miru dan Sutarman Yodo, 2004. Hukum Perlindungan Konsumen. PT Raja Grafindo Perkasa. Jakarta:
- Amir Karamoy, 1996. Sukses Lewat Usaha Waralaba. Jurnalindo Aksara Grafika. Jakarta.
- Mariam Darus Badruzaman, 2005 Aneka Hukum Bisnis. PT Alumni. Bandung.
- M. Yahya Harahap, 1982. Segi-segi Hukum Perjanjian. Alumni. Bandung
- Munir Fuady, 2008. Pengantar Hukum bisnis. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung:
- Rooseno Harjowidigno, 1993. Aspek-Aspek Hukum Tentang Franchising, Seminar Ikadin, Surabaya.
- Satrio, J. 2003. Hukum Perikatan Yang Lahir Dari Perjanjian. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta
- Sudikno Mertokusumo, 1985. Hukum Acara Perdata Indonesia. Liberty, Yogyakarta
- Setiawan. R, 1987. Pokok Pokok Hukum Perikatan. Bina Cipta. Bandung.
- Soerjono Soekanto, 1986. Pengantar Penelitian Hukum. UII Press. Jakarta
- Zainal Asikin, 2013. Hukum Dagang. Raja Grafindo Perkasa. Jakarta.
- Undang-Undang Dasar Tahun 1945
- Kitab Undang – undang Hukum Perdata (KUHPerdata)
- Undang-undang Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Kecil, Mikro dan Menengah
- Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba
- Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/M.Dag/Per/3/2006 tentang ketentuan dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.