



PELAKSANAAN PERJANJIAN *FRANCHISE* (WARALABA) DI KOTA MATARAM

Aris Munandar, Lalu Muhammad Hayyanul Haq, Rr. Cahyowati

Universitas Mataram

Corresponding email : arismunandar@unram.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis bagaimanakah penerapan aspek-aspek hukum *franchise* dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* (waralaba) di Kota Mataram dan Bagaimanakah Pelaksanaan perjanjian *franchise* (Waralaba) di Kota Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian hukum empiris dengan pendekatan konseptual, perundang-undangan dan pendekatan sosiologis. Perjanjian *franchise* (waralaba) pada dasarnya bukan hanya merupakan suatu perjanjian kerjasama dalam bidang bisnis penjualan (distribusi) barang, namun terdapat beberapa aspek hukum yang terkaityakni: Perjanjian tentang penggunaan merk dagang; Penggunaan Paten Perjanjian pemberian izin penggunaan Hak cipta Perjanjian unruk merahasiakan sistem perdagangan sesuai Perjanjian *franchise* di Kota Mataram di dominasi oleh distribusi barang (Alfamart dan Indomart). Jika dilihat dari jenis produk usaha *franchise* (waralaba), maka jenis produk yang mendominasi perjanjian *franchise* (waralaba) di kota Mataram adalah produk makanan dan minuman. Pelaksanaan perjanjian *franchise* (waralaba) di Kota Mataram berjalan secara baik, para pihak sudah melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka dalam perjanjian *franchise* sebagaimana mestinya, sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian, meskipun masih terdapat beberapa kekurangan dimana pihak *franchisor* tidak (belum) melaksanakan semua/seluruh kewajibannya sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian, tetapi dapat diselesaikan secara baik dengan musyawarah/mufakat diantara ke dua belah pihak *franchisee* dan *franchisor*.

Kata Kunci: *Perjanjian, Franchise, Mataram*

A. PENDAHULUAN

Kegiatan usaha (bisnis) dengan sistem *fanchise* adalah merupakan suatu perjanjian kerjasama bisnis, yakni dengan cara memberikan izin (lisensi) penggunaan atau pemanfaatan hak atas kekayaan yang dimiliki oleh seseorang atau suatu perusahaan untuk digunakan dimanfaatkan oleh pihak atau perusahaan lain dengan pemberian imbalan oleh pihak atau perusahaan lain tersebut, berupa pembayaran sejumlah uang tertentu yang lazim disebut dengan *royalty*. *Franchiise* adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba.

Di era globalisasi sekarang ini, perkembangan dunia usaha sudah sangat maju dan dinamis. Pengembangan kegiatan usaha, terutama dalam memperluas jaringan pemasaran dari suatu produk, pelaku usaha (bisnis) tidak perlu lagi membuka perwakilan atau cabang-cabang usaha di daerah atau negara lain. Pengembangan dan perluasan wilayah

pemasaran suatu produk usaha dapat dilakukan dengan mengadakan kerjasama bisnis yang dibuat atas dasar suatu perjanjian dengan sistem *franchise* atau dikenal dengan waralaba. Sejalan dengan perkembangan perekonomian dan perdagangan di Indonesia, bisnis *franchise* merupakan salah satu cara bisnis yang sudah sangat populer dikalangan masyarakat. *Franchise* merupakan salah satu sistem bisnis yang dianggap dapat memberikan keuntungan bagi para pihak yang menjalankan bisnis dengan sistem *franchise*¹.

Pengaturan kegiatan *franchise* hanya diatur dalam Peraturan Pemerintah dan Peraturan Menteri dengan menggunakan istilah ***francise (waralaba)***. Seiring dengan perkembangan kegiatan bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba) tersebut, ke depan perlu dipikirkan untuk dibuat peraturan perundang-undangan setingkat undang-undang yang mengatur secara khusus kegiatan bisnis *franchise* (waralaba), sehingga dapat memberikan jaminan kepastian hukum bagi pelaku dalam menjalankan bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba). Kegiatan bisnis *franchise* (waralaba) ini tidak hanya berskala internasional dan berkembang di ibu kota negara dan kota-kota besar saja, akan tetapi sudah merambah di seluruh kota-kota, baik yang tergolong kota besar maupun kota-kota di tingkat Provinsi dan kabupaten-kabupaten di seluruh Indonesia. Kegiatan bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba), tidak hanya sebatas pada penjualan prodok barang saja, tetapi termasuk juga kegiatan-kegiatan di bidang jasa, seperti faranchise dalam bidang menejemen perhotelan².

Mataram, sebagai salah satu ibu kotaPprovinsi di Indonesia yakni Ibukota provinsi Nusa Tenggara Barat, tidak luput dari pengaruh bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba). Banyak pelaku-pelaku bisnis di Kota Mataram menjalankan kegiatan usahanya dengan sistem *franchise* (waralaba) baik untuk perusahaan-perusahaan multi nasional, seperti Kentucky Fried Chiken (KFC), Pizza hart, Mc. Donald dan lain-lain, maupun perusahaan-perusahan nasional (domistik), seperti Alfamart, Indomart, dan perusahaan-perusahaan lain.

B. PEMBAHASAN

1. Penerapan aspek-aspek hukum *franchise* dalam pelaksanaan perjanjian *franchise* (waralaba) di Kota Mataram.

Sebelum membahas mengenai penerapan aspek-aspek hukum pelaksanaan perjanjian Francihe (waralaba) di Kota Mataram, terlebih dahulu akan dijelaskan mengenai pengaturan kegiatan bisnis ftanchise di Indonesia. Sistem bisnis franchise sesungguhnya sudah dikenal sejak lama yang diperkenalkan oleh perusahaan mesin jahit Singer.

1 Azwar Devi Keizerina Tengku, *Perlindungan Hukum Dalam Franchise*, Rajawali Pres, Jakarta, 2005. Hlm 37.

2 Fuady Munir, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2005, hlm 54

Kemudian sekitar tahun 1950 an berkembang model bisnis franchise yang dikenal dengan Bussines Format Franchising. Tipe franchise ini tidak hanya menjual lisensi merek dagang/nama produk, tetapi sekaligus konsep atau sistem bisnisnya. Pelopornya antara lain Mc Donald's dan Dunkin Donut's untuk bisnis siap hidang (*Fast Food*). Dewasa ini, bisnis franchise semakin berkembang dengan pesat. Bisnis franchise yang dikenal dengan Bussines Forma Franchising semakin merambah di kota-kota besar khususnya di Jakarta. Selain waralaba asing atau internasional, berkembang juga waralaba lokal yang mulai bermunculan pada tahun 1980-an yang di mulai dari waralaba restoran, tetapi cikal bakal sudah kelihatan pada tahun 1970-an dengan munculnya ayam goreng Mbok Berek, di Kalasan, Yogyakarta dan ayam goreng Tohjojo di Solo.

Oleh karena bisnis *franchise* semakin marak di Indonesia, bahkan beberapa bisnis *franchise* atau waralaba yang berasal di Indonesia mampu merambah ke mancanegara memasuki kancah internasional, maka untuk mendukung bisnis *franchise* Pemerintah mengeluarkan Peraturan Menteri Perdagangan No. 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba (Permendag Waralaba) yang mencabut beberapa peraturan, yaitu³ :

- a. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007. Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba yang menggantikan dan memperbarui peraturan sebelumnya yaitu Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba
- b. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 859) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1343);
- c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 68/M-DAG/PER/10/2012 tentang Waralaba untuk Jenis Usaha Toko Modern (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 1149);
- d. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 279) sebagaimana telah diubah dengan Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 58/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 07/M-DAG/PER/2/2013 tentang Pengembangan Kemitraan dalam Waralaba untuk Jenis Usaha Jasa Makanan dan Minuman (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 1344); dan

³ Jogloabang, Permendag 71 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Waralaba, <https://www.jogloabang.com/ekbis/permendag-71-2019-penyelenggaraan-waralaba>, Diakses 20 April 2020, Pukul 13.35 WITA

- e. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 60/M-DAG/PER/9/2013 tentang Logo Waralaba (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2013 Nomor 1194),
Selain itu, ada beberapa peraturan yang berkaitan dengan bisnis *franchise* (waralaba), yaitu sebagai berikut⁴:
- a. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 12/m-Dag/Per/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba.
 - b. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
 - c. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 57/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
 - d. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 53/M-Dag/Per/8/2012 Tentang Penyelenggaraan Waralaba.
 - e. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 58/M-Dag/Per/9/2014 Tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-Dag/Per/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.
 - f. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 07/M-Dag/Per/2/2013 Tentang Pengembangan Kemitraan Dalam Waralaba Untuk Jenis Usaha Jasa Makanan Dan Minuman.
 - g. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 60/M-Dag/Per/9/2013 Tentang Kewajiban Penggunaan Logo Waralaba.
 - h. Peraturan Menteri Perdagangan Nomor: 68/M-Dag/Per/10/2012 Tentang Waralaba Untuk Jenis Usaha Toko Modern.

Selanjutnya ketentuan peraturan perundang-undangan lain yang terkait dan mendukung tercapainya kepastian hukum dalam format bisnis *franchise* (waralaba) adalah⁵ : Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba; Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 Tentang Paten; Undang-undang No.15 Tahun 2001 Tentang Merek; Undang-undang No. 30 Tahun 2000 Tentang Rahasia Dagang. Keterkaitan beberapa peraturan perundang-undangan tersebut disebabkan karena kegiatan bisnis *franchise* pada dasarnya bukan merupakan suatu perjanjian kerjasama dalam bidang bisnis penjualan (distribusi) barang yang dilakukan oleh pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* semata. Namun, jika diperhatikan lebih jauh substansi atau isi perjanjian *franchise*, sesungguhnya terdapat beberapa aspek hukum yang terkait.

Beberapa aspek hukum yang terdapat dalam perjanjian *franchise*, adalah sebagai berikut :

1. Perjanjian tentang penggunaan merk dagang

4 Law Associate, Loc. Cit.,

5 Sonny Sumarsono, *Manajemen Bisnis Waralaba*, Graha Ilmu, Yogyakarta, 2009, hlm. 8

Salah satu substansi dan isi dari perjanjian *franchise* (waralaba) adalah perjanjian tentang penggunaan merk dagang. Sejalan dengan rumusan pengertian *franchise* yang ditentukan dalam Pasal 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, menyebutkan bahwa : “ Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau jasa yang telah terbukti berhasil dan dapat dimanfaatkan dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba “.

Penggunaan suatu merk (dagang) tidaklah dapat dipergunakan oleh setiap orang. Penggunaan suatu merek dagang hanya boleh digunakan oleh si pemilik merk tersebut. Sebab jika seseorang menggunakan merk dagang seseorang tanpa mendapat izin dari si pemilik merk dagang, maka hal tersebut bertentangan dengan ketentuan Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merk, yang sudah pastikan menimbulkan kerugian kepada si pemilik merk yang sebenarnya. Akibat hukum jika seseorang menggunakan merk dagang seseorang, tanpa adanya izin terlebih dahulu dari si pemilik merk, dapat dipidana. Seseorang atau badan, dapat menggunakan merk dagang seseorang dengan cara mengadakan perjanjian untuk mendapatkan izin menggunakan suatu merk dagang. Perjanjian penggunaan merk dagang adalah merupakan salah satu substansi (isi) perjanjian *franchise*. Perjanjian penggunaan merk dagang seseorang dapat diadakan antara para pihak yakni pihak yang menggunakan merk dagang dengan pihak pemilik merk dagang, dapat dilakukan atas dasar Pasal 40 ayat 1 Undang- Undang No. 15 Tahun 2001 tentang Merk.

Pasal 40 ayat (1), Undang-Undang No. 15 Tahun 2001 tentang merk, menentukan, bahwa : salah satu perolehan hak merk bisa diperoleh dengan cara perjanjian, selain waris, hibah dan wasiat. Salah satu cara memperoleh hak merk dengan perjanjian lisensi izin penggunaan merk, karena apabila seseorang yang menggunakan merk orang lain tanpa izin, maka pemilik merk dapat menuntut secara perdata (Pasal 76 dan 77 dan dapat pidana berdasarkan ketentuan (Pasal 90 s/d 93 UU Merk).

2. Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten

Dalam perjanjian *franchise* (waralaba), selain terkait dengan penggunaan merek dagang, juga terkait dengan penggunaan Paten yang juga merupakan bagian penting dari hak atas kekayaan intelektual. Pasal 1 ayat (1) Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten, menentukan : Paten adalah “hak eksklusif yang diberikan oleh negara kepada inventor atas hasil invensinya di bidang teknologi, yang selama waktu tertentu melaksanakan invensinya tersebut atau memberikan persetujuannya kepada pihak lain untuk melaksanakannya”. Sebagaimana ditentukan dalam undang-undang tentang Paten, Paten dapat berupa: (a) proses produksi; atau (b) hasil produksi; atau (c) penyempurnaan proses produksi; atau (d) penyempurnaan hasil produksi; atau (e) pengembangan proses produksi.

Jika memperhatikan substansi (isi) dari perjanjian *franchise* (waralaba), selain para pihak memperjanjikan mengenai izin penggunaan merek dagang, isi dari perjanjian *franchise* (waralaba) juga mengenai izin untuk menggunakan hak eksklusif seseorang yang telah diberikan oleh negara. Hak eksklusif yang dimiliki oleh seseorang ini sering dinamakan dengan hak paten. Sebagaimana hak atas merek yang telah dimiliki seseorang, tidaklah boleh digunakan oleh orang lain tanpa seizin orang yang memiliki hak eksklusif (hak paten) tersebut. Hak eksklusif (paten) yang telah dimiliki oleh seseorang, apakah dalam bidang hasil produksi; penyempurnaan proses produksi; atau pengembangan proses produksi, hanya dapat dipergunakan oleh si pemiliknyanya saja. Jika akan digunakan oleh orang lain sebagaimana halnya dengan merk, maka harus dengan mendapatkan izin atau persetujuan dari pemilik dari hak eksklusif (hak paten) yang bersangkutan⁶.

Penggunaan Hak Paten yang telah dimiliki oleh seseorang dapat diberikan (digunakan) oleh pihak lain, dengan persetujuan dari pemilik hak paten yang bersangkutan, hal ini sebagaimana ditentukan dalam pasal 1 ayat (1) Undang-Undang tentang Paten di atas. Oleh karena itu, dalam mengadakan perjanjian *franchise* (waralaba), karena berkaitan dengan persetujuan penggunaan hak paten, maka harus tumduk dan memperhatikan segala ketentuan-ketentuan dalam Undang-Undang No. 14 Tahun 2001 tentang Paten.

3. Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta

Undang-Undang Hak Cipta Sebagai Dasar Hukum Pemerintah dalam rangka melindungi hak cipta, maka pada tanggal 12 April 1982 melalui Lembaran Negara Tahun 1982 Nomor 15, pemerintah Republik Indonesia telah mengundangkan Undang-Undang Nomor 6 Tahun 1982 tentang Hak Cipta, yang menggantikan *Auteurswet* 1912. Undang-Undang Hak Cipta ini merupakan produk pembangunan hukum yang bertujuan, antara lain, untuk mendorong dan melindungi penciptaan, penyebarluasan hasil karya bidang ilmu, seni dan sastra serta mempercepat pertumbuhan kecerdasan bangsa.

Bisnis *franchise* (waralaba) sangat terkait erat dengan masalah-masalah yang berhubungan dengan Merek, Paten atau Hak Cipta, sehingga perundang-undangan di bidang Paten, Merek dan Hak Cipta berlaku dalam bisnis *franchise* (waralaba) tersebut. Hak Cipta adalah “hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberikan izin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundang-undangan yang berlaku” (Pasal 1 angka 1 UU Hak Cipta).

4. Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang

Kegiatan bisnis *franchise*, tidak dapat dilepaskan dari persoalan tentang rahasia dagang. Salah satu substansi dari isi perjanjian (kontrak) *franchise* adalah adanya

⁶ Margono dan Angkasa, *Komersialisasi Aspek Inelektual (Aspek Hukum Bisnis)*, Gramedia Widiasarna Indonesia, Jakarta, 2002.

kewajiban penerima franchise untuk merahasiakan resep atau ciri khas usaha yang diperoleh dari pihak franchisor. Selama perjanjian franchise berlangsung, franchise tidak diperbolehkan untuk membuka rahasia mengenai ciri khas dari produk ataupun segala resep-resep yang menjadi obyek franchise. Pelanggaran terhadap kewajiban untuk menjaga rahasia dagang tersebut adalah merupakan tindakan wanprestasi. Jika pihak *franchisee* (penerima waralaba), membocorkan rahasia dagang yang dimiliki oleh *franchisor* (pemberi waralaba), maka *franchisee* selaku penerima waralaba telah melakukan wanprestasi terhadap perjanjian waralaba, maka akibatnya pihak franchisor (pemberi waralaba) dapat melakukan pemutusan/penghentian perjanjian waralaba dan sekaligus dapat menuntut ganti kerugian dari franchisee (penerima waralaba).

2. Pelaksanaan perjanjian *franchise* (Waralaba) di Kota Mataram.

Franchise atau waralaba sebagaimana dirumuskan dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba Pasal 1 ayat (1) “Waralaba adalah hak khusus yang dimiliki oleh orang perseorangan atau badan usaha terhadap sistem bisnis dengan ciri khas usaha dalam rangka memasarkan barang dan/atau digunakan oleh pihak lain berdasarkan perjanjian waralaba”. *Franchise* (waralaba) merupakan salah satu bentuk pemberian lisensi, hanya saja agak berbeda dengan pengertian lisensi pada umumnya, *franchise* menekankan pada kewajiban untuk menggunakan sistem, metode, tata cara, prosedur, metode pemasaran dan penjualan maupun hal-hal lain yang ditentukan oleh *franchisor* secara eksklusif, serta tidak boleh dilanggar maupun diabaikan oleh penerima lisensi. Hal ini menjadi salah satu alasan yang mengakibatkan *franchise* cenderung bersifat eksklusif.

Dewasa ini, bisnis *franchise* (waralaba) semakin berkembang dengan pesat. Bisnis *franchise* (waralaba) yang dikenal dengan *Business Format Franchising* semakin merambah di kota-kota besar, tidak terkecuali di kota Mataram. Di Kota Mataram, terdapat banyak perusahaan dan pelaku usaha menjalankan bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba), baik perusahaan yang sudah berskala internasional seperti Fizza hurt, Kentucky Fried Chicken (KFC) dan yang lain, terdapat pula perusahaan *franchise* (waralaba) nasional (domestik) bahkan perusahaan atau perorangan yang bersifat lokal di kota Mataram.

1. Jenis Produk usaha *Franchise* (waralaba) di Kota Mataram

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan terhadap kegiatan bisnis *franchise* (waralaba) di Kota Mataram, dari sample beberapa perusahaan yang menjalankan bisnis dengan sistem *franchise* (waralaba), dapat dikemukakan data sebagai berikut :

Kegiatan Bisnis *Franchise* (waralaba) di Kota Mataram

No.	Nama Franchise	Produk	Jenis Franchise	Lokasi/tempat
1.	Es Teler 77 asal Jakarta	Makanan//Minuman	Restoran	Lombok Epicentrum Mall

2.	Kopi Janji Jiwa asal Jakarta	Minuman	Coffe shop	1. Cakranegara 2..Lombok Epicentrum Mall 3. Panjtilar
3.	Kedai Kopi Kulo	Minuman	Coffe shop	Jempong baru
4.	Chatime	Minuman	Cafe Minuman	1.Lombok Epicentrum Mall. 2.Transmart Mataram 3.Jln.Panca Usaha
5.	Oyo	Jasa	Menegement Hotel	Beberapa hotel di Mataramn
6.	Tahu Gila asal Jogya-karta	Makanan	Restoran	1.Lombok Epicentrum Mall. 2.Jln. Pemuda Mataram.
7.	Zoya asal Jakatra	Fashion	Butik	Jln. Hos Cokroaminoto
8.	Elzatta	Fashion	Hijab Store	Lombok Epicentrum Mall
9.	Apotik K2	Farmasi	Apotik	Jln. Pejanggik Jln.Pemuda
10.	Up Normal	Caffe	Kafe	Jln. Bung Karno
11.	Maniso	Retail	Retail	Lombok Epicentrum Mall
12.	Walfflelicious	Makanan	Cafe	Lombok Epicentrum Mall.
13.	Tawan	Makanan	Restoran	Lombok Epicentrum Mall
14.	Excelso	M i n u m a n / m a - k a n a n	Cafe	Lombok Epicentrum Mall
15.	JNE	Jasa	Ekspedisi	Mataram
16.	J.co	Makanan	Cafe	Lombok Epicentrum Mall
17.	Pasco Passision of Chocolate	Minuman	Cafe	Jln, Sriwijaya Mataram
18.	Pzza Hut	Makanan	Restoran	Jln. Sriwijaya Mataram.
19.	Richeese factory	Makanan	Fast foot/ restoran	1.Mataram Mall 2.Lombok Epicentrum Mall
20.	Aice	Minuman	Cafe	1.Jl. Airlangga 2..Senggigi 3. Cakranegara

21.	RIS Chikken	Makanan	Fast foot/ restoran	1.Jl. Airlangga 2..Senggigi 3. Cakranegara
22.	Xie Boba	Minumam	Kafe	Lombok Epicentrum Mall
23.	Diva Family Caraoke Prinches Sahrini Inul Vista	Hiburan	Karaoke	Lombok Epicentrum Mall
24.	KFC	Makanan	Restoran	Mataram
25.	Alfa Mart	Retail	Retail	Mataram
26.	Indo Mart	Retail	Retail	Mataram

Sumber data : diolah

Berdasarkan data yang dihimpun secara acak sejumlah 26 pelaku usaha dengan sistem franchise (waralaba) yang tersebar di kota Mataram, dapat dikualifikasikan bahwa produk bidang usaha dengan sisten *franchise* (waralaba) yang terdapat di Kota Mataram, adalah sebagai berikut

No	Produk	Jumlah	Keterangan
1.	Makanan dan minuman	17	Restoran dan caffe
2.	Penjualan barang	3	Retail
3.	Jasa	3	Ekspedisi dan manage- men hotel
4.	Fashion	2	Pakaian dan hijab
5.	Hiburan	1	Karaoke
Jum- lah		26	

Sumber data : diolah

Jika dilihat dari produk atau kegiatan usaha (bisnis) dengan sistem *franchise* (waralaba) berdasarkan data diatas, maka bidang usaha dengan sistem *franchise* (waralaba) didominasi oleh usaha dibidang produk makanan dan minuman.

2. Para pihak dalam perjanjian franchise di Kota Mataram

Berdasarkan Pasal 3 dan Pasal 4 Pasal PP No. 42 Tahun 2007, subyek hukum dalam perjanjian *franchise* (waralaba), adalah pemberi waralaba dan penerima waralaba. Pengertian dari Pemberi waralaba dan penerima waralaba diatur dalam Pasal 3 dan 4, yang berbunyi :

Pasal 3: Pemberi Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba.

Pasal 4: Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba.

Pemberi waralaba sesuai dengan rumusan dalam pasal Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007, lazim disebut atau dinamakan dengan istilah *franchisor*, sedangkan penerima waralaba sesuai dengan rumusan Pasal 4 Pasal PP No. 42 Tahun 2007 dinamakan dengan *franchisee*. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terkait dengan para pihak dalam perjanjian *franchise* (waralaba) di kota Mataram, terdapat beberapa *franchisor* berupa perusahaan yang berasal dari beberapa kota besar di Indonesia, seperti Jakarta, Yogyakarta, Surabaya dan kota-kota lain, bahkan ada beberapa *franchisor* merupakan perusahaan multinasional yang berasal dari luar negeri. Sedangkan, yang bertindak selaku *franchisee* adalah perusahaan ataupun perorangan yang berasal dari pengusaha lokal di Mataram.

3. Proses terjadinya perjanjian franchise

Untuk mengajukan mengadakan perjanjian *franchise*, pihak calon *franchisee* harus memenuhi beberapa syarat yang diajukan dan ditentukan oleh pihak *franchisor* selaku pemilik brand. Syarat-syarat minimal yang harus dipenuhi oleh pihak calon *franchisee*, adalah :

- a. Memiliki tempat usaha baik milik sendiri atau hak sewa minimal selama (1) tahun;
- b. Jarak outlet (tempat usaha) yang akan di buka minimal 5 km dari outlet sebelumnya;
- c. Menyediakan fasilitas parkir yang memadai minimal untuk kendaraan roda (2) dan kendaraan roda (4);
- d. Menyediakan modal awal usaha sebesar nya tergantung dari masing-masing brand franchise yang diminati,
- e. Tidak akan menyediakan dan menyajikan makanan lain dan atas usaha lain selain makanan yang ditetapkan oleh *franchisor*.

Selain syarat-syarat tersebut, untuk mengadakan perjanjian *franchise*, pihak *franchisee* sudah setuju untuk membayar *franchise fee* sebagai *royalty* yang disetor pada saat perjanjian ditandatangani. Secara garis besar dapat dijelaskan bahwa, proses terjadinya atau lahirnya perjanjian (kontrak) *franchise* melalui beberapa tahap, yaitu: Tahap pertama. Setelah negosiasi permohonan untuk mengadakan franchise oleh pihak *franchisee* kepada pihak *franchisor* dilakukan, maka Pada Tahap kedua, ditindaklanjuti dengan tahapan analisis dan observasi oleh pihak *franchisor* selama 3 bulan. Setelah analisis, observasi dan survey lokasi dilakukan oleh pihak *franchisor*, lalu takap berikutnya (ketiga) ditindaklanjuti dengan persetujuan dan penandatanganan kontrak (perjanjian) *franchise* oleh kedua belah pihak yaitu antara pihak *franchisor* dan pihak *franchisee* . Pembuatan perjanjian (kontrak) *franchise* antara *franchisor* dengan *franchisee* tentunya telah memenuhi syarat-syarat sah nya suatu perjanjian sebagaimana diatur dalam Pasal 1320 KUH Perdata.

Dengan ditandatanganinya perjanjian *franchise* antara *franchisor* dengan *franchisee* maka dapat diketahui bahwa kedua belah pihak telah sepakat untuk mengikatkan dirinya ke dalam perjanjian *franchise* dan lahirlah perjanjian (kontrak) *franchise*.

4. Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchise*

Dengan telah disetujuinya dan ditandatanganinya perjanjian *franchise* maka secara otomatis timbulah/lahirlah hubungan hukum pada kedua belah pihak yang berupa hak dan kewajiban yang harus dipatuhi dan dilaksanakan oleh kedua belah pihak. Hak merupakan sesuatu yang mutlak menjadi milik seseorang dan penggunaannya tergantung kepada orang tersebut, sedangkan kewajiban adalah sesuatu yang wajib dilaksanakan, keharusan (sesuatu hal yang harus dilaksanakan). Berkaitan dengan hak dan kewajiban dalam Perjanjian *Franchise* (waralaba) di kota Mataram, dapat dijelaskan sebagaimana yang tercantum dalam perjanjian masing-masing bidang usaha *franchise* (waralaba). Secara umum, hak dan kewajiban para pihak tersebut, dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kewajiban *franchisor*;

- a. Memberikan panduan operasional pengelolaan restoran kepada *franchisee* dan menyediakan secara cuma-cuma pengetahuan tentang manajemen pengelolaan dan teknik-teknik lain yang dimiliki oleh *franchisor*;
- b. Menyediakan desain interior, pelatih dan materi pelatihan untuk para pekerja restoran *franchisee* atas biaya *franchisor* sendiri;
- c. Menyelenggarakan program pelatihan untuk *franchisee* secara berkesinambungan dan berkala paling sedikit 2 (dua) kali dalam setahun atau tergantung perjanjian;
- d. Memberikan konsultasi gratis kepada *franchisee* apabila restoran *franchisee* berada dalam keadaan kritis yang dapat menyebabkan tutupnya atau berhentinya bisnis restoran *franchisee*;
- e. Memberikan rekomendasi kepada pihak perbankan/lembaga keuangan guna membantu *franchisee* memperoleh pinjaman untuk pengembangannya.

2. Sedangkan kewajiban *franchisee*, sebagaimana adalah sebagai berikut :

- a. Membayar *franchise fee* sebagai imbalan kepada *franchisor*.
- b. Seluruh biaya untuk pengadaan perabotan untuk keperluan menjalankan usaha serta bahan-bahan baku pembuatan menu yang sesuai dengan standar *franchisor* serta biaya-biaya lain seperti pengurusan perizinan atas pembukaan dan pengoperasian restoran menjadi tanggungan *franchisee* sendiri;
- c. Pengadaan brosur, kartu nama, formulir, kwitansi, seragam, bahan atau alat promosi dan benda-benda lain yang diperlukan untuk menunjang usaha, *franchisee* sepakat untuk membeli dari *franchisor* atas biaya *franchisee*;

- d. *Franchisee* atau pekerja yang dipekerjakan oleh *franchisee* pada usaha *franchisee* wajib mengikuti program pelatihan dan kerja praktek yang diselenggarakan *franchisor* atas biaya *franchisee*.

Selain kewajiban-kewajiban tersebut di atas, masih ada beberapa hak kewajiban dari kedua belah pihak yaitu, misalnya pihak *franchisor* tidak mengambil *royalty fee*, semua keuntungan adalah milik *franchisee*, Untuk biaya-biaya pada saat dijalankannya usaha pihak *franchisee* setuju untuk membayar kepada *franchisor* semua biaya dan iuran sesuai dengan perjanjian termasuk biaya tambahan atas semua produk atau jasa-jasa yang diberikan kepada *franchisor* serta menanggung semua biaya pengadaan *workshop*/pelatihan bulanan/tahunan yang diselenggarakan bersama *franchisor* serta *franchisee* lainnya (semua itu sangat tergantung dari perjanjian kedua belah pihak). Selain itu, kewajiban pihak *franchisee* juga selama dijalankannya usaha *franchisee*, pihak *franchisee* tidak diperkenankan memindahkan alamat restoran ke tempat lain tanpa persetujuan tertulis dari *franchisor*. Pihak *franchisor* berhak untuk mengubah dan menyesuaikan sistem marketing dan yang berkaitan dengan objek *franchisee* yang diperbaharui yang dilakukan dengan itikad baik demi usaha *franchisee*. *Franchisee* diwajibkan untuk merahasiakan sistem, manajemen dan cara-cara pengelolaan usaha yang di dapat dari *franchisor*.

5. Jangka waktu perjanjian Franchise di Kota Mataram

Terkait dengan masa berlakunya perjanjian *franchisee* (waralaba) di kota Mataram, berdasarkan hasil analisis yang dilakukan pada beberapa perjanjian *franchisee* (waralaba). Jangka waktu perjanjian *franchisee* (waralaba) berkisar antara 2 (dua) sampai dengan 5 (lima) tahun. Waktu (masa berlakunya) perjanjian *franchisee* (waralaba) di sebut/ditentukan secara tegas dalam perjanjian yang mereka buat. Masa (jangka) waktu berlakunya perjanjian *franchisee* yang sudah ditentukan tersebut, dapat diperpanjang oleh kedua belah pihak berdasarkan kesepakatan.

6. Kendala-kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan perjanjian *franchisee* (waralaba) di Kota Mataram.

Dalam pelaksanaan perjanjian *franchisee* (waralaba) di Kota Mataram, berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pihak-pihak yang bertindak selaku *franchisee*, tidak terdapat adanya kendala yang berarti. Perjanjian *franchisee* (waralaba) yang terdapat di Kota Mataram, selama ini telah berjalan secara baik dan lancar dengan pengertian bahwa, para pihak sudah melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban masing-masing yang tercantum di dalam perjanjian *franchisee* sebagaimana mestinya, seperti yang tercantum dalam beberapa pasal yang mengatur mengenai kewajiban pihak *franchisee*. Meskipun masih terdapat beberapa kekurangan dimana pihak *franchisor* dan *franchisee*, masing-masing belum melaksanakan semua/seluruh kewajibannya sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian, tetapi berbagai macam masalah yang

ada dapat diselesaikan secara baik dengan musyawarah/mufakat diantara ke dua belah pihak *franchisee* dan *franchisor*.

D. KESIMPULAN

Perjanjian *franchise* (waralaba) pada dasarnya bukan hanya merupakan suatu perjanjian kerjasama dalam bidang bisnis penjualan (distribusi) barang yang dilakukan oleh pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee* semata. Namun, jika diperhatikan lebih jauh substansi atau isi perjanjian *franchise* (waralaba), sesungguhnya terdapat beberapa aspek hukum yang terkait, tidak hanya semata-mata berisi perjanjian kerjasama penjualan (distribusi) yang dilakukan oleh pihak *franchisor* (pemberi waralaba) kepada pihak *franchisee* (penerima waralaba), tetapi terdapat beberapa aspek hukum yang terkait, yakni : Perjanjian tentang penggunaan merk dagang; Penggunaan Paten sesuai dengan Undang-Undang Nomor 14 Tahun 2001 tentang Paten; Pemberian izin penggunaan Hak cipta sesuai Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2002 tentang Hak Cipta, Perjanjian unruk merahasiakan sistem perdagangan sesuai Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang; Undang- Undang Ketenaga kerjaan dan Undang-Undang tentang Perpajakan.

Populasi perjanjian *franchise* di Kota Mataram di dominasi oleh distribusi barang (Alfamart dan Indomart). Jika dilihat dari jenis produk usaha *franchise* (waralaba), maka jenis produk yang mendominasi perjanjian *franchise* (waralaba) di kota Mataram adalah produk makanan dan minuman. Pelaksanaan perjanjian *franchise* (waralaba) di Kota Mataram berjalan secara baik dengan pengertian bahwa, para pihak sudah melaksanakan apa yang menjadi hak dan kewajiban mereka dalam perjanjian *franchise* sebagaimana mestinya, sebagaimana yang tercantum dalam beberapa pasal yang mengatur mengenai kewajiban pihak *franchise*, meskipun masih terdapat beberapa kekurangan dimana pihak *franchisor* tidak (belum) melaksanakan semua/seluruh kewajibannya sebagaimana yang ditentukan dalam perjanjian, tetapi dapat diselesaikan secara baik dengan musyawarah/mufakat diantara ke dua belah pihak *franchisee* dan *franchisor*.

Dalam setiap perjanjian tidak terkecuali perjanjian *franchise* (waralaba), pastilah akan menimbulkan suatu akibat hukum yang terkait dengan hak dan kewajiban para pihak. Untuk memberikan kepastian hukum dalam penyelesaian apabila terjadi sengketa berkaitan dengan hak dan kewajiban para pihak tersebut, diperlukan adanya suatu aturan hukum sebagai dasar untuk penyelesaian setiap problematika dan persoalan yang terjadi. Di samping itu, dalam pembuatan perjanjian *franchise* (waralaba) para pihak sedpat mungkin mengatur tentang apa yang menjadi hak dan kewajiban para pihak secara rinci (mendetail) di dalam kontrak, sehingga tidak terjadi perbedaan penafsiran terhadap isi kontrak *franchise* (waralaba) yang bereka buat, sehingga dapat meminimalisasi terjadinya sengketa dikemudian hari.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku-Buku, Makalah, Jurnal

- A. Sutedi, *Hukum Waralaba*, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia, Jakarta, 2008.
- Amiruddin dan Asikin Zainal, *Pengantar Metode Penelitian Hukum*, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2003.
- Azwar Devi Keizerina Tengku, *Perlindungan Hukum Dalam Franchise*, Rajawali Pres, Jakarta, 2005.
- Darus Mariam, *Kompilasi Hukum Perikatan*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2001.
- , *KUH Perdata Buku III Hukum Perikatan dengan Penjelasan*, PT. Alumni, Bandung. 2005.
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Ikhtisar Indonesi Edisi Ketiga*, Balai Pustaka. Jakarta, 2005.
- Fajar Mukti dan Achmad Yulianto, *Dualisme Penelitian Hukum Normatif & Empiris*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2009.
- Fuady Munir, *Pengantar Hukum Bisnis: Menata Bisnis Modern di Era Global*, PT. Citra Aditya Bhakti, Bandung, 2005
- HS Salim, *Hukum Kontrak, Teori & Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003.
- , *Perkembangan Hukum Kontrak Innominat di Indonesia*, PT. Sinar Grafika, Jakarta, 2009.
- Ibrahim Johnny, *Teori dan Metodologi Penelitian Hukum Normatif*, Bayumedia Publishing, Surabaya, 2005.
- Martin, Mendelson, *Frenchising Petunjuk praktis bagi Frenchisor dan Frenchisee*, (cetakan Pertama), IPPM, Jakarta, 1993.
- Margono dan Angkasa, *Komersialisasi Asse Inelektual (Aspek Hukum Bisnis)*, Gramedia Widiasarna Indonesia, Jakarta, 2002.
- Margono Suyud, *Aspek Hukum Komersialisasi Aset Intelektual*, Bandung: Nuansa Aulia, 2010.
- Muharam S., Apa itu Bisnis Waralaba, SMfr@nchise, January, 2003.
- Serfiyani Yustitisia Cita, Purnomo Serfianto D. R. dan Hariyani Iswi, *Franchise To Secret Ramuan Sukses Bisnis Waralaba Sepanjang Masa*, Andi, Yogyakarta, 2015.
- Setiawan Deden, *Franchise Guide Series – Ritel*, Dian Rakyat, Jakarta, 2007.
- Soekanto Soerjono dan Mamudi Sri, *Penelitian Hukum Normatif*, Cet. 2, C.V. Rajawali, Jakarta, 1986.
- Subekti R., *Hukum Perjanjian*, PT Inermasa, Jakarta, 1987.
- Sudarsono, *Kamus Hukum*, Rincka Cipta, Jakarta, 2007.
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian (Teori dan Analisa Kasus)*, Kencana, Jakarta, 2004.
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian Teori dan Analisis Kasus*, Kencana, Jakarta, 2004.
- Suharnoko, *Hukum Perjanjian*, Kencana, Jakarta, 2004.
- , *Hukum Waralaba*, Cet. I, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008

Widjaja Gunawan, *Waralaba*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.

_____, *Seri Hukum Bisnis Alternatif Penyelesaian Sengketa*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2005.

B. Peraturan Perundang-Undangan

Indonesia, Undang-Undang Nomor 4 Tahun 1998 Tentang Penetapan Peraturan Pemerintah Pengganti Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1998 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Tentang Kepailitan

Indonesia, Undang-Undang Nomor 37 Tahun 2004 Tentang Kepailitan dan Penundaan Kewajiban Pembayaran Utang

Indonesia, Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Kepmendag No. 12/MDAG/Per/3/2006