

**PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN
WARALABA (*FRANCHISE*) DI SURAKARTA**



**Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Menyelesaikan Program Studi Strata 1 Pada
Jurusan Ilmu Hukum Fakultas Hukum**

Oleh:

HERLINDA RIYANDHITA

NIM : C.100.140.377

PROGRAM STUDI ILMU HUKUM

FAKULTAS HUKUM

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2018

HALAMAN PERSETUJUAN

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) DI SURAKARTA

PUBLIKASI ILMIAH

Disusun Oleh :

HERLINDA RIYANDHITA

NIM : C.100.140.377

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing



(Prof. Dr. Absori, S.H.,M.Hum)

HALAMAN PENGESAHAN
PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN
WARALABA (*FRENCHISE*) DI SURAKARTA

Yang ditulis oleh :
HERLINDA RIYANDHITA
C.100.140.377

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Senin, 4 Juni 2018
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji,

Ketua : Prof. Dr. Absori, S.H., M. Hum

(.....)

Sekretaris : Dr. Kelik Wardiono, S.H.M.H

(.....)

Anggota : Septarina Budiwati, S.H.,M.H.,Cn

(.....)

Mengetahui,
Dekan Fakultas Hukum
Universitas Muhammadiyah Surakarta



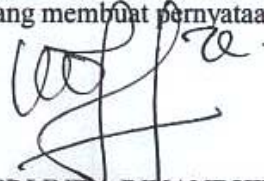
(Prof. Dr. Khuzdaifah Dimiyati, S.H., M. Hum)

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran atas pernyataan saya diatas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, April 2018
Yang membuat pernyataan



HERLINDA RIYANDHITA
NIM : C.100.140.377

PERLINDUNGAN HUKUM BAGI PARA PIHAK DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*) DI SURAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan perjanjian waralaba dan perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian waralaba pada Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex di Surakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian Hukum empiris atau biasa dikenal dengan penelitian hukum non doctrinal. Pelaksanaan perjanjian waralaba Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex Surakarta yang berlangsung selama ini dengan pihak kedua belum berdasar pada asas kebebasan berkontrak sebagaimana dalam pasal 1338 juncto Pasal 1233 KUHPerdata, yaitu sebagai perikatan yang timbul dari perjanjian sesuai dengan pasal 1313 KUHPerdata. Perlindungan hukum oleh para pihak dalam perjanjian waralaba pada Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex di Surakarta, yakni : (a) Ada 2 aspek pokok yang berkaitan perlindungan para pihak dalam perjanjian waralaba yaitu (1) Aspek Internal menyangkut eksistensi perjanjian waralaba yang ada baik dalam hal pendaftaran, kewajiban untuk terbuka bisnis pihak pertama/pemilik rumah makan kepada franchisee, yakni mengenai jangka waktu, royalti maupun persoalan pemutusan hubungan. (2) Aspek Eksternal ini pada prinsipnya merupakan garis besar kebijaksanaan pembentukan serta penerapan peraturan (menyangkut bisnis franchise) oleh pemerintah berupa peraturan perundangan yang mengatur praktek franchising yang semakin marak bahkan masuk hingga daerah kabupaten/kota. Perjanjian waralaba umumnya kurang memberi kesempatan kepada franchisee menggunakan merk atau logo tersebut melalui izin dari pihak pertama/pemilik rumah makan yang dalam hal ini dituangkan dalam bentuk kesepakatan kerjasama atau dalam bentuk perjanjian waralaba. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No.19 tahun 1992 secara tegas mengemukakan bahwa pemilik merk terdaftar berhak memberi lisensi kepada orang lain dengan perjanjian.

Kata kunci : *perlindungan hukum, para pihak, waralaba*

ABSTRACT

This study aims to investigate the implementation of the franchise agreement and legal protection for parties in the franchise agreement in Soto Seger mBok Giyem Boyolali and Meatballs Alex in Surakarta. This study uses empirical law research or commonly known as non-doctrinal legal research. Pime Frame franchise agreement Soto Seger mBok Giyem Alex Surakarta Boyolali and meatballs which lasted this with a second party is not based on the principle of freedom of contract as well as in Article 1338 and Article 1233 of the Civil Code, namely as an engagement arising from the agreement in accordance with Article 1313 of the Civil Code. Protection of the law by the parties in the franchise agreement in Soto Seger mBok Giyem Boyolali and Meatballs Alex in Surakarta, namely: (a) There are two main aspects that berkaitan protection of the parties in the franchise agreement, namely (1) Aspects of Internal concerning the existence of the franchise agreement that is good in terms of enrollment, the obligation to open a business first party / owner of the restaurant to the franchisees, namely regarding the period, royalties and problems termination. (2) External

Aspects of this in principle, is an outline of the wisdom of its establishment and implementation of rules (concerning the franchise business) by the government in the form of laws and regulations governing the practice of franchising is increasingly widespread even go up to the district / city. The franchise agreement is generally less provide an opportunity for franchisees to use the brand or logo by permission of the first party / restaurant owner in this case is poured in the form of a cooperation agreement or in the form of franchise agreement. In accordance with the provisions of Law 19 of 1992 explicitly pointed out that the owner of a registered trademark has the right to license others to the agreement.

Keywords : protection of the law, the parties, the franchise

1. PENDAHULUAN

Peluang Bisnis waralaba merupakan salah satu dari pilihan yang menguntungkan karena Waralaba/*Franchisee* tidak perlu memulai usaha dari nol, dan tinggal menjalankan model bisnis yang sudah teruji. Modal yang dikeluarkan juga tidak sebesar membangun usaha sendiri. Bisnis ini saat ini banyak diminati masyarakat. Karena bagi sebagian pelaku bisnis ini dapat meningkatkan kegiatan perekonomian dan memberikan kesempatan yang dapat lebih menjanjikan apabila dibandingkan dengan bisnis yang pada umumnya¹.

Perkembangan usaha melalui *franchise* ini dalam tahun-tahun terakhir mulai diterapkan oleh perusahaan-perusahaan Indonesia. Di Indonesia sampai dengan bulan Maret tahun 1996 diperkirakan telah beroperasi 119 (seraus sembilan belas) *franchise* asing, sedangkan *franchise* lokal diperkirakan sekitar 32 (tiga puluh dua) perusahaan.

Soto “Seger Mbok Giyem” Boyolali dan Bakso Alex Surakarta adalah salah satu usaha kuliner yang menggunakan sistem waralaba mulai dikenal oleh masyarakat luas sejak tahun 1997 dengan anak cabang mencapai 33 titik daerah yang di berbagai wilayah pulau Jawa tentu dalam melakukan usaha waralaba tersebut terdapat suatu perjanjian yang mengikat antara pemberi waralaba dan penerima waralaba yang menjadi dasar terjadinya perjanjian dalam waralaba “Soto Segeer Mbok Giyem” Boyolali dan Bakso Alex Surakarta tersebut yang mencerminkan

¹ Lindawaty, 2004, *FRANCHISE Pola Bisnis Spektakuler (Perspektif Hukum & Ekonomi)*, Bandung: CV. Utomo. Halaman 102.

perlindungan bagi penerima waralaba maupun penerima waralaba agar para pihak mendapat rasa keadilan dalam menjalankan usaha waralaba. Sebagai pembanding penulis melakukan penelitian pada “Bakso Alex” Surakarta dalam melakukan perlindungan Hukum Perjanjian Waralaba bagi *Franchisee* dan *franchisor* dengan memperhatikan Hukum Indonesia.

Masalah perkembangan bisnis waralaba yang dikembangkan Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex Surakarta menarik untuk diteliti, baik mengenai sistem pemasaran dan menu maupun rasa, juga cara penyajiannya berbeda dengan rumah makan lainnya. Sesuai disiplin ilmu peneliti maka masalah perjanjian waralaba antara Soto Seger Mbok Giyem dan Bakso Alex Surakarta tidak kalah menariknya. Karena itulah penarik tertarik untuk melakukan kajian dalam suatu penelitian ilmiah dalam bentuk skripsi.

Berdasarkan uraian dan latar belakang penulisan hukum ini, maka perumusan masalahnya adalah sebagai berikut: 1. Bagaimana pelaksanaan perjanjian waralaba di Surakarta? 2. Bagaimana perlindungan hukum oleh para pihak dalam perjanjian waralaba di Surakarta.?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian yang digunakan penulis adalah penelitian Hukum empiris atau biasa dikenal dengan penelitian hukum non doctrinal (non-doctrinal research), yaitu memandang hukum dalam lingkup lembaga formal, tetapi berusaha memandang hukum dan perilaku bekerjanya hukum yang ada dalam realitas empiris.²

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data yang diperoleh langsung dari masyarakat (empiris) dan dari bahan pustaka³. Adapun data dilihat dari sumbernya meliputi :

- 1) Data primer yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh dengan cara wawancara, yaitu dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung

² Absori, Khuzaefah Dimyati, Kelik Wardiono. 2008. *Model Penyelesaian Sengketa Lingkungan Melalui Lembaga Alternatif*. Mimbar Hukum Jilid 20 Terbitan ke II. Halaman. 368. Diakses tanggal 22 April 2018 jam 20.29

³ Peter Mahmud Marzuki. 2008. *Penelitian Hukum*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group. Halaman. 124.

kepada subyek penelitian dengan mengajukan daftar pertanyaan yang telah disiapkan tentang perlindungan hukum dan praktik para pihak dalam perjanjian waralaba (*franchise*) pada Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex Surakarta.

- 2) Data sekunder, merupakan data pendukung data primer yang diperoleh dari buku-buku, putusan hukum dan dokumentasi yang relevan dengan penelitian ini. arsip-arsip yang relevan dengan penelitian ini. Data sekunder ini juga didukung dari buku-buku, catatan, dokumen, arsip-arsip yang relevan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data penulis menggunakan studi kepustakaan dan wawancara. Metode analisis data yang digunakan metode kualitatif yaitu dengan cara data yang telah dikumpulkan atau diperoleh kemudian dianalisis. Selanjutnya data tersebut dijadikan rujukan dalam rangka memahami dan memperoleh pengertian yang mendalam dan menyeluruh untuk memecahkan masalah dan menarik kesimpulan.⁴

Pada penelitian hukum non doktrinal, pengolahan data hakekatnya adalah suatu kegiatan untuk mengadakan sistematisasi terhadap bahan-bahan hukum tertulis. Sistematisasi berarti membuat klasifikasi bahan-bahan hukum tertulis tersebut untuk memudahkan pekerjaan analisis dan mengkontruksinya. Data penelitian yang telah terkumpul melalui studi dokumentasi dan dilengkapi dengan teknik wawancara dan beberapa bahan-bahan hukum tersebut, selanjutnya di olah dan di analisis secara deduktif yakni dari hal yang umum ke hal yang khusus⁵.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Pelaksanaan Perjanjian Waralaba

Baik rumah makan Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali maupun Bakso Alex di Surakarta, sebagai pihak pertama dalam kerja sama bisnis dengan pihak kedua dilakukan dengan melalui perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba atau

⁴ Meidiasari Amalia Nur Handini, 2018, *Penyelesaian Sengketa Tanah Melalui Mediasi*. Halaman 6. Diakses tanggal 29 April 2018.

⁵ *Ibid.*, halaman 124

perjanjian *franchise* merupakan instrument kerjasama dalam hal pemasaran dengan konsep dan standar yang telah ditetapkan oleh Pihak pertama/pemilik rumah makan, konsep pemasaran yang diberikan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan tersebut menyangkut masalah manajemen pemasaran dan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan terutama dalam pelatihan dan promosi.

Dalam perjanjian waralaba terdapat dua pihak, yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba, sedangkan penerima waralaba (*franchisee*) adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba.⁶

Sebagai suatu regulasi social dalam kehidupan ekonomi, kehadiran bisnis *franchise* telah menimbulkan permasalahan dibidang hukum. Hal ini sebagai akibat adanya hubungan-hubungan dalam system *franchise* yang dibangun atas dasar hubungan kontrak, yang dikenal dengan kontrak *franchise*. Kontrak *franchise* merupakan pedoman hukum yang menggariskan tanggung jawab dari pemilik *franchise* atau yang disebut *franchisor* dan pemegang *franchise* yang disebut *franchisee*. Setiap *franchisor* pada umumnya mempunyai suatu standard kontrak yang ditawarkan pada calon *franchisee* untuk dapat disepakati, dimana bentuk kontrak yang telah dibuat oleh *franchisor* ini disusun oleh para ahli hukumnya sehingga substansinya sebagian besar menguntungkan *franchisor* atau minimal tidak merugikan serta dapat melindunginya.

Perjanjian bisnis franchise adalah jenis perjanjian tidak ternama (*innominaat*) yang diperbolehkan keberadaannya didalam masyarakat asal tidak

⁶ Rineke Sara, *Perlindungan Hukum Penerima Waralaba (Franchise) dalam perjanjian waralaba (studi kasus Bento Burger Jakarta)*, Universitas Borobudur

bertentangan dengan Undang-Undang, ketertiban umum dan kesusilaan.⁷ Di Indonesia pada saat ini belum terdapat perundang-undangan yang secara khusus mengatur tentang kontrak bisnis *franchise* ini. Sehingga praktek yang dilakukan selama ini masih didasarkan pada kontrak tertulis dalam bentuk kontrak kerja sama. Hal ini dilakukan oleh *franchisor* dan *franchisee* berdasarkan atas asas kebebasan berkontrak seperti yang tertuang dalam pasal 1338 KUHPdata. Karena kontrak *franchise* hanya didasarkan pada kontrak kerja sama, maka kedua belah pihak harus benar-benar teliti dan hati-hati terhadap hal-hal yang telah disepakati. Ketidadaan peraturan hukum yang secara khusus mengatur tentang kontrak *franchise* di Indonesia, mengharuskan pemerintah Indonesia untuk mengambil kebijakan-kebijakan dalam rangka pembinaan, pengembangan bisnis *franchise* ini serta aspek-aspek hukumnya.

Franchise merupakan pilihan untuk berwirausaha dengan risiko paling kecil. Pada awalnya *franchise* dimulai dari keberhasilan usaha dari pemilik merek atau *Franchisor*. Melalui bisnis *franchise* *Franchisor* akan menularkan keberhasilan usahanya kepada *Franchisee*. *Franchisor* sebelumnya telah melakukan dan membuat satu formulasi standart untuk sukses sesuai dengan pengalamannya. *Franchisee* memikirkan cara-cara memaksimalkan penjualan dan keuntungan di outletnya sendiri, dengan terus menerus memperbaiki pendekatan dan strategiusahanya agar sesuai dengan kebutuhan pasarnya. Sedangkan *franchisor* menjaga nilai kompetitif produknya, dan mendukung *Franchisee* untuk memusatkan upayanya secara efektif.

Dalam perspektif hukum perdata, nampak masih terpaku pada ketentuan hukum yang mendasarkan pada KUHPdata terutama yang mengatur masalah perjanjian. Suatu Perjanjian timbul karena adanya proses peralihan atau kepemilikan atau penikmatan barang atau jasa dari penyedia barang (Produsen) kepada pengguna (Konsumen).⁸

⁷ Putu Prasmita Sari, I Gusti Ngurah Perwata, *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise*, Unniversitas Udayana

⁸ Absori, 2010, *Hukum Ekonomi Indonesia, Beberapa Aspek Pengembangan pada Era Liberalisme Perdagangan*, Surakarta : Muhammadiyah University Press, hlm 183

Dalam kajian yuridis, perjanjian waralaba (Perjanjian waralaba) dipandang sebagai, “perjanjian dagang dengan menggunakan merk “Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali” atau dapat dikatakan sebagai pemberian hak dagang yang meliputi lisensi untuk pemasaran produk dengan merek “Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali” untuk mendistribusikan produk tertentu dari licensor (produsen).

Baik rumah makan Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali maupun Bakso Alex di Surakarta, sebagai pihak pertama dalam kerja sama bisnis dengan pihak kedua dilakukan dengan melalui perjanjian waralaba. Perjanjian waralaba atau perjanjian *franchise* merupakan instrument kerjasama dalam hal pemasaran dengan konsep dan standar yang telah ditetapkan oleh Pihak pertama/pemilik rumah makan, konsep pemasaran yang diberikan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan tersebut menyangkut masalah manajemen pemasaran dan pelayanan yang ditawarkan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan terutama dalam pelatihan dan promosi⁹.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap regulasi perjanjian waralaba (Franchise) di Indonesia, dapat diperoleh data sebagai berikut: Pertama, berdasarkan ketentuan perundang-undangan. Secara umum mengenai perjanjian waralaba (*Franchise*) di Indonesia telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan yang berlaku, antara lain (1) Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Secara umum mengenai perjanjian usaha bisnis waralaba (*franchise*) telah diatur dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata). Kegiatan bisnis waralaba atau Franchise harus memiliki dasar hukum yang kuat, yang dimana dasar hukum tersebut merupakan bagian dari perjanjian atau kontrak. Perjanjian sebagai dasar hukum dalam bisnis waralaba, telah diatur dalam Ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1338 ayat (1), Pasal 1233 sampai dengan Pasal 1456 (KUHPerdata).

⁹ Wawancara pribadi dengan Marsudi, Manajemen Rumah Makan Soto Seger Mbok Giyem Boyolali hari Jumat tanggal 26 Januari 2018b jam 15.15

Perjanjian waralaba diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang waralaba dan Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 53/M-DAG/PER/8/2006 tentang Penyelenggaraan waralaba. Kemudian dalam perjanjian waralaba harus memperhatikan Undang – Undang Rahasia Dagang No. 30 Tahun 2000.¹⁰ Kesetaraan kedudukan dalam perjanjian, baik yang muncul pada saat dibuatnya maupun dalam pelaksanaan perjanjian waralaba berkenaan dengan keseimbangan antara dua kutub kepentingan, kepentingan para individu satu sama lain antara individu dan kepentingan umum.¹¹ Jadi apabila ketentuan-ketentuan tersebut di langgar atau tidak di perhatikan, maka perlindungan hukum bagi pemberi waralaba atau penerima waralaba tidak dapat tercapai.

Ketentuan tersebut memberikan maksud, bahwa para pihak dalam melakukan perjanjian, bebas untuk melakukan apapun sepanjang tidak bertentangan dengan hukum yang berlaku, kebiasaan, kesopanan atau hal-hal lain yang berhubungan dengan ketertiban umum, juga tentang syarat-syarat sahnya perjanjian. Ketentuan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata menyebutkan, bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya.¹² Perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh ketentuan undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik. Berdasarkan Ketentuan Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata tersebut diatas, maka tiap-tiap pihak dalam perjanjian wajib mematuhi hal-hal yang telah diperjanjikan dan melaksanakan perjanjian dengan itikad baik.¹³ Adapun secara umum mengenai Ketentuan Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Keberadaan usaha bisnis

¹⁰ Annisa, Rizki Nur, 2016, *Analisis yuridis Perjanjian Waralaba di Bidang Merek Dagang dan Rahasia Dagang (studi kasus perjanjian waralaba “ soto seger mbok giyem Boyolali”*, Universitas Sebelas Maret, vol. IV no 1

¹¹ Dita Moly Fatra, 2013, *Kesetaraan Kedudukan Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (studi kasus terhadap perjanjian waralaba kebab Turki Baba Raf)*, Universitas Jember

¹² Abdulkadir Muhammad, 1990, *Hukum perikatan*, Bandung: Citra Aditya Bhakti, hal.158

¹³ Agus Yudha Handoko, *Hukum Perjanjian Asas Proposionalitas dalam Kontrak Komersial*, Jakarta: Kencana, cet.ke 4, hlm.135

waralaba adalah Ketentuan Pasal 44 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek menyebutkan tentang lisensi non eksklusif. Oleh karena itu pemilik Merek yang sudah memberikan lisensi tetap dapat menggunakan sendiri Merknnya atau memberikan lisensi kepada pihak ketiga. Dalam suatu perjanjian lisensi dapat ditentukan bahwa penerima lisensi diberi wewenang untuk memberikan lisensi lebih lanjut kepada pihak ketiga. Sedangkan Ketentuan Pasal 46 Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, menyebutkan bahwa penggunaan Merek terdaftar di Indonesia oleh penerima lisensi dianggap sama dengan penggunaan Merek tersebut di Indonesia oleh pemilik Merek.

3.2 Perlindungan Hukum dalam Perjanjian Waralaba

Perlindungan hukum adalah perlidungan dengan sarana hukum. Tidak semua kepentingan perlu dilindungi hukum. Kepentingan yang dilindungi hukum adalah kepentingan yang dinyatakan sebagai hak. Hukum sebagai alat merupakan suatu peraturan yang dapat menghalang-halangi penguasa untuk bertindak sewenang-wenang. Tanpa berlakunya hukum di masyarakat, akan timbul kekacauan dan kesewenang-wenangan.¹⁴

Perlindungan hukum terhadap terhadap para pihak dalam perjanjian waralaba di Indonesia diwujudkan dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang, Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba, keberadaan peraturan perundang-undangan tersebut semata-mata untuk melindungi para pihak dalam melakukan bisnis waralaba.¹⁵ Disamping itu diperlukan adanya perlindungan hukum yang menghormati hak-hak warga

¹⁴ Mukhtie Fadjar A. *Tipe Negara Hukum*, Banyumedia, Malang, 2004, hlm. 28

¹⁵ Sri Wahyuningtyas, Septarina Budiwati, *Analisis Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Universitas Muhammadiyah Surakarta

negara.¹⁶ Perlindungan hukum yang diberikan adalah bentuk kepentingan bersama.¹⁷

Terkait dengan teori perlindungan hukum menurut fitzgerald mengutip istilah teori perlindungan hukum dari Salmond bahwa hukum bertujuan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai kepentingan dalam masyarakat karena dalam suatu lalulintas kepentingan, perlindungan terhadap kepentingan di lain pihak. Kepentingan hukum adalah mengurus hak dan kepentingan manusia, sehingga hukum memiliki otoritas tertinggi untuk menentukan kepentingan manusia yang perlu diatur dan dilindungi.¹⁸ Menurut Absori, manusia merupakan miniatur universum, sedangkan alam merupakan salah satu objek untuk menggali pengetahuan, menggali kebesaran Tuhan, dan pada akhirnya akan meningkatkan keimanan seseorang.¹⁹

Perjanjian waralaba yang ada merupakan bentuk perjanjian yang tidak terdaftar/dibawah tangan (*un registered*). Ada 2 aspek pokok yang menjadi perhatian penulis menyangkut campur tangan pemerintah/negara, kaitannya untuk melindungi secara hukum keberadaan *franchisee* dalam suatu perjanjian waralaba dengan membuat peraturan tentang franchise secara khusus, mencakup aspek internal dan aspek eksternal²⁰.

3.2.1. Aspek Internal ini dimaksud terutama menyangkut eksistensi perjanjian waralaba yang ada baik dalam hal pendaftaran (*registration*), kewajiban untuk terbuka (*disclose*) bisnis pihak pertama/pemilik rumah makan kepada franchisee, jangka waktu, royalti maupun persoalan pemutusan hubungan (*termination*).

¹⁶ Absori, *Perlindungan Hukum Hak-Hak Anak dan Implementasinya di Indonesia Pada Era Otonomi Daerah*: Jurnal Jurisprudence, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta, Vol 2 No 1, 2005, hlm. 1.

¹⁷ Muhammad Syiblunnur, Absori, 2017, *Perlindungan Hukum Pada Pelayanan Kesehatan Tingkat Pertama Di Kabupaten Kotawaringin Timur*, Universitas Muhammadiyah Surakarta. hlm 14.

¹⁸ Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: PT. Citra Bakti, 2000. Hlm.53

¹⁹ Absori, Khudzaifah Dimyati, Ridwan, *Makna Pengelolaan Lingkungan Perspektif Etik Profetik*, Al Tahrir Vol.17, No.2, November 2017 : 331-352 diakses tanggal 20 Mei 2018.

²⁰ Wawancara pribadi dengan Ibu Siti Nur Hidayati manajer Bakso Alex dalam wawancara pribadi pada hari Rabu tanggal 24 Januari 2018 jam 13.00

- 1) Pada Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali, pada dasarnya sama dengan rumah makan Bakso Alex di Surakarta yakni praktek franchise yang ada selama ini (Sebelum dikeluarkannya
- 2) PP No.16 tahun 1997), dilakukan secara di bawah tangan dan tidak adanya pengawasan atas perjanjian waralaba sebagai suatu bentuk perjanjian lisensi, pengawasan atas materi kontrak akan dapat dilakukan ketika draft perjanjian waralaba diregristrasikan, mengingat franchise sebagai suatu lisensi yang ada selama ini merupakan bentuk PMDN. Namun dalam pasal 3 ayat 1 dan pasal 7 ayat (1) PP No.16 tahun 1997 telah mewajibkan keterbukaan bagi pihak pertama/pemilik rumah makan dan kewajiban pendaftaran bagi franchisee dalam hubungan franchising di antara mereka.
- 3) Selanjutnya, baik dari Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali maupun Bakso Alex di Surakarta, masing-masing memiliki 3 hal pokok yang harus menjadi perhatian dalam perjanjian waralaba yakni perlunya campur tangan negara/pemerintah di dalamnya, yaitu : jangka waktu perjanjian franchise, royalti dan pemutusan hubungan bisnis (termination).

3.2.2. Aspek Eksternal

Aspek ini pada prinsipnya merupakan garis besar kebijaksanaan pembentukan serta penerapan peraturan (yang menyangkut bisnis franchise) oleh Negara melalui pemerintah berupa peraturan perundangan yang mengatur praktek franchising yang semakin marak bahkan masuk hingga daerah kabupaten/kota. Peraturan perundangan yang mengatur franchising tidak terlepas atas 2 hal pokok, yaitu proses pra perjanjian dilaksanakan oleh para pihak dan pelaksanaan perjanjian.

Aspek eksternal disini adalah pembentukan peraturan yang baik secara langsung maupun tidak langsung menyangkut praktek franchising di Indonesia, seperti peraturan tentang antitrust/anti monopoli, peraturan tentang persaingan usaha (*fair business practices*). Dalam hal pra perjanjian memang

perlu pengaturan tentang mekanisme pendaftaran (*registration*) terhadap bisnis franchise dan kewajiban untuk memberikan informasi secara terbuka kepada calon franchisee. Hal ini dilakukan agar jangan sampai bisnis franchise yang masuk tersebut merusak sistem perekonomian di Indonesia. Selain itu dapat diantisipasi pula strategi kemitraan yang dapat dilakukan melalui bisnis franchise.

Perjalanan penegakan hukum untuk melindungi kepada konsumen selama ini, nampak baik melalui gerakan perlindungan konsumen maupun lembaga peradilan tidak dapat berjalan efektif dan hasil yang dicapai masih jauh dari harapan. Ini juga upaya negoisasi yang melibatkan pemerintah untuk bermusyawarah tidak banyak menghasilkan keputusan yang dianggap melindungi kepentingan masyarakat. Kondisi semakin mendorong pihak masyarakat dengan didukung lembaga masyarakat (LSM) berusaha untuk mencari jalan lain dalam memperjuangkan keadilan melalui upaya yang dikenal dengan Class Action.²¹

Secara umum dalam membuat perjanjian kontrak dalam usaha waralaba, harus memenuhi syarat sah sebuah perjanjian tertulis yang terdapat dalam Kitab Undang-Undang Hukum Perdata. Dengan adanya suatu kontrak perjanjian waralaba yang telah disepakati, maka para pihak tidak diperbolehkan untuk menarik diri dari perjanjian yang telah disepakati. Hal ini sesuai dengan Ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata, yakni: suatu perjanjian tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cakap untuk itu.

Manajemen Rumah makan Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali menganggap hal mendasar dalam perlindungan hukum bagi franchisee kaitannya dengan campur tangan pemerintah selain pembentukan peraturan yang menyangkut franchise juga pembentukan Asosiasi Franchise Indonesia yang berwibawa (pengefektifan Asosiasi Waralaba Indonesia yang telah ada)

²¹ Absori, Op.Cit hlm 188

serta mampu menampung persoalan-persoalan franchise yang ada. Di samping itu, perlu adanya Asosiasi Franchisee secara khusus menampung kepentingan franchisee yang selama ini dipandang memiliki posisi yang lemah baik dalam hal penentuan materi perjanjian juga dalam hal negosiasi/ bargaining strategi kebijaksanaan bisnis yang dijalankan.

Manajemen Bakso Alex memandang perlu adanya peraturan yang menindaklanjuti Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tentang Pembinaan Usaha Kecil pada pasal 27 huruf d memberikan isyarat akan keberadaan franchise sebagai salah satu bentuk kemitraan. Adapun aturan – aturan yang secara spesifik mengatur tentang kemitraan melalui franchise tidak diatur oleh Undang-Undang Nomor 9 tahun 1995, campur tangan pemerintah untuk segera mengatur peraturan organik atas Undang-undang Nomor 9 tahun 1995 tersebut di pandang sangat urgen. Mengingat pula bahwa soko guru perekonomian Indonesia adalah koperasi dan usaha kecil perlu dikembangkan di tengah – tengah persaingan global.

3.2.3. Aspek Hak Cipta, Paten dan Merk

Pada dasarnya sistem franchise ini adalah suatu sistem yang mengandalkan pada adanya kesuksesan terlebih dahulu, dalam hal ini harus terlebih dahulu adanya kesuksesan pihak pertama/pemilik rumah makan dalam menjalankan usahanya dimana diketahui bahwa kesuksesan tersebut tidak diperoleh dengan mudah, tetapi diraih berkat kerja keras bahkan melalui berbagai riset yang akhirnya menghasilkan kesuksesan di pasaran.

Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk. Hak atas merek lahir dari pendaftaran dan pendaftaran berfungsi sebagai pemberitahuan kepada publik atau kepada pihak ketiga siapa pemilik Merk yang sebenarnya. Jika terjadi perselisihan antara pemilik Merk yang terdaftar dengan penerima lisensi yang mengadakan perjanjian lisensi dengan pihak yang tidak terdaftar sebagai pemilik Merk yang bersangkutan, maka perlindungan hukum diberikan kepada pemilik merk yang terdaftar. Ketentuan Pasal 48 ayat (1) Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001, telah menyebutkan bahwa penerima

lisensi yang beritikad baik, tetapi kemudian Merk itu dibatalkan atas dasar adanya persamaan pada pokoknya atau keseluruhannya dengan Merk lain yang terdaftar, tetap berhak melaksanakan perjanjian lisensi tersebut sampai dengan berakhirnya jangka waktu lisensi.

Pada Manajemen Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali memandang bahwa kesuksesan sistem bisnis franchise yang ditandai dengan adanya merk dan logo yang telah dikenal oleh konsumen, perlu mendapat perlindungan hukum khususnya terhadap tindakan pihak-pihak tertentu yang ingin mendapatkan keuntungan dari kesuksesan pihak lain tanpa harus melakukan hubungan hukum yang sah dengan pihak pemilik merk dan logo tersebut.

Bakso Alex Surakarta, pandangan manajernya melihat praktek yang terjadi di dalam sistem bisnis franchise dapat ditemukan adanya tiga jenis franchise. Pertama adalah Product Distribution Franchise, yaitu suatu sistem franchise yang memberikan keleluasaan kepada pihak franchisee untuk pemasaran dan mendistribusikan produk dengan sistem pemasaran yang dikembangkan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan. Kedua adalah Business Format Franchise yang dalam praktek banyak berkembang. Ketiga adalah *Trade Mark* atau *Brand Name License* yaitu sistem franchise yang hanya memberikan lisensi dagang untuk menjual dengan ciri-ciri atau karakter khusus.

3.2.4. Aspek Hukum

Pemerintah mengeluarkan suatu kebijakan hukum dalam bentuk Peraturan Pemerintah No.20 tahun 1994 tentang Penanaman Modal Asing dimana jika dilihat dari sudut essensinya Peraturan Pemerintah ini memperkenalkan perusahaan transnasional untuk melakukan aktivitas di Indonesia dalam bidang-bidang yang menguasai hajat hidup orang banyak termasuk franchise ini.

Di Indonesia Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) telah merumuskan beberapa ketentuan yang berkaitan dengan hak konsumen, diantaranya *pertama*, hak keamanan dan keselamatan, *kedua* hak untuk

memilih, *ketiga* hak atas informasi, *keempat*, hak untuk didengar, *kelima* hak untuk mendapatkan barang sesuai dengan nilai tukar yang diberikannya dan *keenam* hak untuk mendapatkan upaya penyelesaian hukum yang patut.²²

Bakso Alex Surakarta manajemennya memandang perjanjian waralaba biasanya menyatakan kedudukan franchisee adalah pihak yang independent dalam kontrak tersebut dan bukan merupakan agen atau pekerja bagi pihak pertama/pemilik rumah makan. Soto Segeer Mbok Giyem, Boyolali mempertahankan kualitas produk dan pelayanan (*service*) yang diberikan pada *franchisee*, demikian halnya juga dengan nilai suatu merek dagang, *franchisor* seringkali berusaha melakukan pengawasan secara luas dari beberapa aspek pelaksanaan bisnis yang dijalankan oleh *franchisee*.

Berdasarkan pada penelitian terhadap perjanjian waralaba ada 3 (tiga) hal utama yang cukup menarik untuk dianalisis berkaitan dengan manajemen dalam *franchise*, royalti serta penyelesaian sengketa. Ketiga hal tersebut menarik sebagai suatu kajian atau analisis tersendiri dalam kaitannya dengan perjanjian waralaba. Hal ini dikarenakan selama ini persoalan-persoalan yang muncul menjadi sengketa atau dispute dalam pelaksanaan perjanjian waralaba beranjak dari ketiga hal tersebut.

Baik Soto Segeer Mbok Giyem Boyolali maupun Bakso Alex dalam pelaksanaan pekerjaan, maka implementasinya hanya dilakukan sebatas ketentuan yang termuat dalam perjanjian sebagaimana telah direncanakan sebelumnya serta mengacu pada sistem yang ditentukan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan. Hal tersebut memberikan pengertian bahwa *franchisee* dalam melakukan kegiatan (*work system*) yang berkaitan dengan sistem bisnis *franchise* tersebut harus memenuhi standarisasi pihak pertama/pemilik rumah makan.

Kewenangan untuk mengambil kebijaksanaan baik pengembangan atau perluasan usaha maupun penentuan strategi bisnis ada pada kekuasaan atau kewenangan pihak pertama/pemilik rumah makan, setidaknya

²² Ibid, hal 178

dalam hal penentuan kebijaksanaan mikro selain ditetapkan oleh pihak pertama/pemilik rumah makan) antara lain kewenangan untuk menentukan toleransi bahan makanan dan minuman selain soto namun seijin pihak pertama/pemilik rumah makan dan penggunaan sarana pendukung harus sepengetahuan pihak pertama/pemilik rumah makan.

Pada salah satu materi perjanjian waralaba yang termuat dalam perjanjian waralaba penggunaan Merk Dagang “Soto Segeer Mbok Giyem” Boyolali, juga menegaskan bahwa pertimbangan atas segala pelaksanaan yang berkaitan dengan bisnis *franchisee* dimintakan kepada pihak pertama/pemilik rumah makan. Sedangkan pada Bakso Alex meski sama-sama mengambil sikap memutuskan hubungan kerja sama franchisee yang sudah diperingatkan 3 kali melakukan wanprestasi. Ketentuan Pasal 8 perjanjian kerja sama (perjanjian waralaba) dagang (*franchise*) bahwa pihak kedua (*franchisee*) dilarang memindahtangankan atau menjual Merk Dagang “Soto Segeer Mbok Giyem” Boyolali dan pengelolaannya dengan pihak lain.

Dari 3 (tiga) hal dalam penelitian tersebut **Pertama**, dalam bisnis waralaba (*franchise*), hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*) dibangun atas dasar perjanjian. Secara umum mengenai perjanjian waralaba di Indonesia telah diatur dalam ketentuan perundang-undangan yang berlaku, antara lain, Kitab Undang-Undang Hukum Perdata (KUHPerdata), Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merk, Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang. Pengaturan mengenai keberadaan waralaba juga telah ditentukan dalam berbagai peraturan, seperti Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor 12/MDag/PER/3/2006 tentang Ketentuan dan Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba dan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba (*franchise*). Keberadaan peraturan perundang-undangan tersebut semata-mata untuk melindungi para pihak dalam melakukan bisnis waralaba. **Kedua**,

perlindungan hukum diperlukan untuk menjamin hak-hak yang dimiliki oleh para pihak, baik pihak pemberi waralaba (franchisor) dan penerima waralaba (franchisee). Perlindungan tersebut diwujudkan dalam ketentuan Kitab Undang-Undang Hukum Perdata Pasal 1320 dan Pasal 1338 ayat (2), Undang-Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek pada Pasal 3, Pasal 48 ayat (1) dan (2), yang memberikan perlindungan hukum kepada pihak yang mendaftarkan Mereknya 15 Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba Pasal 8. 11 terhadap kemungkinan penggunaan secara melanggar hukum atas Merek tersebut, Undang-Undang Nomor 30 tahun 2000 tentang Rahasia Dagang Pasal 5 ayat (1), yang memberikan perlindungan untuk menjaga kepentingan masing-masing pihak yang mengadakan perjanjian pengalihan hak atas rahasia dagang. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 tahun 2007 tentang waralaba, Pasal 1 ayat (1), (2) dan (3), memberikan perlindungan terhadap hak-hak yang dimiliki oleh pihak pemberi waralaba dan hak-hak penerima waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba sesuai kesepakatan awal atau pada saat disepakatinya Perjanjian Franchise (franchise agreement). *ketiga* Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia (PERMENDAGRI) Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Perdagangan Nomor 53/M-DAG/PER/8/2012 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Perjanjian waralaba yang diputus secara sepihak oleh pemberi waralaba sebelum masa berlaku perjanjian waralaba berakhir, pemberi waralaba tidak dapat menunjuk penerima waralaba yang baru untuk wilayah yang sama, sebelum mencapai kesepakatan dalam penyelesaian perselisihan oleh kedua belah pihak (clean break) atau sampai ada putusan pengadilan yang sudah berkekuatan hukum tetap (Pasal 8 PERMENDAGRI Nomor 57/M-DAG/PER/9/2014). Artinya pihak franchisor tidak dengan sewenang wenangnya untuk memutuskan perjanjian tersebut dan kemudian mengganti pihak penerima waralaba yang

baru sebelum adanya kesepakatan kedua belah pihak baik musyawarah atau melalui keputusan pengadilan. Sehingga bagi pihak franchisee yang diputus secara sepihak mendapat penggantian kerugian misalnya dari pihak pemberi waralaba melalui hasil musyawarah.

Pendapat penulis dalam Perlindungan Hukum para pihak dalam perjanjian waralaba agar kedepan tidak timbul saling merugikan, dalam hal pembuatan perjanjian waralaba pihak franchisee harus cermat dalam meneliti klausul dalam perjanjian waralaba tersebut. Hal ini disebabkan agar dikemudian hari perjanjian ini tidak merugikan *franchisee*, karena kedudukan *franchisee* dalam perjanjian waralaba ini sangatlah lemah.

Jika berpijak pada ketentuan umum maka suatu perjanjian waralaba yang ditawarkan oleh Franchisor tidak dapat diganggu gugat atau dengan kata lain bentuk dan isi dari perjanjian tersebut ditentukan oleh pihak *Franchisor*, dan pihak *Franchisee* tinggal membubuhkan tanda tangan tanpa adanya negosiasi dengan pihak *Franchisor* mengenai isi dari perjanjian. Seolah-olah pihak *Franchisee* tidak mempunyai hak untuk mengajukan saran atau usulan terhadap perjanjian waralaba yang akan dijalaninya padahal belum tentu semua aturan yang ditetapkan dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Hak-hak yang biasa diterima oleh *Franchisee* masih sangat dibatasi, sehingga kemungkinan *Franchisee* untuk memperjuangkan haknya masih terikat dengan isi perjanjian yang disepakatinya itu. Jika terjadi masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba tersebut, maka *Franchisee* harus meninjau ulang komitmen yang telah disepakati dengan *Franchisor*. Dengan adanya pengkajian tersebut diharapkan calon *Franchisee* nantinya tidak akan tertipu dan merasa dirugikan oleh pihak atau pemilik *Franchise*. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya tindakan sepihak dari *Franchisor* kepada *Franchisee*.

Sehingga dalam perjanjian waralaba “SOTO SEGEER MBOK GIYEM” Boyolali dan “Bakso Alex” Surakarta ini kedudukan hukum *franchise* adalah pihak yang paling lemah. Pihak *franchisee* karena perjanjian yang sudah disepakatinya tersebut harus rela mengikuti segala ketentuan dan prosedur yang ditetapkan oleh pihak *Franchisor* hal ini terkadang tidak diimbangi dengan pemenuhan kewajiban pihak *Franchisor* kepada pihak *Franchisee* karena pihak *franchisor* lebih mementingkan hak daripada kewajibannya. Oleh karena itu, *franchisee* sebelum menandatangani kontrak perjanjian harus teliti untuk menganalisa calon *franchise* beserta *Franchisor*nya sebab banyak sekali tawaran dari pihak *franchisor* yang sebenarnya menggiurkan hal ini dalam rangka menarik calon pembeli *franchise*.

Pelanggaran yang sering terjadi terhadap merk dagang ini adalah berupa peniruan merek terdaftar atau pembajakan hak merek. Untuk pencegahannya diperlukan jaminan hukum, jaminan hukum tersebut berupa perlindungan diberikan pemerintah melalui undang-undang baik yang bersifat preventive maupun yang bersifat represif. Perlindungan yang preventive terdapat dalam Pasal 76-77 UU Merk. Sedangkan perlindungan represifnya terdapat pada Pasal Ketentuan Pidana dari Pasal 90-95 UU Merek.

4. PENUTUP

4. 1. Kesimpulan

- 1) Pelaksanaan Perjanjian waralaba yang berlangsung selama ini adalah dengan pihak kedua belum berdasar pada asas kebebasan berkontrak sebagaimana dalam pasal 1338 juncto Pasal 1233 KUHPerdata, yaitu sebagai perikatan yang timbul dari perjanjian sesuai dengan pasal 1313 KUHPerdata. bentuk perjanjian waralaba yaitu perjanjian standar atau baku karena draft yang ada dibuat secara sepihak oleh Pihak pertama/pemilik rumah makan (pihak pertama).). Dalam pelaksanaan perjanjian waralaba Soto Seger Mbok Giyem

tidak dilakukan dihadapan notaris dan tidak dihadiri minimal dua orang saksi. Materi perjanjian waralaba yang diteliti ini masih menempatkan posisi Franchise (pihak kedua) sebagai posisi yang lemah terutama dalam *bargaining power* (tergantung pada Pihak pertama/pemilik rumah makan). Lemahnya posisi tersebut lebih menguntungkan pihak pertama/pemilik rumah makan, sehingga menyebabkan ketidak seimbangan berkontrak meliputi menejemen, royalty dan penyelesaian sengketa.

- 2) Perlindungan hukum oleh para pihak dalam perjanjian waralaba pada Soto Seger Mbok Giyem Boyolali dan Bakso Alex di Surakarta, ada 2 aspek yakni :
 - a. Aspek Internal menyangkut eksistensi perjanjian waralaba yang ada baik dalam hal pendaftaran (*registration*), kewajiban untuk terbuka (*disclose*) bisnis pihak pertama/pemilik rumah makan kepada franchisee, yakni aspek-aspek internal mengenai : jangka waktu, royalti maupun persoalan pemutusan hubungan (*termination*).
 - b. Aspek Eksternal ini pada prinsipnya merupakan garis besar kebijaksanaan pembentukan serta penerapan peraturan (yang menyangkut bisnis franchise) oleh Negara melalui pemerintah berupa peraturan perundangan yang mengatur praktek franchising yang semakin marak bahkan masuk hingga daerah kabupaten/kota. Kurang memberi kesempatan kepada franchisee menggunakan merk atau logo tersebut melalui izin dari pihak pihak pertama/pemilik rumah makan yang dalam hal ini dituangkan dalam bentuk kesepakatan kerjasama atau dalam bentuk perjanjian waralaba. Sesuai dengan ketentuan Undang-Undang No.19 tahun 1992 secara tegas mengemukakan bahwa pemilik merk terdaftar berhak memberi lisensi kepada orang lain dengan perjanjian.

4.2 Saran-saran

Bagi para pihak, diharapkan kedepannya dengan adanya kerja sama bisnis waralaba (franchise) yang saling menguntungkan, yang didasarkan pada perjanjian kontrak yang jelas dan berlandaskan hukum, dapat memberikan

perlindungan kepada para pihak dalam bisnis waralaba (franchise), sehingga tidak ada lagi pihak yang dirugikan baik pemberi waralaba (franchisor), maupun pihak penerima waralaba (franchisee), selain itu kejujuran dan kesadaran para pihak untuk beritikad baik dalam perjanjian bisnis waralaba (franchise) juga sangat diperlukan agar tidak ada salah satu pihak yang dicurangi ataupun merasa dirugikan. Sesuai hasil penelitian ini, maka penulis menyajikan saran mengenai perlindungan hukum bagi para pihak dalam perjanjian wiralaba sebagai berikut :

1) Kepada para pihak.

Para pihak seyogyanya mendasarkan perjanjian Franchise agar terjadi perlindungan berdasar Undang Undang Nomor. 9 tahun 1995 tentang Pembinaan Usaha Kecil, dan perjanjian itu sebagai hubungan kemitraan melalui franchise dapat diwujudkan serta pengaturan PP No.16 tahun 1997 yang perlu penjelasan ataupun pengaturan praktek bisnis Franchise secara fair, sehingga tidak ada lagi sistem monopoli perdagangan terselubung.

2) Kepada Pejabat pembuat akta (Notaris).

Notaris seyogyanya mengarahkan perjanjian franchise sebagai perjanjian yang tidak sepihak dan diarahkan menjadi perjanjian kemitraan yaitu perjanjian yang saling menguntungkan para pihak. Tujuannya agar pihak pemakai nama atau merek dagang tidak menjadi obyek dari pihak pemilik usaha/perusahaan.

3) Pembuat Undang-undang

Perlu diatur secara transparan mekanisme kemitraan yang diindikasikan dalam UU No. 9 tahun 1995 melalui pembaharuan sistem bisnis Franchise, sehingga konsep kemitraan tersebut benar-benar mampu meningkatkan perekonomian masyarakat kecil serta mengembangkan pemasaran dalam negeri agar mampu bersaing di pasaran internasional.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdulkadir Muhammad, 2000, *Hukum Perdata Indonesia*, Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Absori, *Hukum Ekonomi Indonesia, Beberapa Aspek Pengembangan Pada Era Liberalisasi Perdagangan*, Surakarta : Muhammadiyah University Press
- Agus Yudha Hernoko, “*Hukum Perjanjian Asas Proporsionalitas dalam Kontrak Komersial*”, cet. Ke 4. Jakarta: Kencana.
- Anki Novairi Dari dan Aditya Bayu Aji, 2011, *Kaya Raya dengan Waralaba*, Jakarta: Kata Hat.
- Basarah dan Mufidin, *Bisnis Franchise dan aspek-aspek Hukumnya*, Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Darmawan Budi Suseno, 2007, *Sukses Usaha Waralaba*, Yogyakarta: Cakrawala.
- Ekotama, Suryono, 2009, *Cara Gampang Bikin Bisnis Franchise*, , Yogyakarta: Media Pressino.
- Gunawan Widjaja, 2002, *Lisensi Atau Waralaba: Suatu Panduan Praktis*, Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Hadi Setia Tunggal, 2006, *Dasar-Dasar Perwaralabaan*, Jakarta: Harvindo.
- Lindawaty, 2004, *FRANCHISE Pola Bisnis Spektakuler (Perspektif Hukum & Ekonomi)*, Bandung: CV. Utomo.
- Mukhthie Fadjar A, 2004, *Tipe Negara Hukum*, Malang: Banyumedia
- Salim, 2007, H.S, 2007, *Perkembangan Hukum Kontrak di Luar KUH Perdata*, Cetakan I, Jakarta: PT Sinar Grafika.
- Sidabolak, Janus, 2006, *Hukum Perlindungan Konsumen di Indonesia*, Citra Adirya Bakti, Bandung.
- Sutedi, Adrian, 2008, *Hukum Waralaba*, Jakarta : Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Setiawan, R, 1999, *Pokok-Pokok Hukum Perikatan*, Bandung : Putra Bordin.
- Satjipto Raharjo, Ilmu Hukum, Bandung: PT. Citra Bakti, 2000

Jurnal

- Absori, Khuzaefah Dimyati, Kelik Wardiono, 2008, *Model Penyelesaian Sengketa Lingkungan Melalui Lembaga Alternatif*, Mimbar Hukum Jilid 20 Terbitan ke II.
- Absori, *Perlindungan Hukum Hak-Hak Anak dan Implementasinya di Indonesia Pada Era Otonomi Daerah: Jurnal Jurisprudence*, Fakultas Hukum Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Absori, Khudzaifah Dimyati, Ridwan, *Makna Pengelolaan Lingkungan Perspektif Etik Profetik*, Al Tahrir Vol.17, No.2, November 2017 : 331-352
- Annisa, Rizki Nur, 2016, *Analisis yuridis Perjanjian Waralaba di Bidang Merek Dagang dan Rahasia Dagang (studi kasus perjanjian waralaba “ soto seger mbok giyem Boyolali”*, Universitas Sebelas Maret
- Dita Moly Fatra, 2013, *Kesetaraan Kedudukan Para Pihak dalam Perjanjian Waralaba (studi kasus terhadap perjanjian waralaba kebab Turki Baba Rafi)*, Universitas Jember
- Meidiasari Amalia Nur Handini, Absori, 2018 , *Penyelesaian Sengketa Tanah Melalui Mediasi*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Muhammad Syiblunnur, Absori, 2017, *Perlindungan Hukum Pada Pelayanan Kesehatan Tingkat Pertama Di Kabupaten Kotawaringin Timur*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Putu Prasmita Sari, I Gusti Ngurah Perwata, *Perlindungan Hukum Para Pihak Dalam Perjanjian Bisnis Franchise*, Universitas Udayana
- Rineke Sara, *Perlindungan Hukum Penerima Waralaba (Franchise) dalam perjanjian waralaba (studi kasus Bento Burger Jakarta)*, Universitas Borobudur
- Sri Wahyuningtyas, Septarina Budiwati, *Analisis Tentang Perlindungan Hukum Terhadap Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba di Indonesia*, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Syiblunnur, Muhammad , Absori, dan, Hari Wujoso, 2017, *Perlindungan Hukum Pada Pelayanan Kesehatan Tingkat Pertama Di Kabupaten Kotawaringin Timur*, Tesis, Universitas Muhammadiyah Surakarta

Peraturan Perundang – Undangan

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Undang - Undang Nomor 15 Tahun 2001 tentang Merek.

Undang – Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Rahasia Dagang