

**AKIBAT HUKUM PEMUTUSAN PERJANJIAN WARALABA OLEH *FRANCHISOR*
TERHADAP *FRANCHISEE* YANG WANPRESTASI**

(Studi di P.T. Kota Jaya Malang)

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Memperoleh Gelar Kesarjanaan

Dalam Ilmu Hukum

Oleh:

FALARIA DJUNAIDI

0710113171



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS BRAWIJAYA

FAKULTAS HUKUM

MALANG

2011



LEMBAR PERSETUJUAN

AKIBAT HUKUM PEMUTUSAN PERJANJIAN WARALABA OLEH *FRANCHISOR*

TERHADAP *FRANCHISEE* YANG WANPRESTASI

(Studi di P.T. Kota Jaya Malang)

Disusun Oleh:

FALARIA DJUNAI DI

NIM. 0710113171

Disetujui pada tanggal:

Pembimbing Utama

INDRATI, S.H., M.S.

NIP.1980222 198003 2 001

Pembimbing Pendamping

Djumikasih, S.H., M.Hum.

NIP. 19721130 199802 2 001

Mengetahui

Ketua Bagian Keperdataan

Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H.

NIP. 19611112 198601 2 001

LEMBAR PENGESAHAN

AKIBAT HUKUM PEMUTUSAN PERJANJIAN WARALABA OLEH *FRANCHISOR*

TERHADAP *FRANCHISEE* YANG WANPRESTASI

(Studi di P.T. Kota Jaya Malang)

Disusun Oleh:

FALARIA DJUNAIDI

NIM. 0710113171

Skripsi ini telah disahkan oleh Dosen Pembimbing pada tanggal:

Pembimbing Utama

Indrati, S.H., M.S.

NIP. 1980222 198003 2 001

Ketua Majelis Penguji,

Dr. Bambang Winarno, S.H., M.S.

NIP. 19530121 197903 1 002

Pembimbing Pendamping

Djumikasih, S.H., M.Hum.

NIP. 19721130 199802 2 001

Ketua Bagian Hukum Perdata

Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H.

NIP. 19611112 198601 2 001

Mengetahui Dekan

Dr. Sihabudin, S.H., M.H.

NIP. 19591216 198503 1 001

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Falaria Djunaidi

NIM : 0710113171

Prodi / Jurusan : Ilmu Hukum / Perdata Bisnis

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul:

**AKIBAT HUKUM PEMUTUSAN PERJANJIAN WARALABA OLEH *FRANCHISOR*
TERHADAP *FRANCHISEE* YANG WANPRESTASI (Studi di P.T. Kota Jaya Malang)**

Benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Malang, 10 Agustus 2011

Falaria Djunaidi

NIM. 0710113171

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Hukum di Fakultas Hukum Universitas Brawijaya.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada yang terhormat:

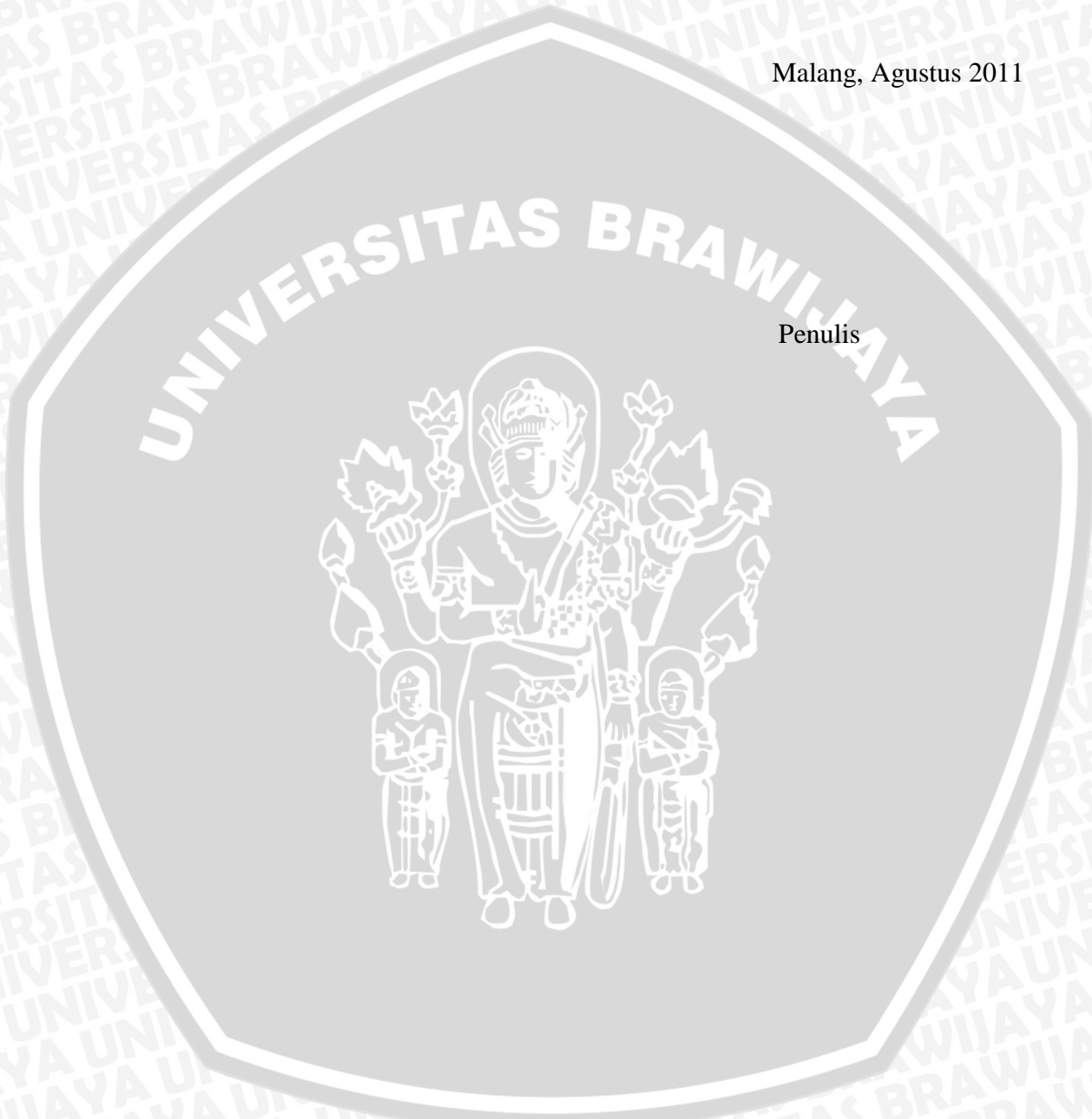
1. Bapak Dr. Sihabudin, S.H., M.H., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Brawijaya;
2. Ibu Rachmi Sulistyarini, S.H., M.H., selaku Ketua Bagian Hukum Perdata Fakultas Hukum Universitas Brawijaya;
3. Ibu Indrati, S.H., M.S., selaku Dosen Pembimbing I, atas bimbingan, kesabaran dalam memberikan arahan, dukungan, dan motivasinya dalam menyelesaikan skripsi ini;
4. Ibu Djumukasih, S.H., M.Hum., selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala bentuk motivasi, waktu dan perhatian yang begitu besar kepada penulis, serta kesabaran dalam memberikan arahan setiap tahapan dalam penulisan;
5. Bapak Andik Purwanto selaku Komisaris di P.T. Kota Jaya Malang yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Bakso Kota Cak Man Malang;

6. Bapak H. Abdul Rachman Tukiman selaku Direktur di P.T. Kota Jaya Malang yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam memperoleh informasi terkait dengan penulisan skripsi ini dengan sabar, ramah dan baik;
7. Ibu Novi Ayu Siswanti selaku Staff Keuangan Di P.T. Kota Jaya Malang yang membantu penulis memperoleh data-data yang terkait dengan penulisan ini;
8. Almarhum papa gaek tersayang, terima kasih atas kasih sayang dan cinta kasihmu kepada penulis, yang menjadi semangat dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penulisan ini;
9. Papi, mami dan kedua kakakku tercinta serta semua keluarga besar di Padang yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, semangat dan do'a yang tiada henti untuk penulis;
10. Semua teman-teman Fakultas Hukum Universitas Brawijaya angkatan 2007 yang telah memberikan dukungan dan semangat yang tiada henti bagi penulis;
11. Pihak-pihak yang turut membantu penulis dalam menyelesaikan ini tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga saran dan kritik selalu penulis harapkan dari semua pihak guna memperbaiki kekurangan-kekurangan yang ada.

Akhir kata penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya jika dalam proses pembuatan skripsi ini penulis melakukan kesalahan baik yang disengaja maupun yang tidak disengaja.

Malang, Agustus 2011



Penulis



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

KATA PENGANTAR..... i

DAFTAR ISI..... iv

DAFTAR GAMBAR..... vii

DAFTAR BAGAN..... viii

DAFTAR TABEL..... ix

ABSTRAKSI..... x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian.....	10
D. Manfaat Penelitian.....	10
E. Sistematika Penulisan.....	11

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang <i>Franchise</i>	14
1. Sejarah <i>Franchise</i>	14



2. Pengertian <i>Franchise</i>	15
3. Bentuk-Bentuk <i>Franchise</i>	19
4. Perjanjian <i>Franchise</i>	20
4.1. Dasar Hukum Perjanjian <i>Franchise</i>	20
4.2. Unsur-Unsur Perjanjian <i>Franchise</i>	26
4.3. Asas-Asas Pada Perjanjian <i>Franchise</i>	27
4.4. Para Pihak Dalam Perjanjian <i>Franchise</i>	30
4.4.1. Kewajiban dan Hak <i>Franchisor</i>	30
4.4.2. Kewajiban dan Hak <i>Franchisee</i>	31
4.5. Saat Lahirnya Perjanjian <i>Franchise</i>	33
4.6. Masa Berlakunya Perjanjian <i>Franchisee</i>	34
4.7. Akibat Hukum Berakhirnya Perjanjian <i>Franchise</i>	35
B. Tinjauan Umum Tentang wanprestasi.....	36
C. Tinjauan Umum Tentang Upaya Penyelesaian.....	38

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	45
B. Metode Pendekatan.....	45
C. Lokasi Penelitian.....	46
D. Jenis dan Sumber Data.....	46
E. Teknik Pengumpulan Data.....	48
F. Populasi dan Sampel.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	53
H. Defini Operasional.....	53

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	55
1. Sejarah Berdirinya P.T. Kota Jaya.....	55
2. Visi dan Misi P.T. Kota jaya.....	64
3. Struktur Organisasi P.T. Kota Jaya.....	66
B. Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Antara <i>Franchisor</i> dengan <i>Franchisee</i> dalam Praktek P.T. Kota Jaya.....	77
1. Unsur-Unsur Perjanjian Waralaba.....	77
2. Perjanjian Waralaba P.T. Kota Jaya.....	80
3. Sengketa yang Timbul dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba P.T. Kota Jaya.....	92
C. Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian Waralaba Oleh <i>Franchisor</i> Terhadap <i>Franchisee</i> Yang Wanprestasi.....	97
D. Upaya-Upaya Yang Dilakukan <i>Franchisor</i> Untuk Memperoleh Ganti Rugi Akibat Pemutusan Perjanjian Waralaba Terhadap <i>Franchisee</i> Yang Wanprestasi.....	102

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	105
B. Saran.....	106

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



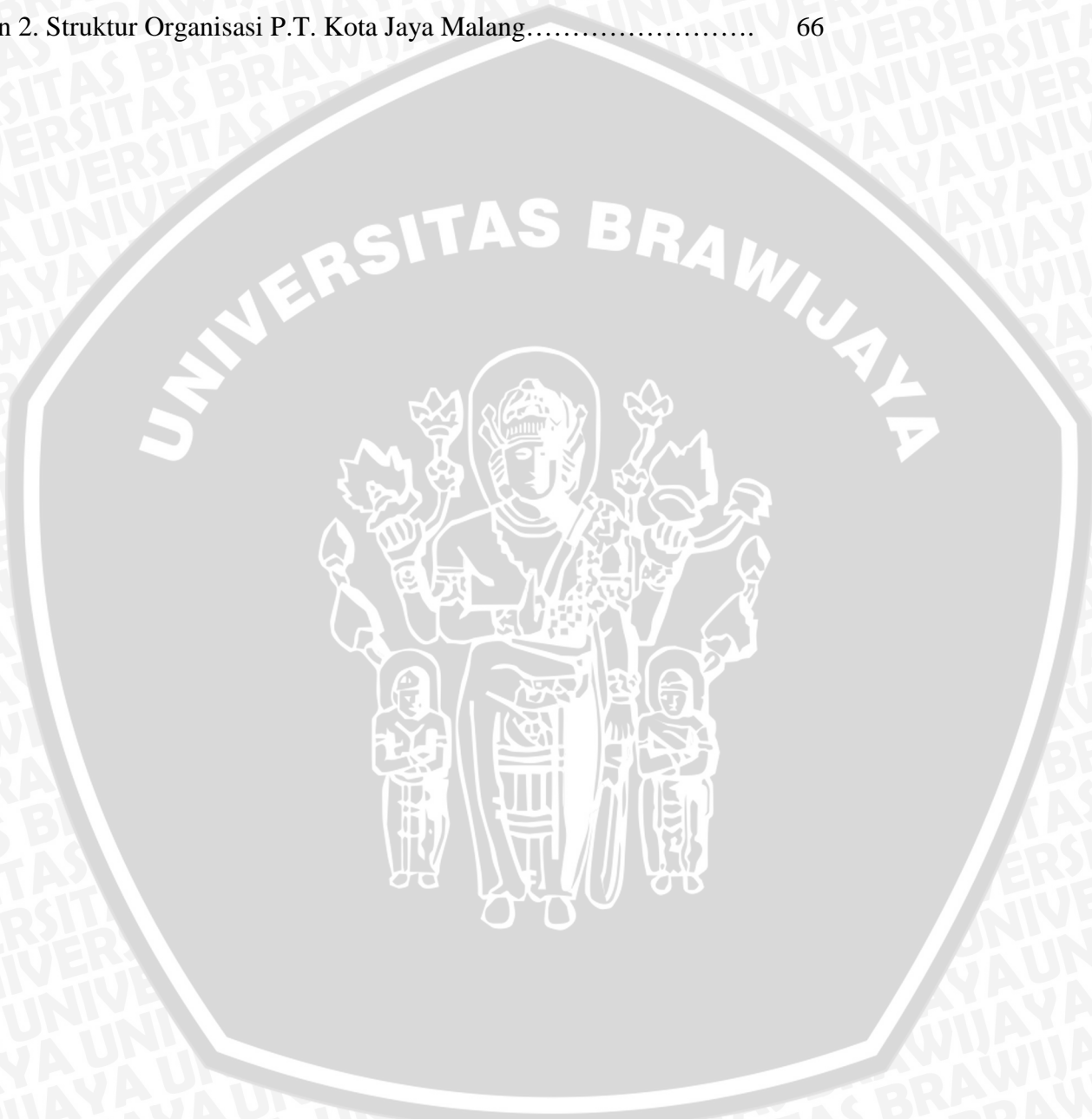
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Bakso Kota Cak Man..... 57



DAFTAR BAGAN

Bagan 1. Langkah Untuk Bergabung Di Bakso Kota Cak Man.....	61
Bagan 2. Struktur Organisasi P.T. Kota Jaya Malang.....	66



DAFTAR TABEL

Tabel 1. Orisinalitas Penelitian..... 9

Tabel 2. Kelalaian dan/atau Pelanggaran yang Dilakukan oleh *Franchisee* di P.T. Kota
Jaya Malang antara Tahun 2010-2011..... 95



ABSTRAKSI

FALARIA DJUNAIDI, Hukum Perdata Bisnis, Fakultas Hukum Universitas Brawijaya, Agustus 2011, *Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian Waralaba Oleh Franchisor Terhadap Franchisee Yang Wanprestasi (studi di P.T. Kota Jaya Malang)*, Indrati, S.H., M.S.; Djumikasih, S.H.,M.Hum.

Penulisan skripsi ini dilatar belakangi karena pesatnya perkembangan dunia bisnis di Indonesia dimana pelaku usaha saling berlomba-lomba untuk memperoleh keuntungan semaksimal mungkin dengan membuka berbagai usaha bisnis salah satunya dengan sistem bisnis waralaba. Kenyataannya dalam pelaksanaan perjanjian waralaba masih terdapat salah satu pihak yang melanggar isi dari perjanjian waralaba tersebut yaitu pihak *franchisee* yang sering terlambat membayar *royalty fee* hingga tidak dibayarnya *royalty fee*, selain itu memindahkan tempat usaha tanpa ijin tertulis kepada pihak *franchisor* serta melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam system waralaba, karena permasalahan inilah pihak penerima waralaba (*franchisee*) dikatakan wanprestasi yang menyebabkan terjadinya pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor*.

Permasalahan dari skripsi ini adalah bagaimana akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi dan upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Jenis penelitian adalah yuridis empiris dan metode yang digunakan dalam penelitian adalah yuridis sosiologis. Teknik pengumpulan data dengan cara wawancara dan studi kepustakaan, kemudian seluruh data yang ada dianalisis dengan menggunakan metode analisis data secara *deskriptif kualitatif*.

Dari hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa akibat hukum dari pemutusan perjanjian waralaba yaitu berakhirnya perjanjian antara kedua belah pihak sehingga hapuslah semua hak dan kewajiban dari para pihak tersebut, dari berakhirnya hak *franchisee* ini masih ada pihak penerima waralaba yang masih melakukan kegiatan sejenis, serupa dan masih menggunakan sistem waralaba milik *franchisor*, selain itu berakhirnya perjanjian waralaba ini berdampak pada nama baik pemilik merek Bakso Kota Cak Man (P.T Kota Jaya Malang). Upaya yang dilakukan oleh *franchisor* melalui jalur non litigasi yaitu mengupayakan penyelesaian masalah dengan jalan musyawarah/mufakat sehingga didapatkan kata damai dalam penyelesaian tersebut.

Menyikapi fakta-fakta tersebut diatas, maka P.T. Kota Jaya Malang perlu melakukan seleksi ketat terhadap pihak penerima waralaba (*franchisee*) yang benar-benar telah terqualifikasi dengan baik sehingga tidak akan terjadi lagi sengketa antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan pihak penerima waralaba (*franchisee*) yang dapat menimbulkan pemutusan perjanjian waralaba sebelum masa berakhirnya perjanjian waralaba.

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Pesatnya perkembangan dunia usaha dan industri di Indonesia saat ini membawa dampak yang sangat besar dalam dinamika bisnis negara ini. Kondisi perekonomian serta tuntutan menuju pasar bebas dunia menjadikan para pengusaha saling berlomba dalam mengembangkan usahanya. Berbagai terobosan dan bentuk kerjasama banyak dilakukan oleh pelaku usaha di berbagai sektor. Salah satu bentuk terobosan yang saat ini banyak menjadi bahan perbincangan adalah kerjasama dagang dalam bentuk waralaba. Waralaba berasal dari kata “wara” artinya lebih dan “laba” artinya untung. Dari arti secara harfiah tersebut dapat diketahui bahwa waralaba merupakan usaha yang memberikan untung lebih¹.

Menurut pasal 1 angka 1 Peraturan Pemerintah RI No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba:

” 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”.

Seringkali waralaba disamakan dengan lisensi, padahal keduanya berbeda. Pada lisensi hanya memberikan ijin untuk menggunakan hak kekayaan intelektual tertentu saja, sedangkan pada waralaba lebih luas daripada lisensi. Hal ini disebabkan pada waralaba didalamnya antara lain ada lisensi penggunaan hak kekayaan intelektual yang disertai dengan suatu sistem kerja, ketrampilan, pengalaman dan berbagai sistem pelayanan yang dimilikinya. Bisnis waralaba ini didasarkan atas suatu perjanjian, yaitu perjanjian kerjasama antara pemberi waralaba dengan

¹ Richard.B.Simatupang, S.H.,*Aspek-aspek Hukum dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta,1992, hal72.

penerima waralaba. Secara umum, yang dimaksud dengan *franchise*/waralaba adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan/jasa berupa jenis produk dan bentuk diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu/saat/jam operasional, pakaian, dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang/jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang/jasa milik dagang *franchisor*².

Dari kedua pengertian di atas, tentu ada dua pihak dalam perjanjian waralaba ini, yaitu pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*). Pemberi waralaba menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI No.31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Waralaba yaitu:

“Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memnfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba”.

Sedangkan menurut pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah RI No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba adalah:

“Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba”.

Pada dasarnya waralaba merupakan suatu bentuk format bisnis dimana pihak pertama yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang dan atau jasa kepada konsumen. Dalam perjanjian waralaba tercantum ketentuan berkaitan dengan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Keseimbangan hak dan kewajiban ini sangat perlu diperhatikan oleh masing-masing pihak karena pada pokoknya

² Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba*, Rajawali Press, Jakarta, 2001, hal 4.

penerima waralaba maupun pemberi waralaba bisa mendapatkan keuntungan lebih jika hak dan kewajiban tersebut diwujudkan bersama-sama.

Salah satu kewajiban *Franchisor* yaitu memberikan lisensi kepada *franchisee* untuk melakukan usaha pendistribusian barang dan jasa di bawah nama identitas *franchisor* dalam wilayah tertentu. Usaha tersebut harus dijalankan sesuai prosedur dalam cara yang ditetapkan *franchisor*. *Franchisor* memberikan bantuan (*assistance*) terhadap *franchisee*. Sebagai imbalannya, *franchisee* wajib membayar sejumlah uang berupa *franchise fee* dan *royalty fee*.

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

Dari inilah pemerintah Indonesia turut campur dalam mengawasi keseimbangan antara hak dan kewajiban para pihak dengan mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba. Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba merupakan acuan bagi para pihak dalam pembuatan perjanjian waralaba karena perjanjian waralaba merupakan perjanjian khusus yang dibuat oleh masing-masing pihak dimana perjanjian yang dibuat ini akan menjadi undang-undang bagi yang membuatnya dan ada sanksi bagi siapapun yang tidak memenuhi prestasinya.

Pada Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba pasal 4 ayat 1 bab III mengenai perjanjian waralaba disebutkan “waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian

tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dengan memperhatikan hukum Indonesia”. Dan pada pasal 5 disebutkan Perjanjian Waralaba memuat klausula paling sedikit:

“a. Nama dan alamat para pihak;b. Jenis Hak Kekayaan Intelektual;c. Kegiatan Usaha;d. Hak dan kewajiban para pihak;e. Bantuan, fasilitas, bimbingan operasional, pelatihan, dan pemasaran yang diberikan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;f. Wilayah usaha;g. Jangka waktu perjanjian;h. Tata cara pembayaran imbalan;i. Kepemilikan, perubahan kepemilikan, dan hak ahli waris;j. Penyelesaian sengketa;dan k. Tata cara perpanjangan, pengakhiran, dan pemutusan perjanjian.

Dari Peraturan Pemerintah nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba inilah para pihak berpedoman dalam pembuatan suatu perjanjian, sehingga perjanjian waralaba tersebut merupakan salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak yang lain. Hal ini dikarenakan perjanjian dapat menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak. Jika salah satu pihak melanggar isi perjanjian, maka pihak yang lain dapat menuntut pihak yang melanggar tersebut sesuai dengan hukum yang berlaku. Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana tertera di dalam perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya. Kemungkinan pihak dirugikan mendapatkan ganti rugi ini merupakan bentuk perlindungan hukum yang diberikan oleh hukum positif di Indonesia.

Hal-hal yang diatur oleh hukum dan perundang-undangan merupakan *das sollen* yang harus ditaati oleh para pihak dalam perjanjian waralaba. Jika para pihak mematuhi semua

peraturan tersebut, maka tidak akan muncul masalah dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Akan tetapi sering terjadi *das sein* menyimpang dari *das sollen*.

Penyimpangan ini sering terjadi dalam pelaksanaan perjanjian itu sendiri, hal-hal yang sudah diperjanjikan oleh kedua belah pihak yang sudah disetujui bersama tidak dipenuhi oleh salah satu pihak sehingga pihak yang lain merasa dirugikan. Adanya wanprestasi antara pihak penerima waralaba dengan pihak pemberi waralaba inilah menyebabkan pemutusan perjanjian waralaba sebelum waktu perjanjian waralaba tersebut berakhir, sehingga timbullah akibat hukum dari pemutusan perjanjian tersebut.

Salah satu waralaba lokal terkemuka saat ini yaitu Bakso Kota Cak Man dan berkedudukan di kota Malang yaitu di Jalan WR, Supratman C1 Kav. 13-14, Malang yang merupakan kantor pusat Bakso Kota Cak Man. Pada awal mula tahun 1980 Bakso Kota Cak Man tidak memiliki nama yang sekarang telah dikenal oleh masyarakat luas, pertama kali pemilik hanya menjajakan baksonya keliling kota Malang. Ternyata dari hasil mendorong gerobaknya inilah banyak masyarakat yang menyukai bakso buatannya, karena melihat minat masyarakat dan keuntungan yang didapat dari berjualan baksonya, kemudian pemilik mulai memberanikan diri membuka gerai yang awal mulai ditawarkan oleh seseorang untuk menempati lahan milik negara disebelah kanan Kantor Kecamatan Blimbing, Malang. Pemilikpun memberi nama dispanduknya dengan tulisan "Warung Bakso" yang beroperasi pada tahun 1986. Dari tempat itulah nama Bakso Kota Cak Man mulai ada dan dikenal oleh masyarakat Kota Malang. Dan pada tahun 2001 pemilik mengajukan permohonan hak merek terhadap dagangannya dengan nama "Bakso Kota Cak Man" kepada instansi yang berwenang. Pada tahun 2002 secara resmi Dirjen HAKI, Departemen Kehakiman dan HAM menerbitkan Sertifikat Merek tanggal 14 Maret 2002 No.J00-01-04385.

Reputasi yang baik yang dimiliki oleh Bakso Kota Cak Man membuat saudara Noercholis, pegawai Dirljen Pajak Departemen Keuangan Jakarta tertarik membuka beberapa cabang di Jakarta pada tahun 2004-2005 dan sekaligus sebagai konsultan manajemen pengembangan usaha. Oleh karena jarak yang begitu jauh sehingga komunikasi tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan, akhirnya pada tahun 2006 kerjasama tersebut dihentikan dan diganti oleh saudara Drs. Gatot Sujono, M.A, mantan pegawai Dirljen Anggaran dan pengajar tidak tetap pada BPLK, Departemen Keuangan yang sekarang berprofesi sebagai dosen STIE Malangkececwara, Malang. Setelah mencermati perkembangan dan prospek usaha bakso yang sangat diminati dan digemari oleh masyarakat, maka pendiri mulai mengembangkan Bakso Kota Cak Man dengan sistem waralaba. Permintaan dari calon penerima waralaba semakin banyak, melihat respon masyarakat tersebut akhirnya Bakso Kota Cak Man resmi menjadi usaha waralaba. Hal ini setelah dilakukan pembenahan manajemen dan sekaligus untuk menjamin pengembangan usaha dalam format waralaba (*franchising*), pada bulan Februari 2007 pendiri Bakso Kota Cak Man mendirikan badan usaha dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Kota Jaya yang berkedudukan di Kota Malang. Hingga kini sudah berdiri kurang lebih 67 buah outlet Bakso Kota Cak Man di berbagai kota di Indonesia. Walaupun jumlah outlet Bakso Kota Cak Man yang berada di beberapa daerah di Indonesia relatif banyak dan sangat signifikan perkembangannya, namun terdapat beberapa kasus yang dapat dijadikan pelajaran dimasa yang akan datang. Kasus yang sering terjadi biasanya bersumber dari ketidakmampuan *franchisee* untuk pengawasan terhadap kualitas kontrol dan manajemen mutu *franchise* yang dapat menimbulkan keuntungan yang tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan.

Ber macam-macam bentuk wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba diantaranya yaitu tidak dibayarnya biaya waralaba tepat pada waktunya; melakukan hal-hal yang

dilarang dilakukan oleh seorang penerima waralaba (*franchisee*); memindahkan tempat usaha waralaba tersebut ketempat lain tanpa persetujuan secara tertulis oleh pihak pemberi waralaba; serta melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam system waralaba yang merusak merek/produk³. Dari wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee* inilah akan muncul suatu permasalahan antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba, jika permasalahan ini tidak dapat diselesaikan walaupun pihak pemberi waralaba telah memberikan teguran serta surat peringatan kepada pihak penerima waralaba maka pemberi waralaba terpaksa harus menutup outlet *franchisee* dan memutuskan perjanjian waralaba mereka sebelum masa berakhirnya perjanjian waralaba.

Berdasarkan uraian di atas serta memperhatikan Bakso Kota Cak Man sebagai usaha makanan siap saji yang memiliki nilai keuntungan tinggi, baik *franchisor* maupun *franchisee*, maka penulis ingin meneliti tentang:

“Kerugian *Franchisor* Dari Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian Waralaba Terhadap *Franchisee* Yang Wanprestasi

Dari penjelasan yang dikemukakan tersebut menunjukkan bahwa bisnis waralaba sangat rentan akan terjadinya suatu permasalahan dari perjanjian yang telah disepakati oleh para pihak, sehingga bisnis waralaba ini menarik untuk diteliti. Penelitian yang bertemakan tentang Perjanjian *Franchise* sudah banyak dilakukan oleh peneliti terdahulu, sebagaimana yang tersebut dalam tabel berikut ini:

Tabel I

³ Field Note tanggal 28 Februari 2011, wawancara pra survei dengan Novi Ayu Siswanti, Staff Keuangan PT Kota Jaya. Menurut Novi dalam wawancara pra survei yang dilakukan oleh peneliti, mengemukakan bahwa sebagian besar kegagalan dari bisnis penjualan bakso kota cak man ini disebabkan kurangnya kemampuan *franchisee* dalam menguasai sistem kerja waralaba tersebut sehingga berdampak langsung pada hasil penjualan bakso kota cak man.

Orisinalitas Penelitian

Nama/Nim	Fakultas/Universitas	Judul	Keterangan/Tema
Guruh Raditya Warman/ C.100.020.276	Fakultas Hukum/ Universitas Muhammadiyah Surakarta	Analisa Normatif Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba	Penelitian ini membahas tentang isi dari perjanjian Ayam Bakar Wong Solo mengenai hak dan kewajiban masing-masing pihak serta perlindungan hukum bagi pihak Ayam Bakar Wong Solo dalam hal wanprestasi jika ada keterlambatan dalam pembayaran <i>royalty</i> serta penyelesaian sengketa dalam perjanjian <i>franchise</i> tersebut ⁴ .

Sumber: Data Sekunder, diolah.

Penelitian tersebut berbeda dengan penelitian yang akan dilakukan ini, pada penelitian ini akan dibahas tentang akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi, selain itu juga membahas mengenai upaya yang dilakukan oleh

⁴ Guruh Raditya Warman, 2009, **Analisa Normatif Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba**, (online), <http://guruhradityawarman.blogspot.com/2009/analisa-normatif-perlindungan-hukum-bagi-para-pihak-dalam-perjanjian-waralaba.html>, (19 Maret 2011). Menurut Guruh Raditya Warman dalam skripsinya yang berjudul Analisa Normatif Perlindungan Hukum Bagi Para Pihak Dalam Perjanjian Waralaba, penelitian ini dilakukan di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo merupakan salah satu bisnis waralaba di Surakarta, Rumah makan ini sekarang telah memiliki puluhan cabang di dalam dan di luar Surakarta. Di dalam perjanjian waralaba Rumah makan ayam bakar wong Solo sering terjadi wanprestasi. Adanya kemungkinan dilakukannya wanprestasi oleh penerima waralaba dan pemberi waralaba dalam perjanjian waralaba di Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo. Wanprestasi dari pihak *franchisee* dapat berbentuk tidak membayar biaya waralaba tepat pada waktunya, melakukan hal-hal yang dilarang dilakukan *franchisee*, melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba, dan lain-lain. Wanprestasi dari pihak *franchisor* dapat berbentuk tidak memberikan fasilitas yang memungkinkan sistem waralaba berjalan dengan sebagaimana mestinya, tidak melakukan pembinaan kepada *franchisee* sesuai dengan yang diperjanjikan, tidak mau membantu *franchisee* dalam kesulitan yang dihadapi ketika melaksanakan usaha waralabanya, dan lain-lain.

franchisor dalam memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba atas wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee*.

B. Rumusan Masalah

Berlatar belakang dari masalah-masalah diatas maka penelitian skripsi ini membahas tentang rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi?
2. Apa upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan diatas, penelitian hukum ini bertujuan untuk:

1. Mendiskripsikan dan menganalisis akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi.
2. Menganalisis upaya yang dilakukan oleh *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dari penelitian hukum ini, antara lain:

1. Manfaat Teoritik

Bagi akademis, dapat berguna bagi pengembangan ilmu hukum dan ekonomi, khususnya dalam bidang hukum bisnis yang dapat mendorong peningkatan kinerja perusahaan dalam rangka pengembangan usaha dalam konsep waralaba.

2. Manfaat Aplikatif

a. Bagi perusahaan yang bergerak dibidang *franchise*

Menumbuhkan kesadaran pelaku usaha mengenai pentingnya perlindungan hukum sehingga tumbuh sikap yang adil dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnis *franchise* serta gambaran sejauh mana peraturan perundang-undangan mengatur tentang bisnis *franchise* ini di Indonesia dalam memberikan jaminan hukum kepada pihak yang dirugikan akibat pemutusan perjanjian waralaba.

b. Bagi Pihak Penerima Waralaba (*Franchisee*)

Sebagai masukan dalam menjalankan bisnis waralaba sehingga *franchisee* dapat memahami pentingnya menjalankan kewajiban dari isi perjanjian yang telah disepakati bersama. Hal ini, dapat menumbuhkan suatu kerjasama yang baik dan benar antara pihak pemberi waralaba (*franchisor*) dengan pihak penerima waralaba (*franchisee*).

c. Bagi pemerintah

Sebagai masukan dalam penentuan kebijakan hukum dibidang ekonomi, khususnya peraturan perundang-undangan yang berhubungan dengan bisnis *franchise*, untuk menciptakan perangkat hukum dan perlindungan bagi para pihak dibidang bisnis *franchise*.

E. Sistematika Penulisan

Dalam sub bab ini diberikan gambaran yang jelas dan terarah mengenai penyusunan laporan skripsi. Berikut ini akan dikemukakan sistematika penulisan yang terbagi dalam:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penulisan skripsi, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian umum mengenai pengaturan *franchise* di Indonesia yang dijadikan sandaran dalam penelitian, yaitu:

- a. Tinjauan Umum Tentang *Franchise*
- b. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi
- c. Tinjauan Umum Tentang Upaya Hukum

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis Metode Pendekatan yang digunakan peneliti dalam melakukan penelitian, Lokasi Penelitian yang ditunjuk oleh peneliti, Jenis dan Sumber Data yang didapat dan dipergunakan oleh peneliti dalam melakukan penelitian, Teknik Pengambilan Data, Populasi dan Sampel, serta Definisi Operasional Variabel.

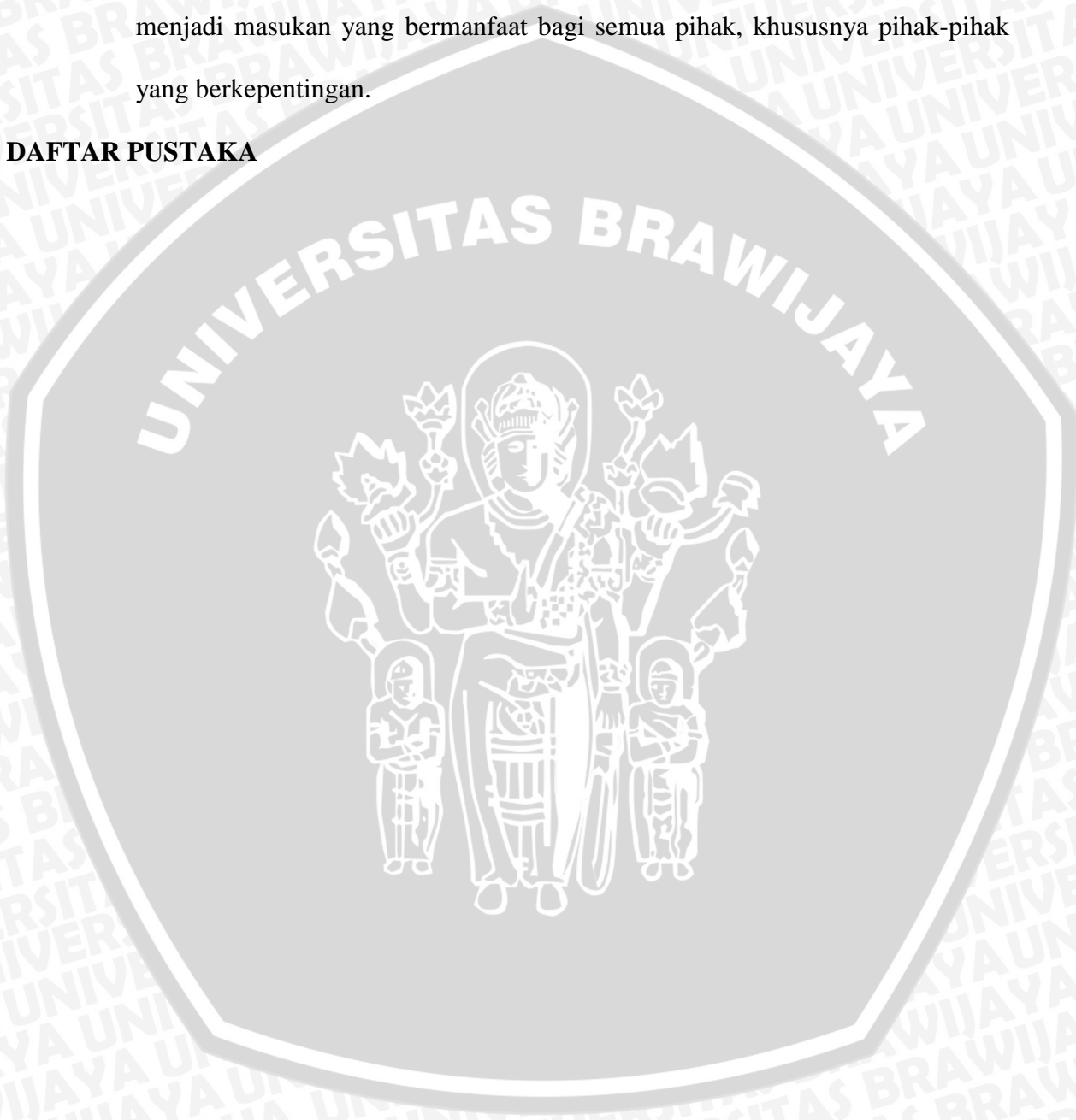
BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini akan diuraikan mengenai gambaran umum lokasi penelitian, pelaksanaan perjanjian waralaba dalam praktek P.T. Kota Jaya Malang, pembahasan profil singkat responden penelitian, pembahasan dan hasil penelitian terhadap rumusan masalah, yaitu mengenai akibat hukum pemutusan perjanjian oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi dan upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

BAB V : PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan kesimpulan dari seluruh hasil dan pembahasan dari bab sebelumnya dan saran maupun rekomendasi yang diharapkan dapat menjadi masukan yang bermanfaat bagi semua pihak, khususnya pihak-pihak yang berkepentingan.

DAFTAR PUSTAKA



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Tinjauan Umum Tentang *Franchise*

1. Sejarah *Franchise*

Franchise pertama kali dimulai di Amerika oleh Singer Sewing Machine Company, produsen mesin jahit Singer pada 1851. Pola itu kemudian diikuti oleh perusahaan otomotif General Motor Industry yang melakukan penjualan kendaraan bermotor dengan menunjuk distributor *franchise* pada tahun 1898. Selanjutnya, diikuti pula oleh perusahaan-perusahaan soft drink di Amerika sebagai saluran distribusi di AS dan negara-negara lain. Sedangkan di Inggris *franchise* dirintis oleh J Lyons melalui usahanya Wimpy and Golden Egg pada dekade 60-an. *Franchise* saat ini lebih didominasi oleh *franchise* rumah makan siap saji. Kecenderungan ini dimulai pada tahun 1919 ketika A&W Root Beer membuka restaurant cepat sajanya. Pada tahun 1935, Howard Deering Johnson bekerjasama dengan Reginald Sprague untuk memonopoli usaha restaurant modern. Gagasan mereka adalah membiarkan rekanan mereka untuk mandiri menggunakan nama yang sama, makanan, persediaan, logo dan bahkan membangun desain sebagai pertukaran dengan suatu pembayaran.

Dalam perkembangannya, sistem bisnis ini mengalami berbagai penyempurnaan terutama di tahun 1950-an yang kemudian dikenal menjadi *franchise* sebagai format bisnis (*business format*) atau sering pula disebut sebagai *franchise* generasi kedua. Perkembangan sistem *franchise* yang demikian pesat terutama di negara asalnya, AS, menyebabkan *franchise* digemari sebagai suatu sistem bisnis diberbagai bidang usaha, mencapai 35 persen dari keseluruhan usaha ritel yang ada di AS.

Di Indonesia *franchise* dikenal sejak era 70-an ketika masuknya Shakey Pisa, KFC, Swensen dan Burger King. Perkembangannya terlihat sangat pesat dimulai sekitar 1995⁵. Setelah itu, usaha *franchise* mengalami kemerosotan karena terjadi krisis moneter. Para penerima *franchise* asing terpaksa menutup usahanya karena nilai rupiah yang terperosok sangat dalam. Hingga 2000, *franchise* asing masih menunggu untuk masuk ke Indonesia. Hal itu disebabkan kondisi ekonomi dan politik yang belum stabil ditandai dengan perseteruan para elit politik. Setelah krisis moneter mulai mereda, bisnis *franchise* mulai tumbuh kembali dan pada saat itu bisnis *franchise* lokal mengalami perkembangan yang sangat pesat. *Franchise* dapat berkembang dengan pesat karena metode pemasaran dan juga merupakan sarana pengembangan usaha ini digunakan oleh berbagai jenis bidang usaha, mulai restoran, bisnis ritel, salon rambut, photo, hotel, *dealer* mobil, dan sebagainya.

Salah satu contoh usaha *franchise* lokal yang sedang berkembang di Indonesia yang berada di kota Malang adalah Bakso Kota Cak Man yang dapat dilihat dengan menyebarnya *outlet-outletnya* di berbagai tempat.

2. Pengertian *Franchise*

Kata *Franchise* sebenarnya berasal dari bahasa Perancis *affranchir* yang berarti bebas, atau lebih lengkap lagi bebas dari perhambatan (*free form sevited*)⁶. Dalam bidang bisnis, *franchise* berarti kebebasan yang diperoleh oleh seorang pengusaha untuk menjalankan usahanya sendiri di wilayah tertentu dan dalam bentuk tertentu. Di Indonesia *Franchise* lebih dikenal dengan nama waralaba, nama waralaba pertama kali diperkenalkan oleh Lembaga Pendidikan dan Pembinaan

⁵Rohaya Muliana, *Franchise (online)*, Makalah, <http://www.google.com>, diakses 12 Februari 2011 (diolah)

⁶ Richard.B.Simatupang, S.H., *Aspek-aspek Hukum dalam Bisnis*, Rineka Cipta, Jakarta, 1992, hal 56.

Management (LPPM). Waralaba berasal dari kata **WARA** (lebih atau istimewa) dan **LABA**. Waralaba berarti usaha yang memberikan laba lebih atau istimewa⁷.

Waralaba adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri mengenai bisnis di bidang perdagangan atau jasa, berupa jenis produk dan bentuk yang diusahakan, identitas perusahaan (logo, desain, merek, bahkan termasuk pakaian dan penampilan karyawan perusahaan, rencana pemasaran dan bantuan operasional).⁸

Menurut pasal 1 butir 1 Peraturan Pemerintah Nomor 42 tahun 2007 tentang Waralaba:

“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”.

Menurut Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia No.269/MPP/Kep/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba:

“Waralaba (*franchise*) adalah perikatan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan dan atau penjualan barang dan atau jasa”.

Sebagai format bisnis *franchise* memiliki beberapa definisi, yaitu:

Menurut Internasional Franchise Association⁹:

“A franchise operation is a contractual relationship between the franchisor and franchisee in which franchisor offers or is obliged to maintain a continuing interest in the business of the franchisee in such areas as know-how and training;whereini the franchisee operates under a common trade name, format and/or procedure owned or controlled by the franchisor, and in which the franchisee has or will make a substansial capital investment in his business from own resources”

⁷ Barly Haliem, *Mengembangkan Bisnis Tanpa Modal*, Kontan, hal 7.

⁸ Rooseno Hardjowidigdo, *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*, Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi, Jakarta : BPHN, hal 5.

⁹ Pengertian *Franchise* dari berbagai negara (*online*), www.waralaba.com, diakses 20 Februari 2011.

Menurut British Franchise Association¹⁰:

“A contractual license granted by one person (the franchisor) to another (the franchisee) which:

Permits or requires the franchisee to carry on, during the period of the franchise, a particular business under or using a specific name belonging to or associated with the franchisor; and

Entitles the franchisor to exercise continuing control during the period of the franchise over the manner in which franchisee carries on the business which is the subject of the franchise; and

Obliges the franchisor to provide the franchisee with assistance in carrying on the business which is the subject of the franchise (in relation to the organization of the franchisee’s business, the training of staff, merchandising, management or otherwise); and

Requires the franchisee periodically, during the period of franchise, to pay the franchisor sums of money in consideration for the franchise, or for goods or services provided by the franchisor to the franchisee; and

Which is not transaction between a holding company and its subsidiary (as defined in section 736 of the Companies Act 1985) or between subsidiaries of the same holding company, or between an individual and company controlled by him.”

Menurut British Franchise Association BFA mendefinisikan *franchise* sebagai *contractual license* yang diberikan oleh satu orang (*franchisor*) kepada pihak lain (*franchisee*) dengan:

1. Mengizinkan *franchisee* untuk menjalankan usaha selama periode *franchisee* berlangsung suatu usaha tertentu yang menjadi milik *franchisor*.
2. *Franchisor* berhak untuk menjalankan kontrol yang berlanjut selama periode *franchisee*
3. Mengharuskan *franchisor* untuk memberikan bantuan pada *franchisee* dalam melaksanakan usahanya sesuai dengan subjek *franchisee*-nya (berhubungan dengan pemberian pelatihan, *merchandising*, manajemen atau yang lainnya).
4. Mewajibkan *franchisee* untuk secara periodik selama periode *franchisee* berlangsung untuk membayar sejumlah uang sebagai pembayaran atas *franchisee* atau produk atau jasa yang disediakan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

¹⁰ *ibid*

5. Bukan merupakan transaksi antara perusahaan induk (*holding company*) dengan cabangnya atau antara cabang dari perusahaan induk yang sama atau, atau antara individu dengan perusahaan yang dikontrolnya.

Menurut Henry Campbell Black, *franchise* merupakan suatu keistimewaan (*preferent*) yang diberikan oleh pemerintah terhadap individu atau perusahaan untuk melakukan sesuatu yang belum merupakan hak dari setiap warga negara¹¹. Disamping itu, waralaba juga merupakan keistimewaan atas suatu penjualan barang dan jasa, dimana hak tersebut diberikan oleh pabrik atau supplier kepada pengecer untuk menggunakan namanya sesuai persyaratan yang ditentukan. Dalam kaitannya dalam pemberian izin dan kewajiban pemenuhan standar dari *franchisor*, yang akan memberikan bantuan pemsaran, promosi maupun bantuan teknis lainnya agar *franchisee* dapat menjalankan usahanya dengan baik.

Franchisee juga menjalankan usahanya sendiri tetapi mempergunakan merek dagang atau merek jasa serta dengan memanfaatkan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *franchisor*. Kewajiban untuk mempergunakan metode dan tata cara atau prosedur yang telah ditetapkan oleh *franchisor*, bagi *franchisee* membawa akibat lebih lanjut suatu usaha *franchise* adalah usaha yang mandiri, yang tidak mungkin digabungkan dengan kegiatan usaha lainnya (milik *franchisee*). Ini berarti *franchisor* menurut eksklusifitas, dan bahkan dalam banyak hal mewajibkan terjadinya *noncompetition clause* bagi *franchisee*, bahkan setelah perjanjian *franchise* berakhir¹².

Dari beberapa definisi diatas terdapat beberapa unsur dari bisnis *franchise* antara lain¹³:

1. Adanya minimal dua pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee*. *Franchisor* sebagai pihak yang memberikan waralaba sementara *franchisee* merupakan pihak yang diberikan atau menerima waralaba;

¹¹ Black's Law Dictionary, *Sixth Edition*, (T.tp: Minn West Publishing Co,1990), hal 658.

¹² Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, P.T. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal 16.

¹³ *Ibid*, hal 138.

2. Adanya penawaran paket usaha *franchisor*;
3. Adanya kerjasama pengelolaan unit usaha antara pihak *franchisor* dengan pihak *franchisee*;
4. Mempunyai unit usaha tertentu, *outlet* oleh pihak *franchisee* yang akan memanfaatkan paket usaha milik *franchisor*;
5. Seringkali terdapat kontrak tertulis antara pihak *franchisor* dan pihak *franchisee*.

3. Bentuk-Bentuk *Franchise*

1. *Franchise* Format Bisnis

Pemberian lisensi oleh seorang *franchisor*/Pemberi Waralaba kepada pihak lain *franchisee*/Penerima Waralaba, lisensi tersebut memberi hak kepada Penerima Waralaba untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang/nama dagang Pemberi Waralaba dan untuk menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan untuk menjalankannya dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.

2. *Franchise* Distribusi Produk

Franchise model ini adalah bentuk waralaba/*franchise* yang paling sederhana, dimana *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk menjual produk yang dikembangkan oleh *franchisor* yang disertai dengan pemberian izin untuk menggunakan merek dagang milik *franchisor*. Pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut diberikan dalam rangka penjualan produk yang di *franchise* kan tersebut. Atas pemberian izin penggunaan merek dagang tersebut biasanya *franchisor* memperoleh suatu bentuk pembayaran *royalty* di muka dan selanjutnya *franchisor* memperoleh keuntungan (yang sering juga disebut dengan *royalty* berjalan) melalui penjualan produk yang di *franchise* kan kepada *franchisee*. Dalam bentuk yang sederhana ini, *franchise* produk dan merek dagang seringkali mengambil bentuk keagenan distributor atau lisensi penjualan.

4. Perjanjian *Franchise*

4.1. Dasar Hukum Perjanjian *Franchise*

Pasal 1313 KUH Perdata menyatakan suatu perjanjian adalah “suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih. Pengertian tersebut mirip dengan apa yang dikemukakan oleh R. Subekti, yaitu “suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seseorang berjanji kepada orang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan sesuatu hal”¹⁴. Menurut Abdulkadir Muhammad, Perjanjian adalah “suatu persetujuan dengan mana dua orang atau lebih saling mengikatkan diri untuk melaksanakan suatu hal dalam lapangan harta kekayaan”¹⁵. Di dalam Pasal 1319 KUH Perdata menyatakan “semua perjanjian, baik yang mempunyai suatu nama khusus, maupun tidak terkenal dengan suatu nama tertentu, tunduk pada peraturan-peraturan umum, yang termuat di dalam bab ini dan bab yang lalu”.

Perdagangan dengan menggunakan konsep waralaba dibangun atas dasar perjanjian, yaitu antara Pemberi Waralaba sebagai pemberi hak dan Penerima Waralaba sebagai penerima hak. Perjanjian waralaba selain berkaitan dengan Pasal 1319 KUH Perdata, dan berkaitan pula dalam Pasal 1320 KUH Perdata mengenai syarat sahnya perjanjian dan Pasal 1338 KUH Perdata mengenai asas kebebasan berkontrak yang menyatakan bahwa setiap orang bebas untuk membuat perjanjian dan bebas menentukan isi suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum. Hal ini berarti, KUH Perdata memberikan kebebasan kepada para pihak yang mengadakan perjanjian untuk menentukan isi perjanjian dengan syarat tidak bertentangan dengan undang-undang kesusilaan dan ketertiban umum.

Di dalam suatu perjanjian terdapat hubungan-hubungan yang terjalin antara para pihak. “Hubungan hukum itu tercipta dari tindakan hukum yang menimbulkan hubungan hukum dan

¹⁴ R. Subekti, *Hukum Perjanjian*, Intermasa, Jakarta, 1987, hal 1.

¹⁵ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990, hal 78 (Selanjutnya disebut dengan Abdulkadir II).

melahirkan hak dan kewajiban para pihak. Satu pihak berhak memperoleh prestasi sedangkan pihak yang lain berkewajiban memenuhi prestasi”¹⁶. Hal ini menuntut perhatian keterlibatan hukum dalam upaya memberikan kerangka jaminan perlindungan masing-masing pihak.

Di dalam pelaksanaan suatu perjanjian, dapat terjadi suatu perselisihan antara para pihak yang disebabkan oleh adanya pihak yang tidak memenuhi prestasi. Prestasi adalah ”sesuatu yang wajib dipenuhi oleh debitur dalam setiap perikatan”¹⁷. Menurut Pasal 1234 KUH Perdata adalah memberi sesuatu, berbuat sesuatu dan tidak berbuat sesuatu maka, apabila salah satu pihak tidak memenuhi prestasi maka ia dinyatakan wanprestasi. Seperti yang dikemukakan oleh Abdulkadir Muhammad, wanprestasi ialah ”tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan seperti yang telah ditetapkan dalam perikatan”¹⁸. Jika terjadi wanprestasi maka pihak yang dirugikan dapat memberikan *sommatie* (teguran) kepada pihak yang telah wanprestasi. Sommasi berarti peringatan agar debitur melaksanakan kewajibannya sesuai dengan teguran/ Pernyataan kelalaian yang telah disampaikan kreditur kepadanya¹⁹. Penyelesaian perselisihan di Indonesia biasanya, dilakukan dengan musyawarah/mufakat sebagai kultur ”orang timur”²⁰. Bila suatu perselisihan tidak dapat diselesaikan melalui musyawarah/mufakat, maka para pihak menyerahkan perkaranya kepada lembaga peradilan, dalam hal ini adalah Pengadilan Negeri sebagai pengadilan tingkat pertama. Selain penyelesaian melalui lembaga peradilan, dapat juga diselesaikan di luar pengadilan melalui *Alternative Dispute Resolution* dengan cara konsultasi, negosiasi, mediasi, konsiliasi, atau penilaian ahli yang dilakukan secara damai atau dapat pula diselesaikan melalui badan arbitrase.

¹⁶ M.Yahya Harahap, *Segi-Segi Hukum Perjanjian*, P.T.Alumni, Bandung, 1986, hal 7.

¹⁷ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perdata Indonesia*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1990, hal 201. (Selanjutnya disebut Abdulkadir III)

¹⁸ *Ibid*, hal 203.

¹⁹ M.Yahya Harahap, *Op.cit*, hal 62.

²⁰ H.R. Daeng Naja, *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*, Pustaka Yustisia, Yogyakarta, 2009, hal 105.

Kata yuridis yang diidentikkan dengan hukum dapat diartikan secara umum berkaitan dengan kaidah, peraturan-peraturan, tata aturan baik tertulis maupun yang tidak tertulis yang mengatur hubungan anggota masyarakat. Secara yuridis, usaha waralaba diatur dalam PP No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba yang telah dicabut dan digantikan dengan PP No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba. Selain itu perjanjian waralaba juga diatur dalam hukum positif Indonesia yang bersifat umum, dasar hukum perjanjian waralaba adalah sebagai berikut:²¹

a. Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba

Peraturan Pemerintah ini terdiri dari 20 pasal. Hal-hal yang diatur dalam Peraturan Pemerintah ini meliputi pengertian waralaba, para pihak dalam perjanjian waralaba, kriteria usaha yang dapat diwaralabakan, perjanjian waralaba, obyek dalam perjanjian waralaba mengutamakan penggunaan produk-produk lokal, kewajiban pemberi waralaba, keterangan-keterangan yang harus disampaikan pemberi waralaba kepada penerima waralaba, pendaftaran prospektus waralaba, pendaftaran perjanjian waralaba, bentuk pengawasan dari pemerintah, sanksi-sanksi, serta pendaftaran usaha waralaba di Departemen Perindustrian dan Perdagangan.

b. Peraturan Menteri Perdagangan RI Nomor: 31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba.

Peraturan Menteri Perdagangan ini terdiri atas 32 pasal. Hal-hal yang diatur didalam Peraturan Menteri Perdagangan yang meliputi: ketentuan umum, kriteria dan ruang lingkup waralaba, Surat Tanda Pendaftaran Waralaba (STPW), kewenangan penerbitan STPW, tatacara pendaftaran, pembinaan dan pengawasan, pelaporan, sanksi, ketentuan dan lain-lain serta ketentuan peralihan.

c. Hak Cipta

²¹ Munir Fuady, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis*, Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hal 147-155.

Hak cipta merupakan hak yang melindungi karya-karya dibidang seni dan sastra termasuk pula program komputer. Hak Cipta Menurut Undang – Undang Nomor 19 Tahun 2002 Pasal 1 ayat1 menyebutkan:

“Hak cipta adalah hak eksklusif bagi pencipta atau penerima hak untuk mengumumkan atau memperbanyak ciptaannya atau memberi ijin untuk itu dengan tidak mengurangi pembatasan-pembatasan menurut peraturan perundangundangan yang berlaku”.

Hak Milik Industri meliputi :

1. Merek

Merek merupakan tanda pengenal suatu barang atau jasa yang di gunakan oleh para pengusaha untuk menjalankan usahanya. Pengertian merek dalam Pasal 1 ayat 1 Undang-undang Nomor 15 Tahun 2001:

“Tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa”.

2. Informasi Rahasia Dagang.

Pelaku bisnis dalam menjalankan usahanya mendapatkan perlindungan oleh Negara baik pengolahan bahan baku, penjualan maupun cara memproduksi suatu barang. Bentuk perlindungan yang diberikan oleh Negara disebut dengan Rahasia Dagang, agar kerahasiaan yang dimiliki oleh pelaku bisnis tidak diketahui oleh masyarakat umum. Undang-undang Nomor 30 Tahun 2000 pada Pasal 1 ayat 1 memberikan pangertian tentang Rahasia Dagang yaitu:

“Informasi yang tidak diketahui oleh umum di bidang teknologi dan/atau bisnis, mempunyai nilai ekonomi karena berguna dalam kegiatan usaha, dan dijaga

kerahasiaannya oleh pemilik rahasia dagang, sedangkan Hak Rahasia Dagang adalah hak atas rahasia dagang yang timbul berdasarkan undang-undang ini”.

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

Jadi disini usaha waralaba berkaitan dengan hak cipta yang terdiri atas merek, paten dan rahasia dagang. Karena usaha waralaba ini menggunakan izin dari pemberi waralaba sehingga dari penggunaan izin merek dan rahasia dagang tersebut maka penerima waralaba wajib membayar *royalty* atas hak cipta tersebut.

3. Peraturan-peraturan lainnya;

- a. Ketentuan Hukum Administratif;
- b. Hukum ketenagakerjaan atau perburuhan;
- c. Hukum Pajak; dan
- d. Hukum Industri bidang tertentu.

4.2. Unsur-unsur Perjanjian *Franchise*

Ada beberapa unsur dalam suatu perjanjian *Franchise*, yaitu:²²

1. Adanya suatu perjanjian yang disepakati;

Perjanjian *franchise* dibuat oleh para pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee*, yang keduanya berkualifikasi sebagai subyek hukum, baik ia sebagai badan hukum maupun hanya perorangan. Dalam perjanjian *franchise* tersebut perlu adanya kata sepakat dari kedua belah pihak, dimana perjanjian yang dibuat oleh para pihak tersebut tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

²² Gunawan Widjaja, *Lisensi atau Waralaba*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004, hal 48.

2. Adanya pemberian hak dari *franchisor* kepada *franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan produk dan atau jasa;

Dalam hal ini, *franchisee* berhak atas penggunaan nama merek, cap dagang dan logo serta memperoleh rahasia dagang yang dimiliki oleh *franchisor*.

3. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu;

Dalam hal ini, *franchisor* memberikan hak kepada *franchisee* untuk menggunakan nama merek, cap dagang serta logo dari usaha milik *franchisor* terbatas pada tempat dan waktu yang telah diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* yang telah mereka sepakati bersama.

4. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari *franchisee* kepada *franchisor*;

Dalam hal ini, pembayaran-pembayaran tersebut antara lain yaitu; pembayaran awal, pembayaran selama berlangsungnya waralaba, pembayaran atas pengoperan hak *franchise* kepada pihak ketiga, penyediaan bahan baku, dan masalah-masalah lain yang belum tercantum dalam suatu perjanjian.

4.3. Asas-asas Pada Perjanjian *Franchise*

Asas-asas didalam perjanjian *franchise* yang dibuat oleh para pihak memuat beberapa asas yaitu menurut Rooseno Harjowidagdo, menyarankan adanya beberapa asas:²³

- 1) Asas kebebasan berkontrak

Menurut asas kebebasan berkontrak setiap orang bebas mengadakan perjanjian apa saja baik perjanjian itu sudah diatur dalam undang-undang maupun belum diatur dalam undang-undang. Hukum perjanjian itu menganut sistem terbuka dimana pihak-pihak diberikan

²³ Juanjir Sumardi, *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1995, hal 47-48.

kebebasan mengadakan suatu perjanjian. Hal ini tercantum dalam Pasal 1338 ayat 1 KUHPerdara yang berbunyi :

“semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya”.

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

2) Asas itikad baik

Tiap orang yang membuat perjanjian harus dilakukan dengan itikad baik. Asas itikad baik yang subyektif dan itikad baik obyektif. Itikad baik dalam pengertian yang subyektif diartikan sebagai kejujuran seseorang dalam melakukan sesuatu perbuatan hukum yaitu apa yang terletak pada sikap batin seseorang pada waktu diadakan perbuatan hukum. Sedangkan itikad baik dalam pengertian obyektif maksudnya bahwa pelaksanaan suatu perjanjian itu harus didasarkan pada norma kepatutan atau apa yang dirasakan sesuai dengan yang patut dalam masyarakat. Sehingga dalam usaha bisnis waralaba ini masing-masing pihak dapat saling diuntungkan dan dengan adanya itikad baik dari kedua belah pihak, tentunya akan memberikan keuntungan yang lebih bagi bisnis yang mereka jalankan.

3) Asas Konsesnsual

Maksud asas ini adanya suatu kata sepakat dari mereka yang membuat perjanjian tanpa diikuti perbuatan hukum lain kecuali yang bersifat formal. Terhadap asas ini ada pengecualiannya

yaitu apabila ditentukan suatu formalitas tertentu untuk beberapa macam perjanjian dengan ancaman batal apabila tidak dipenuhi formalitas tersebut, seperti misalnya perjanjian penghibahan, jika mengenai benda tidak bergerak harus dilakukan dengan akta notaris, perjanjian perdamaian harus diadakan tertulis. Jadi dengan asas ini jika telah ada kata sepakat dari masing-masing pihak, maka pada dasarnya perjanjian tersebut dianggap sudah ada.

4) *Fairness* (Keadilan)

Asas ini dimaksudkan agar perjanjian *franchise* yang dibuat oleh masing-masing pihak tersebut menempatkan posisi kesederajatan hukum yang adil bagi kedua belah pihak sehingga terdapat suatu hubungan yang seimbang yang menghasilkan pada posisi yang saling menguntungkan.

5) Asas Kesamarataan dalam Hukum

Dengan asas ini, perjanjian *franchise* yang dibuat dapat memberikan hak dan kewajiban yang seimbang bagi *franchisor* dan *franchisee*.

6) Asas Pikul Bareng (Tanggung Bersama)

Asas ini sangat penting sekali karena dalam bisnis waralaba kerugian tentu akan ada, maka diperlukan adanya pertanggung jawaban bagi masing-masing pihak dikemudian hari jika terjadi wanprestasi. Jadi perlu diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* tersebut sehingga kerugian yang timbul menjadi tanggung jawab bersama dengan suatu perjanjian yang dulu pernah disepakati bersama.

7) Asas *Informatieplicht*

Dalam bisnis waralaba, pihak *franchisor* perlu memberikan informasi mengenai rahasia dagang yang dimilikinya serta prospek kedepan bagi usaha waralabanya tersebut sehingga *franchisee* dapat dengan mudah menentukan keputusan apakah bisnis waralaba yang dipilih

dapat memberikan keuntungan lebih atau tidak serta memiliki masa bertahan yang lama dalam bisnis tersebut.

8) Asas *Confidential*

Pada dasarnya asas ini mewajibkan para pihak untuk menjaga kerahasiaan data-data atau ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, dan tidak diperkenankan untuk memberitahukan kepada pihak ketiga, kecuali undang-undang yang menghendaknya.

4.4 Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchise*

Pemberi waralaba menurut Peraturan Menteri Perdagangan RI No.31/M-DAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba yaitu:

“Pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memnfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimilikinya kepada penerima waralaba”.

Sedangkan menurut pasal 1 angka 3 Peraturan Pemerintah RI No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba adalah:

“Penerima waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh pemberi waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan waralaba yang dimiliki pemberi waralaba”.

Berikut adalah Hak dan Kewajiban Para Pihak Dalam Perjanjian *Franchise*, yaitu:

4.4.1 Kewajiban dan Hak *Franchisor*

Kewajiban Pemberi Waralaba²⁴

- Memberikan segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau

²⁴ Gunawan widjaja, *Op.cit*, hal 82.

penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba, dalam rangka pelaksanaan waralaba yang diberikan tersebut;

- b. Memberikan bantuan pada Penerima Waralaba pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

Hak Pemberi Waralaba²⁵

- a. Melakukan pengawasan jalannya pelaksanaan waralaba;
- b. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha Penerima Waralaba;
- c. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja Penerima Waralaba guna memastikan bahwa waralaba yang diberikan telah dilaksanakan sebagaimana mestinya;
- d. Sampai batas tertentu mewajibkan Penerima Waralaba dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari Pemberi Waralaba;
- e. Mewajibkan bagi Penerima Waralaba untuk menjaga kerahasiaan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- f. Mewajibkan agar Penerima Waralaba tidak melakukan kegiatan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- g. Penerima pembayaran royalti dalam bentuk, jenis dan jumlah yang dianggap layak olehnya;
- h. Meminta dilakukan pendaftaran atas waralaba yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- i. Atas pengakhiran waralaba, meminta kepada Penerima Waralaba untuk mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperoleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- j. Atas pengakhiran waralaba, melarang Penerima Waralaba untuk memanfaatkan lebih lanjut data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- k. Atas pengakhiran waralaba, melarang Penerima Waralaba untuk tetap melakukan kegiatan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- l. Pemberi Waralaba, kecuali yang bersifat eksklusif, tidak menghapuskan hak Pemberi Waralaba untuk tetap memanfaatkan, menggunakan atau melaksanakan sendiri Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba.

4.4.2 Kewajiban dan Hak *Franchisee*

Kewajiban Penerima Waralaba²⁶

²⁵ *Ibid*

- a. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh Pemberi Waralaba kepadanya guna melaksanakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik yang menjadi obyek waralaba;
- b. Memberikan keleluasaan bagi Pemberi Waralaba untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa Penerima Waralaba telah melaksanakan waralaba yang diberikan dengan baik;
- c. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari Pemberi Waralaba;
- d. Sampai batas tertentu, membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan waralaba dari Pemberi Waralaba;
- e. Menjaga kerahasiaan atas Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian waralaba;
- f. Melaporkan segala pelanggaran Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba yang ditemukan dalam praktek;
- g. Tidak memanfaatkan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba selain dengan tujuan untuk melaksanakan waralaba yang diberikan;
- h. Melakukan pendaftaran waralaba;
- i. Tidak melakukan kegiatan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- j. Melakukan pembayaran royalty dalam bentuk, jenis dan jumlah yang telah disepakati secara bersama;
- k. Atas pengakhiran waralaba, mengembalikan seluruh data, informasi maupun keterangan yang diperolehnya;
- l. Atas pengakhiran waralaba, tidak memanfaatkan lebih lanjut data, informasi maupun keterangan yang diperoleh oleh Penerima Waralaba selama masa pelaksanaan waralaba;
- m. Atas pengakhiran waralaba, tidak lagi melakukan kegiatan usaha yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang mempergunakan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba.

Hak Penerima Waralaba²⁷

²⁶ *Ibid*, hal 84.

²⁷ *Ibid*, hal 86.

- a. Memperoleh segala macam informasi yang berhubungan dengan Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba, yang diperlukan olehnya untuk melaksanakan waralaba yang diberikan tersebut;
- b. Memperoleh bantuan dari Pemberi Waralaba atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan Hak atas Kekayaan Intelektual penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek Waralaba.

4.5. Saat Lahirnya Perjanjian *Franchise*

Di Indonesia dalam penerapannya suatu hukum perjanjian lahir sejak tercapainya kata sepakat dari kedua belah pihak, yaitu antara *franchisor* dengan *franchisee*. Hal ini menganut asas konsensualitas dimana suatu kata sepakat dari mereka yang membuat perjanjian tanpa diikuti perbuatan hukum lain kecuali yang bersifat formal. Jadi dengan asas ini jika telah ada kata sepakat dari masing-masing pihak, maka pada dasarnya perjanjian tersebut dianggap sudah ada.

Pada awalnya, pembukaan suatu bisnis waralaba ini dilakukan dengan perundingan antara kedua belah pihak, setelah berunding calon penerima waralaba akan diberikan informasi oleh pemberi waralaba mengenai syarat-syarat apa saja yang harus dipenuhi dalam usaha bisnis *franchise* ini. Selain itu pemberi waralaba juga memberikan informasi mengenai prospek kedepan akan usaha bisnisnya tersebut, kemudian pemberi waralaba akan melakukan survei lokasi dimana usaha waralaba akan dibuka.

Setelah semuanya disetujui oleh kedua belah pihak, calon penerima waralaba dapat menandatangani perjanjian *franchise* yang telah disepakati bersama-sama. Disini format perjanjian waralaba harus dibuat dalam bentuk tertulis antara pemberi waralaba dan penerima waralaba, dan menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar.

4.6. Masa Berlakunya Perjanjian *Franchise*

Dalam Keputusan Menteri Perindustrian Dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 259/MPP/Kep/7/1997 Tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan Dan Tata Cara Pelaksanaan

Pendaftaran Waralaba dalam Pasal 8 yaitu Jangka waktu Perjanjian Waralaba berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun. Masa berlakunya perjanjian *franchise* adalah lamanya waktu selama pemberi waralaba belum menggunakan lisensi atau sistem yang diwaralabakan. Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh Roeseno Harjowidagdo, jangka waktu perjanjian waralaba yang sementara ini diperjanjikan di Indonesia antara 5-10 tahun dengan kemungkinan perpanjangan.

Namun dalam prakteknya, banyak terjadi dari pemberi waralaba yang mencabut atau membatalkan perjanjian waralaba sebelum waktu yang telah diperjanjikan. Pembatalan dan pencabutan hak waralaba ini sering dikarenakan si penerima waralaba tidak mampu memenuhi syarat-syarat yang dari awal telah diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* tersebut. Hal inilah yang sering merugikan bagi pihak pemberi waralaba dan dapat merusak *brand image* yang dari awal telah memiliki nama yang terkenal tetapi menjadi buruk di masyarakat luas.

Tapi bila perjanjian waralaba tersebut diperpanjang hal ini dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak sehingga dapat memajukan dan mengembangkan bisnis waralaba ini kedepan.

4.7. Akibat Hukum Berakhirnya Perjanjian *Franchise*

Menurut ketentuan pasal 1338 KUH Perdata, perjanjian yang dibuat secara sah yaitu memenuhi syarat-syarat pasal 1320 KUH Perdata berlaku sebagai undang-undang bagi yang membuatnya, tidak dapat ditarik kembali tanpa persetujuan kedua belah pihak atau karena alasan-alasan yang cukup kuat menurut undang-undang dan harus dilaksanakan dengan itikad baik. Perjanjian berlaku sebagai undang-undang bagi para pihak artinya para pihak harus menaati perjanjian itu sama dengan menaati undang-undang. Jika ada yang melanggar perjanjian yang telah dibuat dan disepakati bersama dan menyebabkan salah satu pihak dirugikan maka ia

dianggap sama dengan melanggar undang-undang yang mempunyai akibat hukum tertentu yaitu sanksi hukum atas perbuatannya.

Akibat hukum adalah suatu akibat yang ditimbulkan oleh adanya suatu hubungan hukum memberikan hak dan kewajiban yang telah ditentukan oleh undang-undang, sehingga jika dilanggar akan berakibat, bahwa orang yang melanggar itu dapat dituntut dimuka pengadilan²⁸. Akibat hukum adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memperoleh suatu akibat yang dikehendaki oleh pelaku dan diatur oleh hukum. Tindakan ini disebut sebagai tindakan hukum²⁹. Akibat hukum adalah akibat-akibat yang timbul karena adanya suatu perbuatan, sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Dari setiap pengertian mengenai akibat hukum diatas, dapat diartikan bahwa akibat hukum merupakan keadaan yang tercipta ketika suatu hukum yang dibuat dan disepakati bersama telah ditaati ataupun dilanggar oleh masing-masing pihak yang berkaitan dengan hukum itu sendiri.

B. Tinjauan Umum Tentang Wanprestasi

Wanprestasi berasal dari bahasa Belanda, yaitu dari kata *wanprestatie* yang mempunyai arti prestasi buruk. Adanya kelalaian atau kealpaan si berutang yang wajib melakukan sesuatu atau tidak memenuhi kewajibannya yang telah diperjanjikan lazim dikatakan sebagai wanprestasi. Dewasa ini wanprestasi lebih dikenal dengan istilah ingkar janji. Menurut Munir Fuady, yang dimaksud dengan wanprestasi adalah “tidak dilaksanakannya prestasi atau kewajiban sebagaimana mestinya yang dibebankan oleh kontrak kepada pihak-pihak tertentu seperti yang disebut dalam kontrak yang bersangkutan”³⁰.

²⁸ Soedjono Dirdjosisworo, *Pengantar Ilmu Hukum*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2003.

²⁹ R. Soeroso, *Pengantar Ilmu Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hal 295.

³⁰ Munir Fuady, *Hukum Kontrak dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*, Buku Pertama, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung, 1997, hal 87.

Menurut Prof .R.Subekti, SH., mengatakan wanprestasi adalah apabila debitur tidak melakukan apa yang diperjanjikan karena kelpaan ataupun kelalaian. Seorang debitur dikatakan melakukan kealpaan ataupun kelalaian berupa empat macam, yaitu ³¹:

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

Tindakan wanprestasi membawa konsekuensi terhadap timbulnya hak pihak yang dirugikan untuk menuntut pihak yang melakukan wanprestasi untuk memberikan ganti rugi, sehingga oleh hukum diharapkan agar tidak ada satu pihak pun yang dirugikan karena wanprestasi tersebut. Pasal 1238 KUHPerdara yang berbunyi si berutang adalah lalai, apabila ia dengan surat perintah atau dengan sebuah akta sejenis itu telah dinyatakan lalai, atau demi perikatannya sendiri, ialah jika ia menetapkan bahwa si berutang akan harus dianggap lalai dengan lewatnya waktu yang ditentukan. Dalam hal pengaturan akibat-akibat wanprestasi dalam pengaturan perundangan, dapat diuraikan sebagai berikut³² :

- a. Membayar kerugian yang diderita oleh kreditur atau dengan singkat dinamakan ganti rugi;
- b. Pembatalan perjanjian atau juga dinamakan pemecahan perjanjian;
- c. Peralihan resiko.
- d. Membayar biaya perkara, kalau sampai diperkarakan didepan hakim.

Sanksi berupa ganti rugi diperinci tiga unsur yaitu biaya, rugi dan bunga (*kosten, schaden* dan *interesten*). Biaya adalah segala hal pengeluaran atau perongkosan yang nyata-nyata sudah dikeluarkan oleh satu pihak. Rugi adalah kerugian karena kerusakan barang-barang milik

³¹ R.Subekti, *Hukum Perjanjian*, P.T. Intermasa, Jakarta, 2000, hal 45.

³² *Ibid*, hal 45.

kreditur diakibatkan oleh kelalaian debitur. Sedangkan bunga adalah kerugian yang berupa kehilangan keuntungan yang sudah dibayangkan atau dihitung oleh kreditur. Mengenai ganti rugi ini, didalam hukum juga memberikan batasan-batasan dengan maksud untuk melindungi debitur yang lalai yaitu dalam pasal 1247-1248 KUH Perdata. Ganti rugi dibatasi hanya meliputi kerugian yang dapat diduga dan yang merupakan akibat langsung dari wanprestasi³³.

Ada 3 hal yang harus diperhatikan sebagai syarat supaya pembatalan itu dapat dilakukan, yaitu³⁴:

1. Perjanjian harus bersifat timbal balik (*bilateral*),
2. Harus ada wanprestasi (*breach of contract*),
3. Harus dengan putusan hakim (*verdict*).

Dalam perjanjian timbal balik, kedua belah pihak ada kewajiban untuk memenuhi prestasinya. Jika salah satu pihak melakukan wanprestasi, maka pihak lainnya dapat menuntut pembatalan perjanjian.

C. Tinjauan Umum Tentang Upaya Penyelesaian

Pada dasarnya bentuk dari penyelesaian sengketa dibagi menjadi dua macam yaitu: litigasi (melalui pengadilan) dan alternatif penyelesaian sengketa³⁵.

a. Penyelesaian sengketa melalui pengadilan (Litigasi) adalah upaya penyelesaian sengketa dimana para pihak berusaha menyelesaikan sengketa melalui proses pengadilan. Menurut Salim H.S, “penyelesaian sengketa melalui pengadilan adalah suatu pola penyelesaian sengketa yang terjadi antara para pihak diantara para pihak yang diselesaikan oleh pengadilan”³⁶. Penggunaan

³³ *Ibid*, hal 48.

³⁴ Abdulkadir Muhammad, *Hukum Perikatan*, Alumni, Bandung, 1982, hal 129.

³⁵ Salim H.S., *Hukum Kontrak: Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*, Sinar Grafika, Jakarta, 2003, hal 98.

³⁶ *Ibid*.

litigasi mempunyai keuntungan dan kekurangannya dalam penyelesaian sengketa.

Keuntungannya, yaitu:

1. Dalam mengambil alih keputusan dari para pihak, litigasi sekurang-kurangnya dalam batas tertentu menjamin bahwa kekuasaan tidak dapat mempengaruhi hasil dan dapat menjamin ketentraman sosial;
2. Litigasi sangat baik sekali untuk menemukan berbagai kesalahan dan masalah dalam posisi lawan;
3. Litigasi memberikan suatu standar bagi prosedur yang adil dan memberikan peluang yang luas kepada para pihak untuk didengar keterangannya sebelum mengambil keputusan;
4. Litigasi memberikan nilai-nilai masyarakat untuk penyelesaian sengketa pribadi;
5. Dalam sistem litigasi para hakim menerapkan nilai-nilai masyarakat yang terkandung dalam hukum untuk menyelesaikan sengketa.

Kekurangan litigasi, yaitu:

1. Memaksa para pihak pada posisi yang ekstrem;
2. Memerlukan pembelaan (*advocacy*) atas setiap maksud yang dapat mempengaruhi putusan;
3. Menyita waktu dan meningkatkan biaya keuangan;
4. Fakta-fakta yang dapat dibuktikan membentuk kerangka persoalan, para pihak tidak selalu mampu mengungkapkan kekhawatiran mereka yang sebenarnya;
5. Litigasi tidak mengupayakan untuk memperbaiki atau memulihkan hubungan para pihak yang bersengketa.

Proses litigasi mensyaratkan pembatasan sengketa dan persoalan-persoalan sehingga para hakim atau para pengambil keputusan lainnya dapat lebih siap membuat keputusan.

b. Jalur Non Litigasi adalah upaya penyelesaian sengketa yang melalui arbitrase dan alternatif penyelesaian sengketa yang sering disingkat ADR (*Alternative Dispute resolution*). Penyelesaian sengketa ini diatur dalam undang-undang Nomor 30 Tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa tidak selalu harus dilakukan dimuka sidang pengadilan . Pasal 6 ayat 1 Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 menyatakan bahwa sengketa atau beda pendapat dapat diselesaikan oleh para pihak melalui alternatif penyelesaian sengketa yang didasarkan pada itikad baik dengan mengesampingkan penyelesaian secara litigasi di Pengadilan Negeri. Sehingga pada dasarnya para pihak dapat dan berhak untuk menyelesaikan sendiri sengketa yang timbul diantara mereka. Kesepakatan mengenai penyelesaian tersebut selanjutnya dituangkan dalam bentuk tertulis dan disetujui oleh para pihak. Menurut Salim H.S pengertian dari penyelesaian sengketa alternatif adalah “lembaga penyelesaian sengketa atau beda pendapat melalui prosedur yang disepakati para pihak, yaitu penyelesaiannya diluar pengadilan”. Ada sekurangnya lima tata cara penyelesaian sengketa diluar pengadilan yang diatur Undang-undang Nomor 30 tahun 1999, yaitu:

1. Konsultasi

Tidak ada rumusan ataupun penjelasan yang diberikan dalam Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 mengenai makna maupun arti dari konsultasi tetapi menurut Gunawan Widjaja adalah “merupakan suatu tindakan yang bersifat personal antara suatu pihak tertentu, yang dengan klien dengan pihak lain yang merupakan pihak konsultan, yang memberikan pendapatnya kepada klien tersebut untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan kliennya tersebut”³⁷.

2. Negosiasi

³⁷ Gunawan Widjaja, *Alternatif Penyelesaian Sengketa*, P.T. Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hal 86.

Negosiasi merupakan suatu teknik mempengaruhi dan meyakinkan pihak lain untuk menggunakan kemampuan yang ada demi menyelesaikan suatu sengketa³⁸. Dalam pasal 6 ayat (2) Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 bahwa pada dasarnya para pihak dapat dan berhak untuk menyelesaikan sendiri sengketa yang timbul diantara mereka. Kesepakatan mengenai penyelesaian tersebut selanjutnya harus dituangkan dalam bentuk tertulis yang disetujui oleh para pihak. Pada umumnya proses negosiasi merupakan suatu pranata alternatif penyelesaian sengketa yang bersifat informal. Tidak ada suatu kewajiban bagi para pihak untuk melakukan pertemuan secara langsung pada saat negosiasi dilakukan, dan negosiasi tersebut tidak harus dilakukan oleh para pihak sendiri.

Melalui negosiasi para pihak yang bersengketa atau berselisih paham dapat melakukan suatu proses penjajakan kembali akan hak dan kewajiban para pihak dengan melalui sistem yang sama-sama menguntungkan (*win-win*) dengan melepaskan atau memberikan kelonggaran (*concession*) atas hak-hak tertentu berdasarkan pada asas timbal balik.

3. Mediasi

Menurut rumusan dari pasal 6 ayat (3) Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 bahwa atas kesepakatan tertulis para pihak sengketa atau beda pendapat diselesaikan melalui bantuan seorang atau lebih penasehat ahli maupun melalui seorang mediator. Tetapi undang-undang tidak memberikan rumusan secara jelas dari mediasi maupun mediator. Gunawan Widjaja mengemukakan arti dari mediasi adalah “memerlukan pihak ketiga (baik perorangan maupun dalam bentuk suatu lembaga independen) yang bersifat netral dan tidak memihak, yang akan

³⁸ Rachmad Syafa'at, *Advokasi Dan Pilihan Penyelesaian Sengketa*, Argitek YPN, Malang, 2006, hal 64.

berfungsi sebagai mediator”³⁹. Sebagai pihak yang netral, *independen*, tidak memihak dan ditunjuk oleh para pihak (secara langsung maupun melalui lembaga mediasi), mediator berkewajiban untuk melaksanakan tugas dan fungsinya berdasarkan pada kehendak dan kemauan para pihak.

Menurut Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 kesepakatan penyelesaian sengketa atau beda pendapat secara tertulis adalah final dan mengikat para pihak untuk dilaksanakan dengan itikad baik. Kesepakatan tertulis tersebut wajib didaftarkan di Pengadilan Negeri dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak penandatanganan, dan wajib dilaksanakan dalam waktu paling lama 30 (tiga puluh) hari sejak pendaftaran. Tujuan Mediasi adalah:

- a) Menghasilkan suatu rencana (kesepakatan) kedepan yang dapat diterima dan dijalankan oleh para pihak yang bersengketa;
- b) Mempersiapkan para pihak yang bersengketa untuk menerima konsekuensi dari keputusan yang mereka buat, dan
- c) Mengurangi kekhawatiran dan dampak negatif lain dari suatu sengketa dengan cara membantu pihak yang bersengketa untuk mencapai penyelesaian yang konsensus.

4. Konsiliasi

Dalam Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 tidak mengatur tentang konsiliasi. Perkataan konsiliasi sebagai salah satu lembaga alternatif penyelesaian sengketa terdapat pada pasal 1 angka 10 dan alinea ke-9 Penjelasan Umum Undang-undang Nomor 30 tahun 199 tersebut. Jadi konsiliasi adalah mekanisme penyelesaian sengketa ketika pihak-pihak yang bersengketa ternyata tidak mampu merumuskan suatu kesepakatan dan pihak ketiga mengajukan usulan jalan keluar dari sengketa.

5. Arbitrase

³⁹ Gunawan Widjaja, *Op.cit.* hal 91.

Arbitrase bersal dari kata *arbitrare* (bahasa latin) yang berarti kekuasaan untuk menyelesaikan suatu perkara menurut kebijaksanaan. Arbitrase adalah penyerahan sukarela suatu sengketa kepada seseorang yang berkualitas untuk menyelesaikannya dengan suatu perjanjian bahwa keputusan abitor akan final dan mengikat. Arbitrase adalah badan peradilan swasta diluar lingkungan Peradilan Umum yang dikenal khusus dalam dunia perusahaan. Menurut ketentuan umum pasal 1 angka 1 Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 tentang Arbitrase dan Alternatif Penyelesaian Sengketa

“arbitrase adalah cara penyelesaian suatu sengketa diluar pengadilan umum yang didasarkan pada pengaturan Arbitrase yang dibuat secara tertulis oleh para pihak yang bersengketa”.

Dari definisi yang diberikan dalam Undang-undang Nomor 30 tahun 1999 ada tiga hal yang dapat disimpulkan:

- a) Arbitrase merupakan salah satu bentuk perjanjian
- b) Perjanjian arbitrase harus dibuat secara tertulis
- c) Perjanjian arbitrase merupakan perjanjian untuk menyelesaikan sengketa yang dilaksanakan diluar pengadilan umum.

Sedangkan pengertian lembaga arbitrase adalah badan yang dipilih oleh para pihak yang bersengketa untuk memberikan putusan mengenai sengketa tertentu, lembaga tersebut juga dapat memberikan pendapat yang mengikat mengenai suatu hubungan hukum tertentu dalam hal timbul sengketa.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian hukum empiris. Penulis menggunakan tipe penelitian hukum empiris karena tipe ini akan menelaah atau mengkaji persoalan-persoalan mengenai akibat hukum pembutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi dan upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Melalui penelitian empiris ini, penulis dapat melakukan penelitian efektifitas hukum yang membahas pelaksanaan hukum dalam masyarakat secara nyata terhadap sinkronisasi antara instrumen hukum dengan keadaan masyarakat⁴⁰.

B. Metode Pendekatan

Penelitian ilmiah ini menggunakan metode pendekatan yuridis sosiologis (empiris)⁴¹ yaitu metode pendekatan yang mengkaji permasalahan yang diteliti dari segi hukum yaitu kontrak perjanjian waralaba antara *franchisor* yaitu pemilik merek Bakso Kota Cak Man dengan *franchisee*-nya, kemudian data-data yang diperoleh dikaji dengan perundang-undangan yang relevan, yaitu kitab Undang-Undang Hukum Perdata khususnya Buku Ke III, Keputusan Menteri Perdagangan RI No.31/M-DAG/PER/8/2008 Tentang Penyelenggaraan Waralaba, serta Peraturan Pemerintah No.42 Tahun 2007 tentang Waralaba/*Franchise*. Sedangkan pendekatan sosiologis adalah mengkaji terhadap pelaksanaan dari kontrak perjanjian *franchise* Bakso Kota Cak Man. Pendekatan ini dilakukan dengan cara mencari data-data tentang

⁴⁰Zainuddin Ali, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta,2003, hal 31.

⁴¹ Bambang Waluyo, *Penelitian Hukum Dalam Praktek*, Sinar Grafika, Jakarta, 2002, hal 15.

pelaksanaan pasal dalam kontrak perjanjian *franchise* dan jaminan ganti rugi bagi *franchisor* dari akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba sebelum habis masa berakhirnya terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian akan dilakukan di gerai makan siap saji Bakso Kota Cak Man di Malang. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada pertimbangan bahwa pihak yang dirugikan atas pembatalan perjanjian waralaba yaitu *franchisor* selaku pihak yang memberikan hak waralaba dan yang membatalkan perjanjian waralaba tersebut. Selain itu, penelitian juga dilakukan terhadap *franchisee* yang telah melakukan wanprestasi. Dari lokasi inilah akan dapat diketahui akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi serta upaya yang dilakukan oleh *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

D. Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terbagi dalam dua jenis data, yaitu:

1) Data primer

Data primer⁴² adalah data berupa pendapat, pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh secara langsung dari responden atau berhubungan dengan permasalahan yang dikaji tentang akibat hukum pembatalan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Data primer yang diperoleh ini berasal langsung dari lapangan berupa pengalaman dan pendapat dari pihak pemberi waralaba yang berkaitan

⁴² Data primer didapat oleh penulis dilapangan yang berasal dari sumbernya secara langsung, yaitu pengalaman dan/atau pendapat dari pihak *franchisor* dan juga pihak *franchisee* dalam hal akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi serta upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

dengan fokus penelitian tentang akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data berupa pengalaman, doktrin, pendapat dan lain sebagainya yang terdapat pada sumber kepustakaan, literature dan dokumen yang mendukung data primer yang merupakan pedoman dalam melanjutkan penelitian terhadap data primer yang ada dilapangan. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yaitu dengan melakukan pengumpulan data dari berbagai sumber dan literatur, selain itu juga dokumen yang berkaitan dengan akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

b. Sumber Data

1) Sumber Data Primer

Sumber data primer didapat dari *stakeholder* pada P.T. Kota Jaya Malang yaitu Komisaris, Direktur serta Staff Keuangan yang berkaitan dengan akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Penelitian ini melihat akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi serta upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

2) Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder⁴³ dalam penelitian ini adalah kepustakaan melalui literature dan dokumen yang terkait dengan akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi.

E. Teknik Memperoleh Data

Perolehan data dilaksanakan langsung di lapangan dengan menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

a. Data Primer

Untuk data primer menggunakan teknik pengumpulan data interview atau wawancara yaitu teknik analisa data dengan cara bertanya langsung kepada responden yang mempunyai hubungan langsung dengan masalah yang ditulis⁴⁴. Adapun responden yang dimaksud adalah pemilik merek Bakso Kota Cak Man (P.T. Kota Jaya Malang), agar data yang diperoleh dapat mendekati validitas, maka wawancara tersebut menggunakan sistem terbuka dalam artian wawancara yang akan digunakan oleh penulis adalah wawancara dengan tipe wawancara terarah yaitu wawancara dengan persiapan terlebih dahulu meliputi persiapan daftar pertanyaan. Tujuan dari wawancara terarah tersebut adalah agar peneliti lebih mudah dalam mengklasifikasikan perolehan data dan agar peneliti dapat mengetahui secara mendalam mengenai persoalan dalam penelitian ini.⁴⁵ Selain melakukan wawancara dengan pihak *franchisor*, peneliti juga melakukan wawancara dengan pihak *franchisee* yang telah melakukan wanprestasi.

b. Data sekunder

Data sekunder akan diperoleh dengan cara melalui studi kepustakaan

⁴³ Sumber data sekunder dalam penulisan karya ilmiah ini didapat dari inventarisasi data kepustakaan yang penulis dapatkan, yaitu dokumen-dokumen yang berasal dari literatur-literatur, internet, peraturan perundang-undangan, surat kabar, dan/atau tulisan ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

⁴⁴ Saifudin Aswar, *Metode Penelitian*, Pustaka Pelajar, 2003, hal 93.

⁴⁵ Lexy J. Moelong, *Metode Penelitian Kualitatif*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1988, hal 135

Yang dimaksud dengan studi kepustakaan adalah dengan mengumpulkan literatur-literatur, baik berupa buku-buku, peraturan perundang-undangan, surat kabar, internet dan beberapa literatur lain yang berkaitan dengan akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Bahan-bahan ini diantaranya diperoleh di Perpustakaan Pusat Universitas Brawijaya dan Pusat Dokumentasi dan Informasi Fakultas Hukum Universitas Brawijaya (PDIH) serta Perpustakaan Kota Malang.

F. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan atau himpunan obyek dengan ciri yang sama.⁴⁶ Populasi dalam penelitian skripsi ini adalah para pihak dalam perjanjian waralaba yaitu P.T. Kota Jaya dan semua penerima lisensi waralaba yang dimiliki oleh P.T. Kota Jaya.

b. Sampel

Sampel adalah himpunan bagian atau sebagian dari populasi.⁴⁷ Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu penarikan sampel dilakukan dengan cara mengambil subyek yang didasarkan pada tujuan tertentu. Sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pegawai P.T. Kota Jaya, yang terdiri dari:

a. Komisaris

Tujuan peneliti memilih Komisaris untuk dijadikan sebagai responden, karena memiliki kewenangan untuk memutuskan dan/atau menolak permohonan pengajuan

⁴⁶ Saifudin Aswar, 2003, *Op.cit.* hal 118.

⁴⁷ Bambang Sunggono, *Metode Penelitian Hukum*, Raja Grafindo, Jakarta, 1998, hal 119.

Calon *Franchisee* sekaligus berwenang dalam memutuskan mengakhiri perjanjian waralaba *franchisee*.

b. Direktur

Tujuan memilih direktur sebagai responden dalam penelitian ini, karena sebagai pengawas dalam memberikan laporan-laporan pertanggungjawaban atas kegiatan operasional perusahaan, laporan yang dimaksud meliputi: realisasi kegiatan operasional, manajemen sumber daya manusia, manajemen aset, manajemen finansial dan lain sebagainya yang dianggap perlu. Sehingga disini, direktur selaku pemberi informasi mengenai perkembangan usaha penginvestor waralaba Bakso Kota Cak Man, sekaligus memberikan pendapat dan saran kepada komisaris.

c. Staff Keuangan

Tugas staff keuangan adalah sebagai pihak yang menyeleksi awal kelengkapan dan keabsahan dokumen dari Calon *Franchisee* sehingga layak untuk mengajukan permohonan dan dapat diterima sebagai *franchisee* dalam P.T. Kota Jaya, selain itu sebagai pihak yang mencatat semua kegiatan finansial⁴⁸ *franchisee*.

2. Penerima Waralaba yang terdiri dari 5 orang penerima waralaba, yaitu⁴⁹:

a. Penerima Waralaba U,V dan W yang beralamat di Kota Malang, Kota Surabaya, dan Kota Jombang.

Tujuan peneliti memilih *franchisee* U,V dan W yang berdomisili di kota Malang, kota Surabaya dan kota Jombang sebagai responden adalah karena *franchisee* ini

⁴⁸ Kegiatan finansial berupa melakukan pencatatan pengeluaran dan penerimaan uang pada masing-masing buku dengan tertib dan benar, membuat surat tagihan kepada debitur antara lain berupa uang bumbu dan bahan baku lainnya serta *royalty fee*, serta menyimpan semua bukti-bukti transaksi keuangan dengan baik dan benar.

⁴⁹ Field Note tanggal 12 Mei 2011, wawancara survei dengan Novi Ayu Siswanti, Staff Keuangan P.T. Kota Jaya. Menurut Novi dalam wawancara informasi mengenai kelalaian dan/atau pelanggaran yang dilakukan oleh penerima waralaba U,V,W,X dan Z diperoleh dari dokumen-dokumen P.T. Kota JayaMalang yang pernah dibacanya dan didengarnya dari pemilik merek Bakso Kota Cak Man, selain itu juga pernah menangani langsung kelalaian dan/atau pelanggaran yang dilakukan oleh *franchisee* tersebut.

telah melakukan kelalaian dan/atau pelanggaran berupa keterlambatan pembayaran hingga tidak dibayarnya *royalty fee* kepada *franchisor*.

b. Penerima Waralaba X yang beralamat di Kota Sidoarjo

Tujuan peneliti memilih *franchisee* X yang berdomisili di Kota Sidoarjo sebagai responden adalah karena *franchisee* ini telah melakukan kelalaian dan/atau pelanggaran yang terdapat dalam pasal 4 ayat 20 di perjanjian waralaba P.T. Kota Jaya Malang mengenai kewajiban bagi pihak kedua mengenai tidak memindahkan tempat usaha sebagaimana yang telah diatur pada pasal 1 diperjanjian waralaba P.T. Kota Jaya Malang ketempat lain tanpa persetujuan secara tertulis dari pihak pertama yaitu pemilik merek Bakso Kota Cak Man.

c. Penerima Waralaba Z yang beralamat di Kota Surabaya

Tujuan peneliti memilih *franchisee* Z yang berdomisili di Kota Surabaya sebagai responden adalah karena *franchisee* ini telah melakukan kelalaian dan/atau pelanggaran berupa melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam system waralaba yang dapat merusak nama merek pemberi lisensi waralaba yang mengakibatkan pemutusan perjanjian sehingga sejak pengakhiran perjanjian tersebut, pihak *franchisee* Z seharusnya tidak boleh melakukan kegiatan yang sejenis, serupa atau apa saja yang menimbulkan persaingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan bakso dan variannya hingga masa waktu yang telah ditentukan oleh pemilik merek Bakso Kota Cak Man, namun pada kenyataannya disini pihak *franchisee* Z malah melanggar perjanjian tersebut dan melakukan kegiatan serupa setelah hak waralabanya berakhir.

G. Teknik Analisis Data

Analisa data merupakan hal yang sangat penting dalam suatu penelitian dalam rangka memberikan jawaban terhadap permasalahan yang diteliti. Sebelum analisa data dilakukan, terlebih dahulu diadakan pemeriksaan dan evaluasi terhadap semua data yang ada untuk mengetahui validitasnya, untuk selanjutnya diadakan pengelompokan terhadap data yang sejenis untuk kepentingan analisis. Analisa data dilakukan secara deskriptif kualitatif yaitu dengan cara menggambarkan keadaan-keadaan dari obyek yang diteliti dalam lapangan, kemudian terhadap masalah yang timbul akan ditinjau dan kemudian dianalisis secara mendalam dengan didasarkan pada teori-teori kepustakaan dan peraturan perundang-undangan sampai memperoleh kesimpulan akhir.

H. Definisi Operasional Variabel

1. Perjanjian Waralaba (*Franchise Agreement*) adalah perjanjian waralaba merupakan kumpulan persyaratan, ketentuan dan komitmen yang dibuat dan dikehendaki oleh para pihak.
2. Waralaba (*franchise*) Adalah ijin yang diberikan untuk menggunakan merek, logo dan sistem operasi dengan timbal balik yang sesuai.
3. *Franchisor* (Pemberi Waralaba) adalah pihak yang memberikan ijin waralaba
4. *Franchisee* (Penerima Waralaba) adalah pihak yang menerima ijin waralaba
5. *Fee* adalah biaya yang harus dikeluarkan oleh penerima waralaba (*franchisee*) kepada pemberi waralaba (*franchisor*) berdasarkan persentase penjualan
6. *Franchise Fee* (Biaya pembelian Hak Waralaba) adalah biaya pembelian hak waralaba yang hanya dibayarkan hanya satu kali saja.
7. Wanprestasi adalah keadaan dimana debitur tidak memenuhi sesuatu yang diwajibkan yang ditetapkan dalam perjanjian.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Berdirinya P.T. Kota Jaya Malang

P.T Kota Jaya merupakan suatu perusahaan waralaba yang bergerak dibidang makanan cepat saji, makanan ini berupa bakso dengan merek Bakso Kota Cak Man. P.T Kota Jaya beralamat di Kota Malang yaitu di Jalan W.R. Supratman C1 Kav. 13-14, Malang yang merupakan kantor pusat sekaligus digunakan sebagai tempat usaha makanan cepat saji tersebut. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang makanan, menjaga kualitas rasa, mutu dan pelayanan adalah salah satu hal yang harus di perhatikan oleh P.T Kota Jaya untuk mempertahankan eksistensinya didunia bisnis waralaba ini.

P.T Kota Jaya didirikan di Malang pada tahun 2007⁵⁰. Pada awalnya berdirinya P.T Kota Jaya dimulai dari tahun 1980 pada waktu itu hanya makanan ringan dengan nama Bakso Kota Cak Man yang dulu tidak seperti sekarang yang telah dikenal oleh masyarakat luas, pertama kali pemilik hanya menjajakan baksonya keliling kota Malang. Ternyata dari hasil mendorong gerobaknya inilah banyak masyarakat yang menyukai bakso buatannya, karena melihat minat masyarakat dan keuntungan yang didapat dari berjualan baksonya, kemudian pemilik mulai memberanikan diri membuka gerai yang awal mulai ditawarkan oleh seseorang untuk menempati lahan milik negara disebelah kanan Kantor Kecamatan Blimbing, Malang. Pemilikpun memberi nama dispanduknya dengan tulisan “Warung Bakso” yang beroperasi pada tahun 1986. Dari tempat itulah nama Bakso Kota Cak Man mulai ada dan dikenal oleh masyarakat Kota Malang.

⁵⁰Brosur Bakso Kota Cak Man Malang, 15 Maret 2011, (diolah).

Dan pada tahun 2001 pemilik mengajukan permohonan hak merek terhadap dagangannya dengan nama “Bakso Kota Cak Man” kepada instansi yang berwenang. Pada tahun 2002 secara resmi Dirjen HAKI, Departemen Kehakiman dan HAM menerbitkan Sertifikat Merek tanggal 14 Maret 2002 No.J00-01-04385.

Reputasi yang baik yang dimiliki oleh Bakso Kota Cak Man membuat saudara Noercholis, pegawai Dirljen Pajak Departemen Keuangan Jakarta tertarik membuka beberapa cabang di Jakarta pada tahun 2004-2005 dan sekaligus sebagai konsultan manajemen pengembangan usaha. Oleh karena jarak yang begitu jauh sehingga komunikasi tidak berjalan sebagaimana yang diharapkan, akhirnya pada tahun 2006 kerjasama tersebut dihentikan dan diganti oleh saudara Drs. Gatot Sujono, M.A, mantan pegawai Dirljen Anggaran dan pengajar tidak tetap pada BPLK, Departemen Keuangan yang sekarang berprofesi sebagai dosen STIE Malangkececwara, Malang. Setelah mencermati perkembangan dan prospek usaha bakso yang sangat diminati dan digemari oleh masyarakat, maka pendiri mulai mengembangkan Bakso Kota Cak Man dengan sistem waralaba. Permintaan dari calon penerima waralaba semakin banyak, melihat respon masyarakat tersebut akhirnya Bakso Kota Cak Man resmi menjadi usaha waralaba. Hal ini setelah dilakukan pembenahan manajemen dan sekaligus untuk menjamin pengembangan usaha dalam format waralaba (*franchising*), sehingga pada bulan Februari 2007 pendiri Bakso Kota Cak Man mendirikan badan usaha dalam bentuk Perseroan Terbatas (PT) dengan nama PT. Kota Jaya yang berkedudukan di Kota Malang. Hingga kini sudah berdiri kurang lebih 67 buah outlet Bakso Kota Cak Man di berbagai kota di Indonesia.

Gambar I

Logo Bakso Kota Cak Man



Sumber: Bakso Kota Cak Man Malang

P.T. Kota Jaya menjalankan usahanya berdasarkan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Nomor 517/23/35.73.311/2009 dan Tanda Daftar Perusahaan (TDP) Nomor 130815101397 yang berlaku hingga 15 Juni 2014. Selain itu juga terdapat Surat Ijin Gangguan dengan Nomor 530.08/299/35.73.314/2006 serta adanya sertifikat Halal 100% dari MUI Kota Malang.

P.T. Kota Jaya juga banyak meraih prestasi, salah satunya adalah perolehan Piagam Penghargaan oleh Museum Rekor Dunia Indonesia No. 2634/R.MURI/VII/2007 atas prestasinya dalam Pembuatan Bakso Terbesar yang diberikan pada bulan Juli tahun 2007 di Semarang. Berikut keunggulan Waralaba Bakso Kota Cak Man dilihat dari beberapa aspek⁵¹:

a. Aspek Ekonomis

⁵¹ P.T. Kota Jaya, *Prospektif Dan Menguntungkan Sebagai franchisee "Bakso Kota Cak Man"*, www.bakso-cakman.com, (online), 21 Mei 2011.

1. Produk bakso dan variannya memiliki keunggulan spesifik sehingga menempatkan posisinya sebagai nomor 1 di pasar bakso Malang, dengan memiliki brand name dan brand equity yang tinggi serta telah memiliki sertifikat hak atas merek dagang dari pemerintah;
2. Harga jual bakso dan variannya adalah *kompetitif* sehingga terjangkau oleh daya beli masyarakat luas;
3. Kebutuhan modal yang tidak terlalu besar
4. Investasi yang berisiko rendah, namun dengan imbal hasil (*rate of returns*) yang tinggi;
5. *Franchise fee* sebesar RP 50.000.000,- yang sudah termasuk biaya pelatihan juru masak, tenaga manajemen, dan pramusaji untuk masa 5 tahun adalah relatif murah;
6. *Royalty fee* sebesar 5% dari hasil penjualan kotor per bulan adalah relatif murah;
7. Untuk menjaga keunggulan spesifik, pihak manajemen senantiasa melakukan riset pengembangan produk, sehingga sampai sekarang telah ada lebih dari 15 item varian dari produk utama bakso sehingga memberikan pilihan yang beragam bagi konsumen;
8. Secara resmi, produk bakso dan variannya telah memperoleh sertifikat halal.
9. Semua produk bakso tidak mengandung borax, formalin atau bahan pengawet lainnya, serta tidak mengandung bahan pengental seperti fosfat atau sodium *tripoliphosphate* (SP2);
10. Untuk menjaga kesegaran, bakso diproduksi dan dimasak di setiap outlet, tidak dipasok dari kantor pusat dalam bentuk bakso-beku (*frozen meat ball*).

b. Aspek Keamanan dan Kepastian

1. Perjanjian Waralaba (*Franchise agreement*) dibuat berdasarkan peraturan perundang-undangan yang berlaku dihadapan notaris sehingga dapat melindungi kepentingan semua pihak;
2. Semua perikatan dilakukan atas nama perusahaan berbadan hukum resmi, yakni P.T. Kota Jaya berkedudukan di Mlaang, selaku pemegang hak atas merek dagang Bakso Kota Cak Man;
3. Materi perjanjian memuat hak dan kewajiban yang jelas dan menguntungkan kepada semua pihak (*a positive sum transactions*);
4. Masa perikatan yang cukup panjang, yakni sampai dengan 5 tahun dan dapat diperpanjang, sehingga memberikan kesempatan yang lebih lama bagi *franchisee* untuk menikmati hasil usaha;
5. Berdasarkan asas kebersamaan, kesamaan visi dan misi, serta fleksibelitas.

c. Aspek Teknis Operasional

1. Bahan baku yang diperlukan adalah banyak tersedia di setiap pasar diseluruh wilayah Indonesia sehingga terjamin kelangsungan produksinya;
2. Kantor pusat akan mengirim tenaga ahli dibidang produksi dan tenaga ahli manajemen di setiap outlet;
3. Sebelum beroperasi terlebih dahulu dilakukan pelatihan terhadap pihak terwaralaba (*franchisee*) beserta pegawainya;

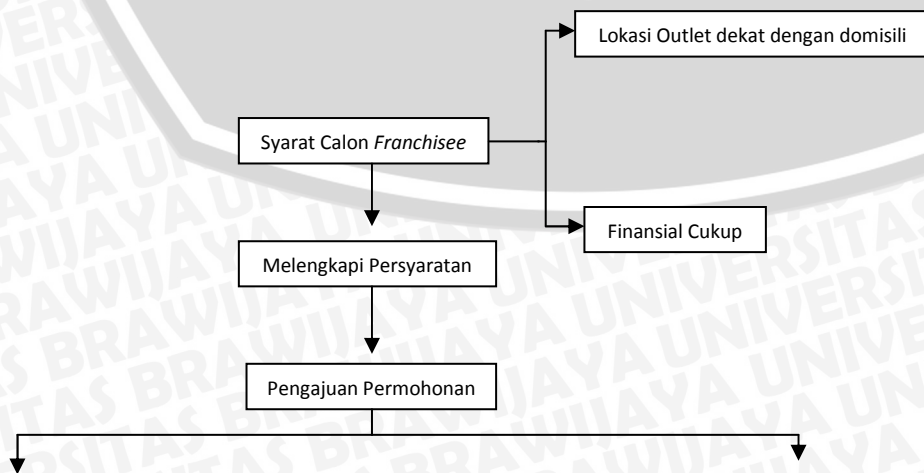
4. Sifat kegiatan produksi dan penjualan bakso adalah sederhana dan tidak rumit sehingga relatif mudah untuk dijalankan apabila dibandingkan kegiatan usaha makanan lainnya.

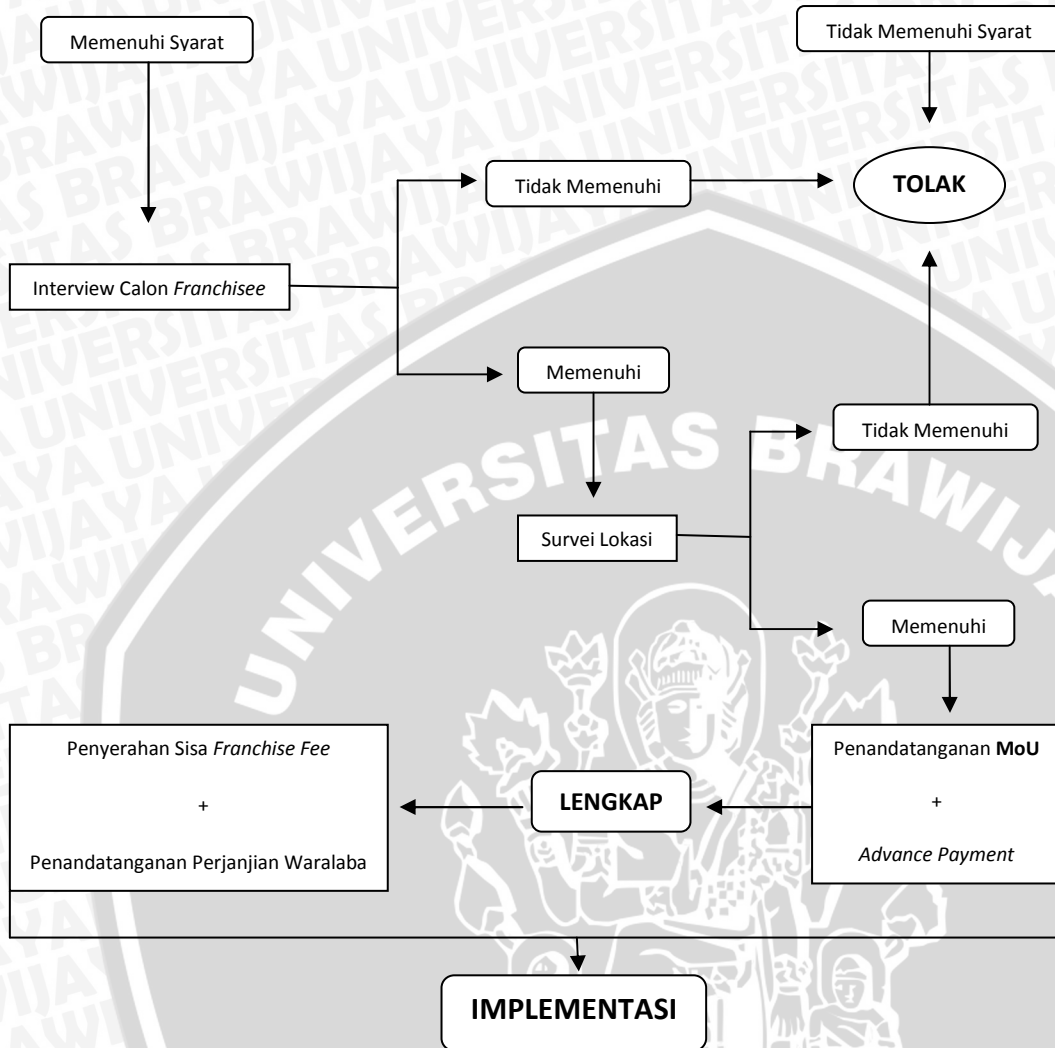
d. Aspek Manajerial

1. Memiliki tim manajerial yang kuat didukung oleh tenaga profesional;
2. Tersedia buku panduan untuk kegiatan produksi, persediaan, manajemen, pelayanan dan keuangan serta promosi;
3. Tim manajemen menyediakan program asistensi;
4. Tim manajemen secara aktif melakukan riset pasar dan mengembangkan program pemasaran;
5. Menyediakan forum komunikasi antara *franchisor* dan *franchisee*.

Bagan I

Langkah untuk Bergabung di Bakso Kota Cak Man





Sumber: Data Sekunder Brosur P.T. Kota Jaya Malang, diolah, 2011.

Keterangan⁵²:

1. Persyaratan Calon Terwaralaba (*Franchisee*), yaitu:

- a. Bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa;
- b. Memiliki kejujuran dan integritas yang tinggi terhadap perusahaan;
- c. Memiliki semangat kewirausahaan dan keinginan kuat untuk berhasil;

⁵² *Ibid*

- d. Bersedia mencurahkan sepenuhnya tenaga, pikiran dan waktu untuk kegiatan waralaba;
- e. Berdomisili tidak jauh dari lokasi outlet;
- f. Memiliki jiwa kepemimpinan (*leadership*), pribadi yang menarik, ramah, terbuka dan mudah bergaul;
- g. Memiliki dukungan finansial yang cukup.

2. Kelengkapan Persyaratan Permohonan

- a. Surat Permohonan bermatrai;
- b. Daftar Riwayat hidup pemohon (*curriculum vitae*);
- c. Akte pendirian dan profil perusahaan (bagi usaha berbadan hukum);
- d. Fotokopi KTP;
- e. Fotokopi ijazah/sertifikat pendidikan formal maupun non-formal;
- f. 2 lembar pas foto (4X6);
- g. Bukti kepemilikan rekening bank dengan reputasi yang baik;
- h. Bersedia membuat perjanjian bahwa tidak akan memberi borax, formalin atau bahan pengawet lainnya dalam semua jenis makanan yang dijual.

3. Proses Pengajuan Permohonan

- a. Pihak calon terwaralaba (*franchisee*), mengajukan surat permohonan beserta kelengkapannya kepada pihak pewaralaba (*franchisor*) melalui pihak manajemen “Bakso Kota Cak Man”;
- b. Pihak manajemen akan melakukan seleksi awal berupa pemeriksaan kelengkapan dan keabsahan dokumen pendukung yang terlampir pada surat permohonan;
- c. Jika dinyatakan tidak memenuhi syarat, maka surat permohonan ditolak sama sekali atau masih perlu dipenuhi kelengkapannya untuk diajukan kembali;
- d. Apabila dinyatakan memenuhi syarat, maka tahap berikutnya adalah *interview*/tatap muka dengan pihak manajemen/pemilik perusahaan (*franchisor*);
- e. Apabila dinyatakan memenuhi syarat dalam tahap *interview*, maka pada tahap berikutnya adalah pihak manajemen/ pemilik perusahaan (*franchisor*) melakukan survei kelokasi *outlet* dan melihat langsung kondisi fisiknya serta pasokan bahan baku demikian pula bagaimana kondisi para pesaing;
- f. Bilamana lokasi dan kondisi fisik *outlet* dinyatakan memenuhi syarat, maka tahap berikutnya adalah penandatanganan *Memorandum of Understanding (MoU)* dan pada saat bersamaan pihak calon terwalaba (*franchisee*) diwajibkan menyerahkan uang muka (*advance payment*) sebesar 10% dari *franchisee fee*;
- g. Apabila calon terwaralaba (*franchisee*) telah melengkapi sarana dan prasarana operasional termasuk tenaga kerjanya, maka tahap berikutnya adalah penyerahan sisa *franchisee fee* sebesar 90% dan diteruskan dengan tandatangan Perjanjian Waralaba dihadapan notaris,

kemudian dilanjutkan dengan implementasinya, antara lain: orientasi, pelatihan dan simulasi, serta peresmian pembukaan *outlet*.

2. Visi Dan Misi P.T. Kota Jaya

a. Visi⁵³

Menjadi perusahaan waralaba makanan ringan lokal yang terdepan di Indonesia.

b. Misi⁵⁴

1. Meningkatkan dan mengembangkan mutu dan pelayanan makanan ringan.
2. Meningkatkan jumlah investor waralaba.
3. Meningkatkan kualitas kontrol (*control quality*) terhadap para investor, pelayanan dan produk).
4. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia.
5. Meningkatkan *Brand Image*.

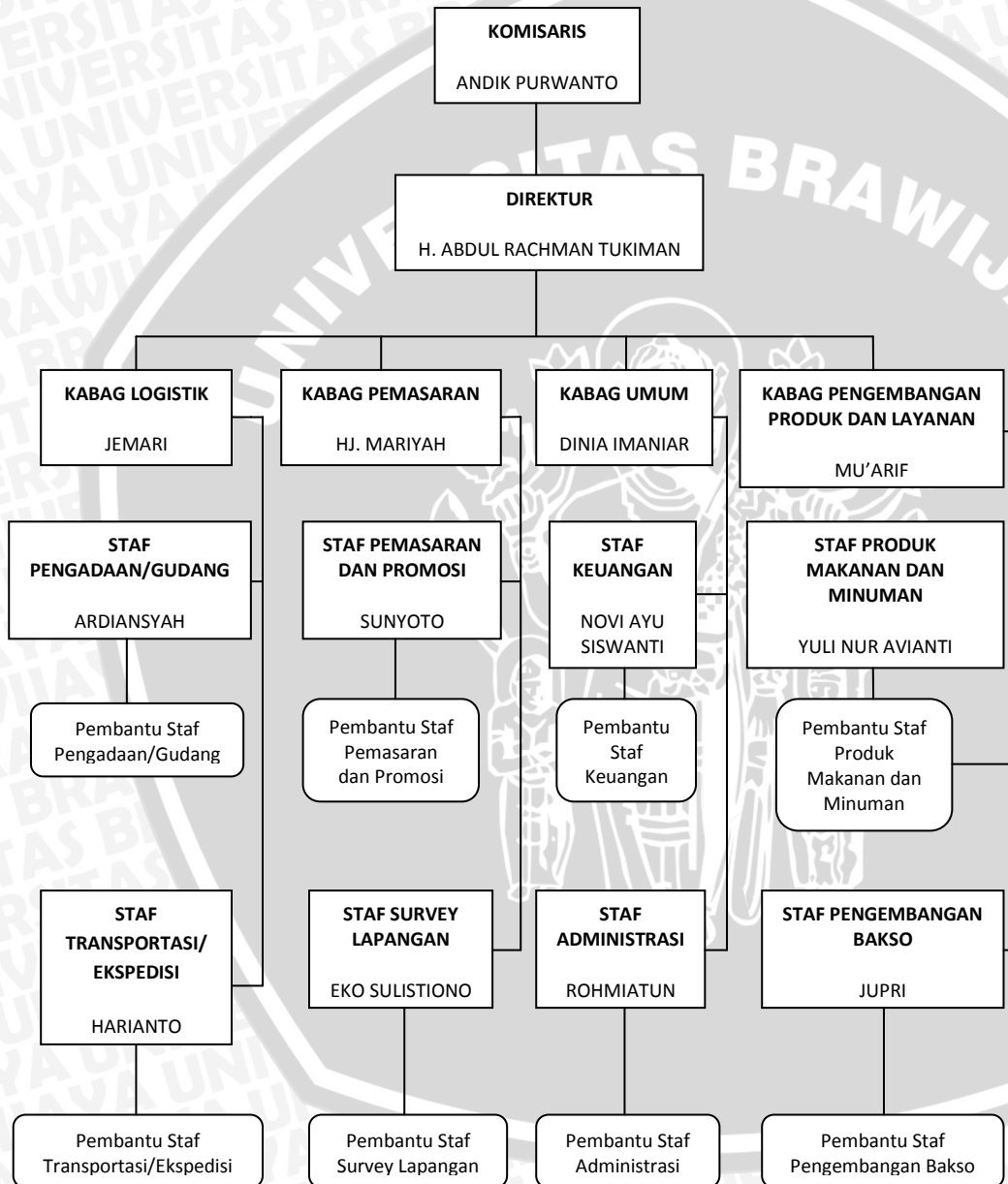
⁵³ Hasil wawancara dengan Andik Purwanto, Komisaris P.T. Kota Jaya Malang, 21 Mei 2011.

⁵⁴ *Ibid*

3. Struktur Organisasi P.T. Kota Jaya Malang

Bagan II

Struktur Organisasi Dan Susunan Pengurus P.T. Kota Jaya



Sumber: Data Sekunder Brosur P.T. Kota Jaya Malang, 2011.

P.T. Kota Jaya dipimpin oleh seorang komisaris sebagai pemegang kekuasaan tertinggi di P.T. Kota Jaya, dimana tugas seorang komisaris adalah memimpin sekaligus mengawasi kinerja perusahaan dan karyawan serta menetapkan kebijakan yang berkaitan dengan perkembangan P.T. Kota Jaya. Komisaris memiliki hubungan langsung dengan direktur yang bertugas sebagai pelaksana kegiatan operasional, dimana direktur bertanggungjawab sepenuhnya atas kelancaran dari kegiatan usaha waralaba P.T. Kota Jaya.

Divisi yang berada dibawah naungan direktur ada 4 kepala bagian, yg masing-masing kepala bagian ini juga membawahi beberapa staf dan pembantu staf, antara lain⁵⁵:

1. Kepala Bagian Logistik:

- a. Membuat rencana kegiatan logistik yang meliputi : jumlah armada angkutan, tenaga kerja, kebutuhan peralatan untuk packing, dan penyusunan daftar perusahaan ekspedisi.
- b. Mengatur jadwal armada angkutan dan tenaga kerja yang diperlukan dalam rangka menjamin kelancaran pengiriman barang.
- c. Mengatur dan mengontrol persediaan peralatan untuk kegiatan packing demi kecepatan dalam memenuhi permintaan barang dari daerah.
- d. Melakukan penata-usahaan jumlah pengadaan barang, pengiriman barang, dan sisa persediaan barang secara benar dan teratur.
- e. Melakukan kordinasi dengan Kepala Bagian lain demi efektivitas dan efisien pelaksanaan tugas serta menghindari kekeliruan informasi dan komunikasi yang dapat merugikan pihak lain.

⁵⁵ P.T. Kota Jaya, *Job Description*, www.bakso-cakman.com, (online), 21 Mei 2011.

- f. Melakukan pemilihan perusahaan ekspedisi yang mampu memberikan layanan cepat, tepat, selamat dan hemat.
- g. Membuat laporan pertanggungjawaban tentang pelaksanaan kegiatan logistik kepada Direktur sedikit-dikitnya sekali setahun atau sewaktu-waktu bilamana diperlukan.

Kepala Bagian Logistik dibantu oleh :

a. Staf Pengadaan Barang/gudang bertugas :

1. Menyiapkan data dan sekaligus menyusun draft rencana kegiatan penyediaan barang dan pergudangan
2. Mengatur dan mengontrol persediaan barang di gudang untuk keperluan permintaan dari para franchisee
3. Mencatat secara teratur semua transaksi keluar-masuk barang dalam buku persediaan barang.
4. Melakukan kordinasi dengan pihak produksi bumbu, penyediaan pakaian dan peralatan lainnya yang diperlukan dalam pengoperasian outlet
5. Melakukan kordinasi dengan pihak pengangkutan dalam rangka pengiriman barang ke pihak lain (franchisee)
6. Memeriksa setiap hari apakah barang persediaan di gudang masih dalam kondisi baik atau tidak.
7. Melakukan pemeriksaan barang apakah dalam masih dalam kondiri baik sebelum dilakukan pengepakan yang siap dikirim kepada para franchisee.
8. Membuat nota pengiriman dan penerimaan barang kepada pihak-pihak lain terkait, misalkan : bagian keuangan, bagian produksi dan sebagainya.

9. Membuat laporan kegiatan secara berkala atau sewaktu-waktu kepada Kepala Bagian Logistik.
10. Menyiapkan data dan membantu membuat laporan pertanggungjawaban kepada Direktur.

b. Staf Pengangkutan/Ekspedisi bertugas :

1. Menyusun daftar rencana kegiatan pengangkutan/ekspedisi barang
2. Membuat daftar nama franchisee, alamat (jalan, kota, nomor telepon, fax dan HP), alamat outlet (jalan, kota, nomor telepon, fax, dan nama penanggungjawabnya)
3. Membuat daftar nama dan alamat perusahaan jasa angkutan/ekspedisi laut, darat dan udara di wilayah Malang.
4. Melakukan kordinasi dengan staf pengadaan barang/ pergudangan
5. Melakukan pengemasan barang kiriman dengan baik agar terjamin keutuhannya, tidak bocor, tidak terbuka, tidak terkontaminasi oleh barang lain.
6. Membuat nota/bukti pengiriman barang untuk disampaikan kepada pihak terkait, antara lain : bagian pengadaan barang/ pergudangan, bagian keuangan.
7. Membuat laporan kegiatan pengiriman barang secara berkala atau bila diperlukan.
8. Membuat pencatatan/pembukuan secara tertib dan benar.

2. Kepala Bagian Pemasaran:

- a. Menyusun rencana umum promosi dan pemasaran berdasarkan evaluasi kinerja pada masa sebelumnya dihadapkan pada kondisi yang sedang dihadapi serta kemungkinan yang akan terjadi di masa mendatang.
- b. Bekerja sama dengan Kepala Bagian lainnya, membahas dan menetapkan strategi operasional promosi dan pemasaran.

- c. Menyusun rencana kegiatan beserta biaya promosi dan pemasaran antara lain menentukan bentuk, media/saluran, lokasi dan frekuensi/jangka-waktunya.
- d. Mengamati dan menganalisis kondisi pasar, antara lain bagaimana perilaku masyarakat, perkembangan trend masyarakat dan kondisi para pesaing.
- e. Melakukan monitoring dan evaluasi atas kegiatan promosi dan pemasaran untuk selanjutnya dilaporkan kepada Direktur.
- f. Berupaya mencari peluang kegiatan promosi dan pemasaran melalui organisasi sosial masyarakat, dunia pendidikan, panitia kegiatan peringatan hari besar nasional, dan para event-organizer dalam bentuk sponsorship atau kerjasama lainnya.
- g. Menyusun buku Panduan Umum Promosi bagi para franchisee
- h. Jika dipandang perlu, melakukan riset pasar dengan menggunakan jasa-konsultan atau bila memungkinkan dapat dilakukan sendiri.
- i. Membuat laporan pertanggungjawaban atas kegiatan promosi dan pemasaran kepada Direktur sedikit-dikitnya setahun sekali atau sewaktu-waktu bila dipandang perlu.

Kepala Bagian Pemasaran dibantu oleh :

- a. Staf Pemasaran bertugas :
 1. Menyiapkan data/bahan dan sekaligus menyusun draft rencana umum promosi dan pemasaran.
 2. Melakukan komunikasi dengan unit lain untuk memperoleh masukan, saran dan bahan dalam rangka membantu Kepala Bagian Pemasaran merumuskan kebijakan.
 3. Menyiapkan bahan yang diperlukan untuk pengamatan dan analisis pasar
 4. Membantu mengolah data atas hasil monitoring kegiatan pemasaran.

5. Menatausahakan dengan benar, teratur, dan tertib segala dokumen yang berkaitan dengan kegiatan promosi dan pemasaran.
 6. Menyiapkan data dan sekaligus menyusun draft laporan pertanggungjawaban kegiatan promosi dan pemasaran.
- b. Staf Survey Lapangan bertugas :
1. Menyiapkan bahan dan sekaligus menyusun draft rencana kegiatan survey lapangan
 2. Melakukan kordinasi dengan Staf pemasaran
 3. Menyiapkan segala keperluan untuk survey lapangan
 4. Melakukan survei lapangan berdasarkan daftar isian/kuisisioner meliputi kondisi lokasi calon gerai, ketersediaan bahan baku (daging segar, kulit pangsit, bahan pendukung lainnya), dan bagaimana posisi para pesaing yang telah ada.
 5. Membuat laporan kegiatan survei kepada Kepala Bagian Pemasaran
3. Kepala Bagian Umum:
- a. Menyusun sistem administrasi perkantoran, sistem keuangan, dan peraturan kepegawaian perusahaan.
 - b. Merumuskan uraian tanggungjawab pekerjaan dan kewajiban serta hak bagi semua pegawai dalam suatu peraturan kepegawaian.
 - c. Melakukan perekrutan tenaga kerja atau pemutusan hubungan kerja sesuai dengan kebutuhan perusahaan dengan pertimbangan dan persetujuan Direktur/Komisaris
 - d. Membuat rencana tahunan keuangan perusahaan sesuai dengan target yang telah ditetapkan dan kemampuan perusahaan.
 - e. Melaksanakan penata-usahaan keuangan dengan tertib dan benar sesuai dengan sistem keuangan yang telah ditetapkan.

- f. Menyelenggarakan pembinaan dan pelatihan pegawai baik secara berkala maupun pada waktu tertentu apabila diperlukan.
- g. Mewakili perusahaan untuk berurusan dengan pihak ketiga atau pemerintah dalam hal administrasi umum, keuangan perusahaan, perizinan, perpajakan, ketenagakerjaan, dan ikatan kerja sama.
- h. Memberikan layanan umum demi efektivitas dan efisiensi pelaksanaan pekerjaan bagi unit-unit kerja lainnya.
- i. Bertindak sebagai juru-bicara perusahaan untuk menyampaikan informasi dan pernyataan kepada pihak ketiga, pemerintah maupun masyarakat umum.
- j. Menyusun laporan pertanggungjawaban keuangan, formasi sumber daya manusia dan pelaksanaan manajemen umum perusahaan secara berkala sebagaimana ditetapkan oleh Direktur atau sewaktu-waktu bilamana diperlukan.

Kepala Bagian Umum membawahi beberapa Staf, yaitu :

a. Staf Keuangan bertugas :

1. Membuat buku catatan transaksi keuangan baik penerimaan maupun pengeluaran sesuai standar akuntansi perusahaan pada umumnya.
2. Melakukan pencatatan pengeluaran uang pada masing-masing buku dengan tertib dan benar.
3. Melakukan pencatatan penerimaan uang pada masing-masing buku dengan tertib dan benar.
4. Membuat surat tagihan kepada debitur, antara lain para franchisee atas uang bumbu dan bahan baku lainnya serta royalty-fee.

5. Menyimpan semua bukti-bukti transaksi keuangan baik penerimaan maupun pengeluaran dengan sistem filling yang benar dan tertib.
6. Melaksanakan kegiatan panata-usahaan pemungutan dan penyetoran serta pelaporan pajak dengan tertib dan benar sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
7. Menyiapan bahan-bahan dan sekaligus menyusun draft laporan keuangan perusahaan secara berkala atau sewaktu-waktu bilamana diperlukan.

b. Staf Administrasi Umum bertugas :

1. Melaksanakan penata-usahaan surat masuk dan keluar dengan baik dan teratur.
2. Mencatat semua surat masuk dalam buku agenda dan menyampaikan kepada masing masing unit yang berkompeten sesuai dengan alur pendistribusian.
3. Mencatat semua surat keluar dalam buku agenda dan diserahkan bagian ekspedisi untuk dikirimkan kepada masing-masing alamat.
4. Menyiapkan kebutuhan alat perkantoran dengan baik demi kelancaran tugas unit-unit lain
5. Menyiapkan ruang perkantoran dalam kondisi yang nyaman, yakni bersih, teratur, rapi dan sehat.
6. Menyelesaikan kebutuhan umum perusahaan, antara lain : urusan listrik, air, telepon, internet, sampah, keamanan, perizinan dan lain sebagainya.

7. Melakukan pengadministrasi kepegawaian dengan baik.
 8. Membuat laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan administrasi umum sedikit-dikitnya setahun sekali, atau sewaktu-waktu bilamana diperlukan.
4. Kepala Bagian Pengembangan Produk Dan Layanan:
- a. Menyusun rencana pengembangan produk bakso, saos, bumbu, dan minuman.
 - b. Melakukan pengamatan terhadap perkembangan perilaku masyarakat, fenomena/trend yang tengah berlangsung, dan produk yang ditawarkan para pesaing.
 - c. Berdasarkan hasil pengamatan sebagaimana tersebut pada butir 2 di atas, kemudian mengembangkan produk bakso, bumbu, saos dan minuman melalui uji-coba produksi dan uji-pasar dengan memperkenalkan varian baru tersebut di salah satu gerai.
 - d. Menyusun panduan tentang bagaimana memilih/membeli dan menyimpan bahan baku, serta tata-cara memasak produk bakso beserta variannya dan minuman.
 - e. Menyusun panduan tentang bagaimana menyimpan produk bakso beserta variannya, serta tata-cara penyajian dan pelayanannya dalam suatu buku Panduan Umum Tata Kelola.
 - f. Melaksanakan kegiatan pelatihan dan bimbingan memasak dan pelayanan kepada para calon juru-masak dan pramusaji.
 - g. Mengikuti pelatihan/seminar/*workshop* tentang kuliner
 - h. Melakukan pengawasan mutu saos, bumbu dan bahan penyedap yang akan digunakan pada gerai di Malang atau yang akan dikirimkan ke gerai-gerai di luar kota Malang.
 - i. Membuat laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan pengembangan usaha kepada Direktur sedikit-dikitnya setahun sekali atau sewaktu-waktu apabila dipandang perlu.

Kepala Bagian Pengembangan Produk dan Layanan didukung oleh :

a. Staf Produk Makanan dan Minuman bertugas:

1. Menyiapkan bahan dan sekaligus menyusun draft rencana pengembangan produk makanan dan minuman.
2. Membantu menyiapkan bahan dalam uji-coba makanan dan minuman
3. Melakukan pencatatan resep makanan dan minuman, antara lain meliputi pencatatan kebutuhan bahan dan tata cara mengolahnya.
4. Membantu melakukan pengamatan terhadap perkembangan kondisi pasar
5. Menyiapkan bahan dan sekaligus menyusun draft dokumen panduan memasak dan penyimpanan bahan serta produk jadi.
6. Menyiapkan dan membantu pelaksanaan kegiatan pelatihan dan bimbingan memasak
7. Membantu melakukan pengawasan mutu makanan dan minuman
8. Menyiapkan bahan dan sekaligus menyusun draft laporan pertanggungjawaban pelaksanaan kegiatan pengembangan produk.

b. Staf Pengembangan Pelayanan bertugas:

1. Menyiapkan bahan dan sekaligus menyusun draft rencana tahunan pengembangan pelayanan
2. Membantu merumuskan model pelayanan yang lebih baik

3. Membantu melakukan pengamatan bagaimana perkembangan model pelayanan pada usaha restoran
4. Membantu memberikan pelatihan dan bimbingan pelayanan kepada para karyawan atau para pegawai cabang lain yang sedang magang.
5. Menyiapkan data dan sekaligus menyusun draft laporan pertanggungjawaban atas pelaksanaan kegiatan pengembangan pelayanan.

B. Pelaksanaan Perjanjian Waralaba Antara *Franchisor* Dengan *Franchisee* dalam Praktek di P.T. Kota Jaya Malang

1. Unsur-unsur Perjanjian Waralaba

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS)⁵⁶ dapat dicatat bahwa di Indonesia terdapat kurang lebih 40 juta pengusaha, dimana 90% merupakan pengusaha kecil. Dalam kenyataannya, kelompok usaha kecil ini merupakan salah satu pelaku ekonomi yang terbukti dapat survive bahkan tidak sedikit justru semakin berkembang di tengah krisis multidimensial sejak tahun 1998. Dengan skala usaha dan permodalan yang kecil, maka secara alami pengusaha kecil ini lebih fleksibel dalam mengantisipasi perubahan pasar. Disamping itu, pada umumnya jenis kegiatan para pengusaha kecil adalah berhubungan langsung dengan kebutuhan masyarakat yang tetap harus hidup, terutama kegiatan usaha dalam pengolahan makanan dan minuman.

Khususnya usaha restoran, dapat dilihat bahwa sektor kegiatan usaha ini tumbuh pesat dari waktu ke waktu. Pada umumnya, para pengusaha kecil yang berhasil mengembangkan bisnisnya mulai mengembangkan sayapnya menjadi berskala nasional bahkan internasional. Salah satunya yaitu dengan pengembangan kegiatan usaha dengan sistem waralaba. Cara ini

⁵⁶ P.T. Kota Jaya, *Prospektif Dan Menguntungkan Sebagai franchisee "Bakso Kota Cak Man"*, www.bakso-cakman.com, (online), 21 Mei 2011.

merupakan kegiatan usaha yang terbaik guna mewujudkan usaha dengan skala besar karena keuntungan dari bisnis waralaba ini adalah:

- a. Memperkecil resiko kegagalan usaha mengingat produk dan namanya yang telah dikenal masyarakat luas;
- b. Dukungan manajemen produksi, pelayanan, dan pemasaran yang telah teruji;
- c. Menghemat waktu, tenaga, dan biaya untuk proses *trial and errors*;
- d. Jangka waktu pengembalian modal yang relatif pendek;
- e. Hasil investasi yang menarik, khususnya waralab restoran.

Waralaba merupakan suatu bentuk format bisnis dimana pihak yang disebut *franchisor* memberikan hak kepada pihak kedua yang disebut *franchisee* untuk mendistribusikan barang dan atau jasa kepada konsumen. Disini pihak *franchisor* melakukan kesepakatan bersama dengan *franchisee* yang dituangkan dalam bentuk perjanjian yang biasa disebut dengan perjanjian waralaba. Waralaba (*franchise*) adalah pemberian hak oleh *franchisor* kepada *franchisee* untuk menggunakan kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan/jasa berupa jenis produk dan bentuk diusahakan termasuk identitas perusahaan (logo, merek, dan desain perusahaan, penggunaan rencana pemasaran serta pemberian bantuan yang luas, waktu/saat/jam operasional, pakaian dan penampilan karyawan) sehingga kekhasan usaha atau ciri pengenal bisnis dagang/jasa milik *franchisee* sama dengan kekhasan usaha atau bisnis dagang/ jasa milik dagang *franchisor*⁵⁷.

Sebagaimana telah disebutkan di dalam bab II tentang unsur-unsur perjanjian waralaba, yang menyebutkan bahwa unsur-unsur perjanjian waralaba memuat 4 hal,yaitu:⁵⁸

⁵⁷ Gunawan Widjaya, *Seri Hukum Bisnis, Lisensi atau Waralaba*, Rajawali Press, Jakarta, 2001, hal 4

⁵⁸ Munir Fuady, *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*, Bandung, Citra Aditya Bakti, 1997, hal 45.

1. Adanya suatu perjanjian yang disepakati;
2. Adanya pemberian hak dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba untuk memproduksi atau memasarkan produk dan atau jasa;
3. Pemberian hak tersebut terbatas pada waktu dan tempat tertentu;
4. Adanya pembayaran sejumlah uang tertentu dari penerima waralaba kepada pemberi waralaba;

Dari unsur-unsur yang telah disebutkan diatas, dalam pelaksanaan perjanjian waralaba di P.T. Kota Jaya telah memenuhi semua unsur tersebut. Yaitu adanya kata sepakat yang dilakukan oleh pemilik Bakso Kota Cak Man dengan investor penerima waralaba, selain itu perjanjian waralaba P.T. Kota Jaya juga memuat mengenai pemberian hak dari pemberi waralaba kepada penerima waralaba dengan kewajiban bahwa penerima waralaba harus membayar sejumlah uang yang telah ditentukan dalam perjanjian waralaba tersebut. Di dalam perjanjian P.T Kota Jaya juga memuat mengenai jangka waktu perjanjian yaitu 5 tahun dan dapat diperpanjang dengan perjanjian baru yang akan diatur kemudian oleh pemberi waralaba. Dari penjelasan tersebut dapat diketahui bahwa perjanjian waralaba yang dibuat oleh P.T. Kota Jaya Malang dengan penerima waralaba telah memenuhi semua unsur-unsur dari perjanjian waralaba dan perjanjian waralaba P.T. Kota Jaya Malang ini juga sudah memuat klausula yang telah ditentukan dalam pasal 5 Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007 tentang Waralaba, yaitu memuat paling sedikit klausul :

- 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
- h. hak dan kewajiban pemberi waralaba dan penerima waralaba.

2. Perjanjian Waralaba P.T. Kota Jaya Malang

PASAL 1

KETERANGAN PIHAK

Pihak kesatu, sebagai pewaralaba (*franchisor*), dengan ini memberikan izin kepada pihak kedua, sebagai terwaralaba (*franchisee*), untuk membuat dan menjual bakso beserta variannya dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” dengan format bisnis dan manajemen sebagaimana yang dilaksanakan oleh pihak kesatu.

PASAL 2

MASA BERLAKU PERJANJIAN

Perjanjian kerjasama ini diadakan untuk jangka waktu 5 (lima tahun); dengan penegasan bahwa:

1. Perjanjian ini bisa diperpanjang dalam suatu bentuk perjanjian baru yang akan diatur kemudian; dan
2. Pihak kedua berhak untuk mengundurkan diri dari kerjasama ini, asal saja untuk tidak memberitahukan terlebih dahulu secara tertulis kepada pihak kesatu 3 (tiga) bulan sebelumnya.

PASAL 3

KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

1. Memberikan segala informasi tentang penjualan bakso beserta variannya dengan cara memberikan bimbingan dan pelatihan kepada pihak kedua beserta 2 (dua) orang tenaga yang ditunjuk oleh pihak kedua sebagai pembuat bakso dan variannya dalam kegiatan produksi bakso dan variannya yang diselenggarakan di Kantor Pusat “BAKSO KOTA CAK MAN” Malang.
2. Memberikan bimbingan dan konseling kepada pihak kedua tentang segala sesuatu yang menyangkut persiapan pembukaan outlet.
3. Menyediakan dan memberikan Buku Pedoman Umum Tata Kelola dan Buku Pedoman Umum Promosi serta petunjuk lainnya sebagai acuan dalam pelaksanaan kegiatan penjualan.
4. Menyediakan dan menjamin pasokan bumbu, kuah dan saos (*sauce*) serta bumbu lainnya atas beban biaya pihak kedua.
5. Melakukan pembinaan dan bimbingan teknis produksi bakso beserta variannya kepada pihak kedua dalam rangka menjaga mutu bahan baku bakso beserta variannya pada saat tertentu apabila dipandang perlu.
6. Memberikan pembinaan dan bimbingan teknis kegiatan promosi penjualan kepada pihak kedua pada saat tertentu apabila dipandang perlu dalam rangka meningkatkan volume penjualan.
7. Merencanakan dan melakukan kegiatan promosi secara nasional pada saat tertentu apabila dipandang perlu.
8. Melakukan kunjungan secara berkala maksimal 3 (tiga) bulan sekali ketempat usaha pihak kedua untuk mengetahui kendala-kendala yang dialami oleh pihak kedua dalam

melaksanakan usaha kerja-sama tersebut dan memberikan saran-saran untuk mendapatkan jalan keluarnya.

PASAL 4

KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

1. Membayar biaya sebesar Rp 50.000.000,- (lima puluh juta rupiah);

terdiri atas:

a. *Franchise fee* sebesar Rp 30.000.000,- (tiga puluh juta rupiah);

b. Biaya akomodasi dan pelatihan, untuk:

- o 1 (satu) juru masak utama; dan
- o 1 (satu) juru masak pembantu;

sebesar Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah).

Untuk pembayaran biaya tersebut dari pihak kedua kepada pihak kesatu, pihak kedua menerangkan akan dilakukan pada paling lambat sesuai dengan yang disetujui bersama;

Untuk penerimaan mana akan dibuat kuitansi tersendiri oleh pihak kesatu.

Bilamana pada tanggal yang telah ditentukan ternyata pihak kedua tidak melaksanakan kewajiban membayar biayanya, maka perjanjian ini batal dengan sendirinya tanpa perlu keputusan hakim lagi.

2. Membayar lagi uang sebesar Rp 20.000.000,- (dua puluh juta rupiah) sebagai jaminan atas permintaan/pembelian bumbu dan lain-lain yang telah dilakukan pihak kedua.

Uang jaminan tersebut akan dikembalikan kepada pihak kedua selambat-lambatnya 7 (tujuh) hari setelah diakhiri/berakhirnya perjanjian ini.

Pengembalian uang jaminan dari pihak kesatu kepada pihak kedua tersebut tanpa bunga dan telah diperhitungkan dengan segala kewajiban pihak kedua kepada pihak kesatu.

3. Membayar *Royalty Fee* kepada pihak kesatu sebesar 5% (lima persen) perbulan, yang diperhitungkan dari penghasilan kotor atas penjualan semua produk bakso dan variannya, minuman dan jenis makanan lainnya, tidak termasuk rokok, yang dijual langsung oleh pihak kedua atau berdasarkan pesanan (*delivery order*) dan wajib dibayarkan paling lambat 9 (sembilan) bulan berikutnya dari bulan penjualan berkenaan.

Pembayaran *Royalty Fee* tersebut diatas langsung dikirimkan dengan mentransferkan kedalam nomor rekening pihak kesatu yang akan diberitahukan kepada pihak kedua secara tertulis setelah penandatanganan akta perjanjian ini.

4. Menyediakan sarana dan prasarana yang diperlukan untuk pembuatan dan penjualan bakso beserta variannya yang ditentukan oleh pihak manajemen pihak kesatu atas beban biaya dan resiko pihak kedua sendiri.
5. Mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu bakso beserta variannya yang diproduksinya sebagaimana diatur dalam Peraturan Pemerintah Nomor 42 Tahun 2007, tanggal 23 (dua puluh tiga) Juli 2007 (dua ribu tujuh).

6. Menjaga kerahasiaan atau tata cara dan resep pembuatan bakso beserta variannya, manajemen, penjualan, pemasaran, dan tata kelola keuangan yang merupakan hak milik pihak kesatu dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN”.
7. Tidak diperbolehkan merubah resep pembuatan bakso beserta variannya antara lain termasuk menambah bahan-bahan yang dikategorikan dan diindikasikan atau patut diduga sebagai makanan-minuman tidak halal dan dilarang oleh pemerintah.
8. Tidak diperkenankan mencari atau menanyakan resep dan rincian kebutuhan bahan baku membuat bakso beserta variannya kepada juru masak utama maupun asistennya dengan cara apapun dan dengan alasan apapun.
9. Tidak diperbolehkan menjual produk selain bakso beserta variannya yang dikategorikan dan diindikasikan atau patut diduga sebagai makanan-minuman yang tidak halal dan dilarang oleh Pemerintah.
10. Tidak diperbolehkan melakukan kegiatan produksi dan penjualan bakso beserta variannya yang sejenis atau makanan apapun secara langsung maupun tidak langsung dapat menjadi pesaing semua produk dari merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN”.
11. Mengizinkan pihak kesatu dan/atau staff manajemennya sewaktu-waktu tanpa perlu pemberitahuan terlebih dahulu untuk masuk ketempat usaha guna mengetahui apakah semua prasyarat dan syarat dalam menjalankan usaha pembuatan dan penjualan bakso beserta variannya dengan menggunakan merek dagang pihak kesatu telah dipenuhi oleh pihak kedua.

12. Mengizinkan pihak kesatu menempatkan seorang tenaganya untuk membuat bakso beserta variannya dan melakukan pengawasan terhadap kegiatan penjualan, dengan gaji yang harus ditanggung dan dibayarkan oleh pihak kedua.
13. Menyediakan tenaga kerja sedikit-dikitnya 3 (tiga) orang untuk dilatih sebagai tenaga bantu bagi juru masak utama dan asisten juru masak.

Pelatihan dimaksud diselenggarakan di Kantor Pusat “BAKSO KOTA CAK MAN” di Malang.

Biaya transportasi pergi-pulang para tenaga kerja tersebut sepenuhnya ditanggung oleh pihak kedua, sedangkan biaya makan dan penginapannya selama di Malang menjadi tanggung jawab pihak kesatu.
14. Tidak diperbolehkan menjual bakso beserta variannya kepada bukan konsumen akhir (*end users*), dengan kata lain pihak kedua tidak diperbolehkan menjual bakso beserta variannya kepada perorangan atau badan usaha yang selanjutnya untuk dijual kembali kepada konsumen akhir (*end users*).
15. Menjual bakso beserta variannya sebagaimana dimaksud pasal 1 perjanjian ini dengan harga per unit yang ditetapkan oleh pihak kesatu yang diberitahukan secara tertulis kepada pihak kedua.
16. Menjalankan semua instruksi baik secara lisan maupun tertulis dalam bentuk buku panduan atau surat edaran yang berkaitan dengan pelaksanaan penjualan bakso dan variannya sebagaimana dimaksud pasal 1 perjanjian ini.
17. Selambat-lambatnya 3 (tiga) minggu setelah penandatanganan akta perjanjian ini, pihak kedua wajib melaporkan kegiatan usaha waralaba ini kepada instansi berwenang dalam rangka memenuhi maksud Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42

Tahun 2007 tersebut diatas dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997, tanggal 30 (tiga puluh) Juli 1997 (seribu sembilan ratus sembilan puluh tujuh).

18. Membuat lapotran bulanan terhadap pelaksanaan kegiatan penjualan berdasarkan perjanjian ini secara tertulis dengan tata cara, formal dan materi yang ditentukan oleh pihak kesatu.
19. Bersedia menyumbangkan tenaga, waktu, pikiran dan masukan dalam rangka mengembangkan usaha waralaba dan penjualan bakso beserta variannya demi kepentingan bersama.
20. Tidak memindahkan tempat usaha sebagaimana tersebut pada pasal 1 diatas ke tempat lain tanpa persetujuan secara tertulis dari pihak ke-stau.
21. Apabila pemberian hak waralaba ini berakhir, pihak kedua selaku *franchisee* harus mengembalikan semua data dan buku panduan maupun dokumen lainnya serta segala atribut yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan penjualan bakso beserta variannya dan merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” kepada pihak kesatu.
22. Bilamana pemberian hak waralaba ini berakhir, pihak kedua tidak diperbolehkan sama sekali menggunakan secara langsung maupun tidak langsung semua sistem, manajemen, data, informasi, buku panduan maupun dokumen lainnya serta segala atribut yang berhubungan dengan kegiatan produksi dan penjualan bakso beserta variannya yang dimiliki oleh/dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN”.
23. Apabila pemberian hak waralaba ini berakhir, pihak kedua tidak boleh melakukan kegiatan yang sejenis, serupa atau apa saja yang bisa menimbulkan persaingan secara

langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan bakso dan variannya dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” yang dapat merugikan pihak kesatu.

24. Menyediakan tempat tinggal dan makan sehari-hari yang layak bagi juru masak sebagai mana tersebut pada ayat 1 pasal ini.
25. Memberikan upah sesuai dengan ketentuan yang berlaku setelah diperhitungkan dengan biaya sebagaimana tersebut pada ayat 24 pasal ini.
26. Memberikan kesempatan libur kepada juru masak utama dan asisten juru masak pada hari-hari libur Nasional dan hari besar keagamaan yang resmi ditetapkan oleh Pemerintah.

Apabila pada hari-hari libur tersebut ternyata pihak kedua ingin tetap berjualan, maka hal ini dapat dirundingkan terlebih dahulu dengan para pegawainya apakah mereka bersedia untuk bekerja.

27. Memberikan kesempatan cuti atau tidak bekerja selama 1 (satu) hari dalam 1 (satu) bulan atau maksimal 12 (dua belas) hari dalam 1 (satu) tahun kepada juru masak untuk kepentingan yang benar-benar mendesak yakni melaksanakan pernikahan, dalam kondisi sakit yang tidak memungkinkan bekerja berdasarkan surat rekomendasi dokter, bilaman orang tua atau saudara kandung meninggal dunia atau alasan lain yang dianggap wajar dan bisa diterima oleh pihak kedua.

PASAL 5

SANKSI

Apabila pihak kedua tidak melaksanakan kewajibannya membayar *Royalty Fee* sebagaimana yang ditentukan dalam pasal 4 ayat 3 diatas, maka untuk tiap hari

kelambatan pembayaran tersebut pihak kedua dikenakan denda oleh pihak kesatu sebesar 2% (dua per mil) perhari, yang dihitung dari jumlah yang harus dibayar;

Denda mana dapat ditagih dan harus dibayar seketika dan sekaligus lunas .

Dan apabila keterlambatan pembayaran tersebut telah mencapai waktu 14 (empat belas) hari, ternyata pihak kedua belum melaksanakan kewajibannya, maka selain pihak kedua dikenakan denda sebagaimana disebutkan diatas, perjanjian kerjasama ini batal dengan sendirinya tanpa perlu keputusan hakim lagi, dan pihak kedua tidak berhak lagi menggunakan atau memakai merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” dalam menjalankan usaha pembuatan dan penjualan bakso dan variannya.

Dalam pemutusan perjanjian ini, pihak kedua tetap berkewajiban melunasi *Royalty Fee* kepada pihak kesatu yang belum terbayar, karena merupakan hutang pihak kedua kepada pihak kesatu

PASAL 6

RESIKO

1. Segala resiko finansial maupun non finansial yang timbul dari kegiatan penjualan bakso dan variannya di outlet sebagaimana tersebut pada pasal 1 perjanjian kerjasama ini adalah sepenuhnya menjadi tanggung jawab dan beban pihak kedua.
2. Pihak kesatu tidak bertanggung jawab terhadap segala akibat dari perikatan perjanjian baik secara langsung maupun tidak langsung berkaitan dengan kegiatan operasional penjualan bakso beserta variannya di outlet sebagaimana tersebut pada pasal 1 perjanjian kerjasama ini yang dibuat oleh pihak kedua dengan pihak ketiga

PASAL 7

BERAKHIRNYA PERJANJIAN

Apabila perjanjian kerjasama ini harus dihentikan sebelum berakhir jangka waktunya, maka penghentian itu akan dilakukan bersama antara para pihak.

Bilamana perjanjian kerjasama ini tidak diperpanjang atau perjanjian kerjasama ini telah berakhir pada tanggal, bulan, dan tahun, sebagaimana disebutkan pada pasal 2 diatas, maka pihak kedua tidak berhak lagi menggunakan merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN”

PASAL 8

FORJE MAJEUR

Dalam kondisi *Forje Majeur* seperti terjadi bencana alam, huru-hara, kebakaran, peperangan, perampokan atau kejadian lain diluar kekuasaan manusia sehingga salah satu atau kedua belah pihak yang bersepakat tidak sanggup memenuhi masing-masing kewajibannya, sebagaimana diatur dalam pasal-pasal perjanjian ini, maka:

- a. Peristiwa tersebut harus dibuktikan oleh Surat Pernyataan Pejabat Pemerintah yang berwenang.
- b. Jalan keluar yang ditempuh adalah berdasarkan asas musyawarah, kebersamaan, keadilan, dan tidak menguntungkan atau merugikan secara sepihak.

PASAL 9

Selain apa yang diatur dalam pasal 5 perjanjian ini, pihak kesatu berhak memutuskan hubungan kerjasama ini tanpa keputusan hakim, apabila pihak kedua tidak dapat memenuhi kewajibannya sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 tersebut diatas, setelah dilakukan peringatan secara tertulis oleh pihak kesatu sekurang-kurangnya 2 (dua) kali.

PASAL 10**LAIN-LAIN**

Hal-hal lain yang belum atau masih kurang lengkap diatur dan dicantumkan dalam perjanjian kerjasama ini, akan dirundingkan bersama antara para pihak dengan jalan musyawarah dan kepentingan bersama.

PASAL 11**PENGALIHAN HAK *FRANCHISE***

Perjanjian ini bukan saja berlaku terhadap kedua pihak, tetapi juga terhadap penerima hak dari pihak kesatu dan para ahli waris dari pihak kedua.

PASAL 12**PENUTUP**

Pada akhirnya mengenai perjanjian ini segala akibatnya, para pihak menyatakan memilih tempat kedudukan yang tetap di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri di Malang.

Dari hak dan kewajiban yang telah diatur dan dilaksanakan secara seimbang oleh para pihak inilah, kemungkinan akan timbulnya suatu konflik atau sengketa dari kedua belah pihak dapat berkurang dan mungkin juga tidak terjadi sama sekali dalam pelaksanaan perjanjian

waralaba tersebut. Sehingga masing-masing pihak dapat memperoleh keuntungan dari hasil kerja-sama yang telah mereka sepakati bersama.

3. Sengketa yang Timbul Dalam Pelaksanaan Perjanjian Waralaba P.T. Kota Jaya Malang

Seperti perjanjian pada umumnya ada kemungkinan terjadi wanprestasi di dalam pelaksanaan perjanjian waralaba. Wanprestasi terjadi ketika salah satu pihak tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana yang tertera di dalam perjanjian waralaba. Jika karena adanya wanprestasi, salah satu pihak merasa dirugikan, maka pihak yang dirugikan tersebut dapat menuntut pihak yang wanprestasi untuk memberikan ganti rugi kepadanya.

Wanprestasi yang sering terjadi di P.T. Kota Jaya Malang yang dilakukan oleh pihak penerima waralaba, yaitu:

- a. Terlambat membayar *royalty fee*;
- b. Membayar *royalty fee* tapi tidak sesuai dengan yang telah diperjanjikan yaitu 5% dari penghasilan kotor atas penjualan produk bakso dan variannya;
- c. Tidak dibayarnya *royalty fee*;

Diterangkan dalam pasal 5 Perjanjian Waralaba antara P.T. Kota Jaya Malang dengan *Franchisee*, yang menyebutkan:

“Apabila pihak kedua tidak melaksanakan kewajibannya membayar *Royalty Fee* sebagaimana yang ditentukan dalam pasal 4 ayat 3 diatas, maka untuk tiap hari kelambatan pembayaran tersebut pihak kedua dikenakan denda oleh pihak kesatu sebesar 2% (dua per mil) perhari, yang dihitung dari jumlah yang harus dibayar; Denda mana dapat ditagih dan harus dibayar seketika dan sekaligus lunas . Dan apabila keterlambatan pembayaran tersebut telah mencapai waktu 14 (empat belas) hari, ternyata pihak kedua belum melaksanakan kewajibannya, maka selain pihak kedua

dikenakan denda sebagaimana disebutkan diatas, perjanjian kerjasama ini batal dengan sendirinya tanpa perlu keputusan hakim lagi, dan pihak kedua tidak berhak lagi menggunakan atau memakai merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” dalam menjalankan usaha pembuatan dan penjualan bakso dan variannya.

Dalam pemutusan perjanjian ini, pihak kedua tetap berkewajiban melunasi Royalty Fee kepada pihak kesatu yang belum terbayar, karena merupakan hutang pihak kedua kepada pihak kesatu”

- d. Memindahkan tempat usaha yang seharusnya telah disepakati di perjanjian letak lokasi pertama kegiatan usaha tersebut dikelola ketempat lain tanpa persetujuan secara tertulis dari pemberi waralaba.

Dalam Pasal 4 ayat 20 Perjanjian Waralaba antara P.T. Kota Jaya Malang dengan *franchisee*, yang menyebutkan:

“Tidak memindahkan tempat usaha sebagaimana tersebut pada pasal 1 diatas ke tempat lain tanpa persetujuan secara tertulis dari pihak kesatu”

- e. Melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam system waralaba yang dapat merusak nama merek pemberi lisensi waralaba yang mengakibatkan pembatalan perjanjian sehingga sejak pengakhiran perjanjian tersebut, seharusnya tidak boleh membuka kegiatan usaha yang sejenis, serupa atau apa saja yang dapat menimbulkan persaingan usaha baik secara langsung maupun tidak langsung setelah terjadi pengakhiran perjanjian waralaba.

Dalam Pasal 4 ayat 23 Perjanjian Waralaba antara P.T. Kota Jaya Malang dengan *franchisee*, yang menyebutkan:

“Apabila pemberian hak waralaba ini berakhir, pihak kedua tidak boleh melakukan kegiatan yang sejenis, serupa atau apa saja yang bisa menimbulkan persaingan secara langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan bakso dan variannya dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” yang dapat merugikan pihak kesatu”.

Dari setiap wanprestasi yang dilakukan oleh penerima waralaba dapat menimbulkan suatu sengketa dengan pemberi waralaba yaitu P.T. Kota Jaya Malang. Dari adanya sengketa antara para pihak inilah dibutuhkan suatu penyelesaian, dimana penyelesaian ini dapat memberikan jaminan berupa ganti rugi bagi pemberi waralaba atas wanprestasi yang telah dilakukan oleh penerima waralaba. Sehingga dengan adanya penyelesaian tersebut diharapkan dapat mengakhiri sengketa yang terjadi antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba Bakso Kota Cak Man.

Tabel II

Kelalaian dan/atau Pelanggaran yang Dilakukan oleh *Franchisee* di P.T. Kota Jaya Malang antara Tahun 2010-2011

Jenis Pelanggaran	MLG	SBY	Sidoarjo	Jombang	N	Persentase
Keterlambatan <i>Royalty Fee.</i>	2	1	-	2	5	62,5%
Memindahkan tempat usaha	-	-	1	-	1	12,5%
Melakukan hal-hal yang tidak sesuai yang diatur dalam sistem waralaba.	1	1	-	-	2	25%

Total Kelalaian dan/atau Pelanggaran	8	100%
---	----------	-------------

Sumber: Data Primer, Staff Keuangan, diolah, 2011.

Dari tabel diatas, dapat diketahui kelalaian dan/atau pelanggaran yang dilakukan oleh *franchisee* antara tahun 2010 hingga 2011. Di kota Malang terdapat 2 (dua) *franchisee* yang melakukan wanprestasi berupa keterlambatan pembayaran *royalty fee* hingga tidak dibayarnya *royalty fee* tersebut setiap bulannya ke *franchisor*. Keterlambatan hingga tidak dibayarnya *royalty fee* ini juga terjadi di kota Surabaya 1 (satu) *franchisee* serta di kota Jombang sebanyak 2 (dua) *franchisee*. Wanprestasi lain yang dilakukan oleh *franchisee* yaitu memindahkan tempat usaha yang dari awal telah mendapatkan izin sesuai dengan perjanjian waralaba di kota Sidoarjo namun dilanggar oleh *franchisee* dan memindahkan tempat usahanya ke kota lain tanpa persetujuan pihak penerima waralaba (*franchisor*). Wanprestasi ini dilakukan oleh 1 (satu) *franchisee* yang berkedudukan di kota Sidoarjo. Serta Wanprestasi terakhir yang dilakukan oleh *franchisee* yaitu melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba yang dapat merusak nama merek pemberi lisensi waralaba (*franchisor*), hal-hal yang tidak sesuai ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba berupa ketentuan yang disebutkan dalam pasal 4 ayat 9 Perjanjian Waralaba P.T. Kota Jaya Malang:

“Tidak diperbolehkan menjual produk selain bakso beserta variannya yang dikategorikan dan diindikasikan atau patut diduga sebagai makanan-minuman yang tidak halal dan dilarang oleh Pemerintah”.

Selain itu juga melakukan pelayanan yang tidak sesuai dengan standar operasional dalam sistem waralaba di P.T. Kota Jaya Malang. Wanprestasi ini pernah terjadi di kota Malang 1 (satu) *franchisee* dan di kota Surabaya 1 (satu) *franchisee*.

Jadi dari tahun 2010 hingga 2011 wanprestasi keterlambatan hingga tidak dibayarnya *royalty fee* ada sebanyak 62,5% (enam puluh dua koma lima persen), wanprestasi pemindahan tempat usaha tanpa izin dari pihak pertama (*franchisor*) ada sebanyak 12,5% (dua belas koma lima persen), dan wanprestasi mengenai hal-hal yang tidak sesuai ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba ada sebanyak 25% (dua puluh lima persen)

C. Akibat Hukum Pemutusan Perjanjian Waralaba Oleh *Franchisor* Terhadap *Franchisee* Yang Wanprestasi

P.T. Kota Jaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan. Makanan yang dijual di P.T. Kota Jaya merupakan makan yang dapat langsung disajikan. Dengan nama dagang Bakso Kota Cak Man, perusahaan ini sangat diminati oleh semua kalangan karena bakso merupakan makanan yang murah meriah. Selain itu cita rasa yang diberikan oleh pemilik Bakso Kota Cak Man sangat cocok dengan lidah masyarakat Indonesia.

Sejak berdiri hingga saat ini P.T. Kota Jaya telah mempunyai 68 penerima waralaba yang tersebar diseluruh negara Indonesia. Jenis waralaba yang dikembangkan oleh P.T. Kota Jaya adalah jenis waralaba format bisnis yaitu suatu jenis waralaba dimana penerima waralaba memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam suatu wilayah atau lokasi yang spesifik dengan menggunakan standar operasional dan pemasaran⁵⁹. Dalam sistem waralaba ini, penerima waralaba harus mengerti akan kiat-kiat penting dalam menjalankan kegiatan usaha waralaba karena keberhasilan dan berkembangnya usaha waralaba ini tergantung dari bagaimana penerima waralaba mampu mengelola usaha tersebut dengan baik dan benar sehingga tidak hanya menjalankan usaha waralaba sesuai dengan perintah pemberi

⁵⁹ Juanjir Sumardi, *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*, P.T. Citra Aditya, Bandung, 1995, hal.22

waralaba tetapi pihak penerima waralaba dapat menjalankan usaha waralaba itu dengan inovasi dan hal-hal yang baru yang lebih kreatif. Jadi kegiatan waralaba ini dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak yaitu *franchisor* dan *franchisee*. Dalam

menjalankan kegiatan usaha waralaba tidak menutup kemungkinan akan terjadinya suatu masalah atau sengketa antara pemilik waralaba P.T. Kota Jaya Malang dengan pihak penerima waralaba. Pada P.T. Kota Jaya Malang sengketa yang sering muncul adalah terlambatnya pembayaran *royalty fee* hingga tidak dibayarnya *royalty fee* sama sekali oleh penerima waralaba; penerima waralaba juga memindahkan tempat usaha yang seharusnya telah disepakati di perjanjian letak lokasi pertama kegiatan usaha tersebut dikelola ketempat lain tanpa persetujuan secara tertulis dari pemberi waralaba; selain itu, penerima waralaba melakukan hal-hal yang tidak sesuai dengan ketentuan yang diatur dalam sistem waralaba yang dapat merusak nama merek pemberi lisensi waralaba (*franchisor*).

Sebelum diambilnya keputusan dalam pengakhiran perjanjian waralaba, P.T. Kota Jaya Malang akan memberikan surat peringatan. Dimana surat peringatan ini merupakan pemberitahuan kepada pihak penerima waralaba agar dapat beritikad baik untuk memenuhi kewajiban-kewajibannya kepada pihak pemberi waralaba⁶⁰.

1. Mengirimkan Surat Peringatan I pada pihak Penerima Waralaba

Surat Peringatan yang diberikan oleh PT. Kota Jaya ini berisi mengenai sengketa yang terjadi antara pihak pemilik waralaba dengan pihak penerima waralaba. Surat peringatan ini juga menjelaskan kembali mengenai kewajiban dari *franchisee* sesuai dengan perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama. Jika surat peringatan tersebut diabaikan atau tidak

⁶⁰ Hasil wawancara dengan Novi Ayu Siswanty, Staff Keuangan Di P.T. Kota Jaya Malang, tanggal 24 Mei 2011. Disini Novi Ayu Siswanty menjelaskan isi dari perjanjian waralaba Bakso Kota Cak Man mengenai upaya untuk mengatasi wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee*.

mendapatkan tanggapan yang berarti bagi pihak penerima waralaba maka pihak pemberi waralaba akan melakukan upaya kedua dalam melaksanakan penyelesaian sengketa tersebut.

2. Mengirimkan Surat Peringatan II

Surat peringatan kedua ini menjelaskan akan kesalahan atau kelalaian yang dilakukan oleh penerima waralaba yang melanggar isi dari perjanjian yang telah disepakati bersama. Selain itu, pihak pemberi waralaba juga menjelaskan didalam surat peringatan tersebut bahwa pihak penerima waralaba tidak ada itikad baik untuk menanggapi atau merespon atas teguran yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba berupa surat peringatan I yang telah dikirimkan sebelum adanya surat peringatan II ini. Dan jika surat peringatan kedua ini juga tidak ditanggapi oleh *franchisee* maka *franchisor* akan melakukan upaya ketiga.

Dari setiap perjanjian harus dilaksanakan dengan itikad baik, jika terlaksana dengan itikad baik tentunya tidak akan terjadi kelalaian dan/atau pelanggaran yang dapat merugikan salah satu pihak didalam perjanjian tersebut. Di pasal 9 dalam Perjanjian Waralaba antara P.T. Kota Jaya Malang dengan *franchisee*, menyebutkan:

“Selain apa yang diatur dalam pasal 5 (tidak melaksanakan kewajiban pembayaran *Royalty fee*) perjanjian ini, pihak kesatu berhak memutuskan hubungan kerjasama ini tanpa keputusan hakim, apabila pihak kedua tidak dapat memenuhi kewajibannya sebagaimana dimaksud dalam pasal 4 (Kewajiban pihak kedua) tersebut diatas, setelah dilakukan peringatan secara tertulis oleh pihak kesatu sekurang-kurangnya 2 (dua) kali”.

3. Pihak Pemberi Waralaba mencabut hak waralaba dari pihak Penerima Waralaba

Jadi dengan adanya pernyataan lalai yang diberikan oleh pihak pemberi waralaba kepada pihak penerima waralaba, maka menyebabkan pihak penerima waralaba dalam keadaan wanprestasi, bila ia tidak mengindahkan pernyataan lalai tersebut. Pernyataan lalai sangat diperlukan karena akibat wanprestasi tersebut adalah sangat besar baik bagi kepentingan pihak

pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. Dalam perjanjian telah ditentukan di dalam isi perjanjian itu sendiri, hak dan kewajiban para pihak serta sanksi yang ditetapkan apabila pihak penerima waralaba tidak menepati waktu atau pelaksanaan perjanjian. Pihak yang wanprestasi memiliki kewajiban untuk membayar ganti rugi kepada pihak yang menderita kerugian.

Namun pada kenyataannya, dalam kasus di P.T. Kota Jaya Malang, tuntutan berupa pemenuhan perikatan serta ganti rugi yang diharapkan tidak pernah terlaksana sebagaimana mestinya, hingga terjadinya pemutusan perjanjian waralaba. Akibat wanprestasi ini sangat merugikan pihak pemberi waralaba karena dari kelalaian dan/atau pelanggaran yang diperbuat oleh *franchisee* ini mengakibatkan adanya pemutusan perjanjian waralaba. Dari pemutusan perjanjian sebelum waktu berakhirnya ini mempunyai akibat hukum yaitu:

1. Berakhirnya perjanjian sehingga berhentilah semua hak dan kewajiban masing-masing pihak, dimana pihak yang dirugikan yaitu *franchisor* dapat menuntut haknya dimuka pengadilan atas wanprestasi yang dilakukan oleh *franchisee* sehingga pihak yang merugikan pihak lainnya ini mendapatkan sanksi yang sesuai atas perbuatannya. Hak untuk menuntut penggantian kerugian yang diderita oleh *franchisor* yaitu berupa:
 - a. Pelunasan pembayaran *royalty fee*;
 - b. Ganti rugi atas kelalaian dan/atau pelanggaran yang diperbuat *franchisee* selama menjalankan bisnis waralaba.
2. Dari berakhirnya perjanjian waralaba ini, masih ada pihak penerima waralaba yang melakukan kegiatan yang sejenis, serupa atau apa saja yang bisa menjadi pesaing secara

langsung maupun tidak langsung terhadap penjualan bakso beserta variannya yang dimiliki oleh/ dibawah merek dagang “BAKSO KOTA CAK MAN” yang merugikan pihak pemberi waralaba.

3. Terhadap nama baik dari pihak pemberi waralaba yaitu Bakso Kota Cak Man, karena reputasi yang dari awal dibentuk oleh pemberi waralaba sangat mempengaruhi kegiatan usahanya dikemudian hari yang sudah dikenal dimasyarakat luas.

Jadi, adanya akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* adalah karena akibat-akibat yang timbul disebabkan adanya perbuatan yang dilanggar oleh *franchisee*.

D. Upaya Yang Dilakukan *Franchisor* Untuk Memperoleh Ganti Rugi Akibat Pemutusan Perjanjian Waralaba Terhadap *Franchisee* Yang Wanprestasi

Pada pembahasan diatas telah dijelaskan mengenai akibat hokum dari pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi. Dari akibat hukum yang timbul itulah menyebabkan Bakso Kota Cak Man berusaha untuk mengatasi kerugian yang diperbuat oleh *franchisee* dengan upaya untuk memperoleh ganti kerugian tersebut yaitu dengan menggugat *franchisee* melalui:

a. Jalur Non Litigasi

Akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi, pemberi waralaba menyelesaikan permasalahannya lebih berpegang pada sifat kekeluargaan. Disini *franchisor* lebih memberikan kesempatan kepada *franchisee* untuk menyelesaikan permasalahannya dan menunggu itikad baik pihak penerima waralaba untuk menjalankan kewajibannya tapi jika dalam penyelesaian permasalahan tersebut ternyata *franchisee* tidak mampu untuk melaksanakannya maka *franchisor* selaku pemilik merek Bakso

Kota Cak Man akan melakukan penyelesaian permasalahan dengan jalur mediasi dimana penyelesaian sengketa ini diselesaikan melalui bantuan pihak ketiga yang akan memberikan nasihat dari permasalahan itu yang dilakukan dengan jalan musyawarah/mufakat atau mempertemukan kedua belah pihak yaitu antara pihak pemberi waralaba dengan pihak penerima waralaba sehingga diperoleh penyelesaian dengan kata damai. Dimana pihak pemberi waralaba dapat memperoleh haknya berupa uang ganti rugi atas kelalaian dan/atau pelanggaran yang dilakukan oleh pihak penerima waralaba.

b. Jalur Litigasi

Upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan (Litigasi) adalah upaya penyelesaian sengketa dimana para pihak berusaha menyelesaikan sengketa melalui proses pengadilan. Jika dari upaya jalur non litigasi ini tidak berhasil dan pihak penerima waralaba masih tidak melaksanakan kewajibannya dan tetap melakukan kelalaian dan/atau pelanggaran setelah berakhirnya perjanjian, maka pihak pemberi waralaba yaitu P.T. Kota Jaya Malang akan mengambil keputusan dengan menyelesaikan permasalahan itu dengan jalur litigasi. Dalam Pasal 12 Perjanjian Waralaba antara P.T. Kota Jaya Malang dengan *franchisee*, menjelaskan mengenai:

“Pada akhirnya mengenai perjanjian ini segala akibatnya, para pihak menyatakan memilih tempat kedudukan yang tetap di Kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri di Malang”

Upaya penyelesaian sengketa melalui pengadilan ini merupakan upaya terakhir yang dilakukan oleh P.T. Kota Jaya Malang, jika jalur non litigasi yang ditempuhnya tidak dapat diselesaikan secara musyawarah dan mufakat sehingga ke dua belah pihak sepakat dan setuju untuk menyelesaikannya dengan memilih domisili di Pengadilan Negeri. Dalam kontrak yang dibuat

oleh para pihak, telah ditentukan tempat penyelesaian sengketa, namun dalam kenyataannya dimasyarakat dan *franchisor* sendiri selaku pemilik merek Bakso Kota Cak Man peraturan tersebut tidak berlaku karena penyelesaian dengan jalur non litigasi sudah dapat menyelesaikan sengketa antara *franchisor* dengan *franchisee*. Disini *franchisor* sudah mendapatkan haknya berupa pelunasan pembayaran *royalty fee* meskipun *franchisee* harus melunasinya dengan cara mengangsur setiap bulan kepada *franchisor*, selain itu *franchisee* juga telah mengganti kerugian yang diderita oleh *franchisor* dari kelalaian dan/atau pelanggaran yang telah diperbuat oleh *franchisee*. Penyelesaian sengketa melalui jalur non litigasi sudah memberikan hasil yang diharapkan oleh *franchisor*, sehingga tidak diperlukan lagi penyelesaian sengketa melalui jalur litigasi karena penyelesaian sengketa melalui pengadilan membutuhkan biaya yang tidak sedikit dan memerlukan waktu yang panjang dalam penyelesaiannya sehingga P.T. Kota Jaya Malang sampai saat ini hanya menyelesaikan sengketa sampai jalur non litigasi saja⁶¹. Dengan demikian dapatlah dikatakan bahwa hal-hal yang bersifat formal dan prosedural tidaklah selamanya sesuai dengan tuntutan perkembangan masyarakat terlebih yang berhubungan dengan kegiatan - kegiatan yang bersifat ekonomis. Jadi pada dasarnya penyelesaian sengketa dengan jalur non litigasi atau dengan musyawarah adalah cara penyelesaian yang lebih baik mengingat waralaba merupakan usaha kerjasama antara para pihak yang dapat saling menguntungkan, sudah selayaknya dapat diselesaikan dengan baik juga, sedangkan penyelesaian dengan jalur litigasi atau dengan melalui pengadilan dapat mempengaruhi reputasi atau nama baik kedua belah pihak, dalam untuk mendapatkan keputusan.

⁶¹ Hasil wawancara dengan H. Abdul Rachman Tukiman, Direktur P.T. Kota Jaya Malang, 21 Mei 2011.

BAB V

PENUTUP

Berdasarkan uraian atau pembahasan terhadap hasil penelitian sebagaimana dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

A. KESIMPULAN

1. Akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba oleh *franchisor* terhadap *franchisee* yang wanprestasi yaitu berupa hapusnya segala hak dan kewajiban *franchisee* sehingga timbulnya hak bagi *franchisor* untuk menuntut penggantian atas kerugian yang dideritanya berupa pelunasan *royalty fee* dan ganti rugi. Selain itu, dari berkahirnya hak *franchisee* ini masih ada pihak penerima waralaba yang masih melakukan kegiatan sejenis, serupa dan masih menggunakan sistem waralaba dari *franchisor* serta akibat hukum pemutusan perjanjian waralaba ini mempengaruhi nama baik pihak pemberi waralaba yaitu Bakso Kota Cak Man.
2. Upaya yang dilakukan *franchisor* untuk memperoleh ganti rugi akibat pemutusan perjanjian waralaba, dengan melalui jalur non litigasi yaitu dengan musyawara/mufakat untuk memperoleh kata damai dan melalui jalur non litigasi ini berhasil dilakukan oleh *franchisor* (P.T. Kota Jaya Malang) dalam memperoleh haknya berupa pelunasan pembayaran *royalty fee* dan uang ganti rugi atas kelalaian dan/atau pelanggaran yang dilakukan oleh *franchisee*.

B. SARAN – SARAN

1. Untuk Pemerintah

Selaku pengawas dan pemantau jalannya pembuatan perjanjian waralaba hendaknya lebih ketat dalam mengoreksi dan mencermati isi dari perjanjian waralaba yang telah disepakati bersama oleh para pihak tersebut guna tidak ada salah satu pihak yang dirugikan dari kesepakatan perjanjian waralaba tersebut. Salah satunya ketentuan mengenai jaminan ganti rugi dari setiap kelalaian dan/atau pelanggaran dalam perjanjian waralaba harusnya diatur dalam pasal tersendiri agar lebih jelas lagi, sehingga penyelesaian dan ganti rugi yang diberikan dapat lebih maksimal. Sebagai contoh dalam melakukan langkah-langkah preventif seperti pembuatan kontrak yang mudah dipahami, meminimalkan celah-celah hukum (*loopholes*) dari kontrak perjanjian yang bisa digunakan secara sepihak, dan adanya mekanisme kontrol yang memadai.

2. Untuk Para Pihak

Mengenai pelaksanaan perjanjian bisnis waralaba, untuk menghindari terjadinya sengketa antara *franchisor* dengan *franchisee*, disini *franchisor* harus melakukan seleksi ketat terhadap para *franchisee* yang benar-benar telah terqualifikasi dengan baik (tidak hanya sekedar modal), tetapi juga dari penerima waralaba itu sendiri harus memiliki jiwa bisnis yang baik dan memahami kiat-kiat suksesnya menjalankan bisnis waralaba tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ali, Zainuddin. 2003. *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Aswar, Saifudin. 2003. *Metode Penelitian*. Pustaka Pelajar.
- Black's Law Dictionary.1990. *Sixth Edition*. Minn West Publishing Co.
- Dirdjosisworo, Soedjono. 2003. *Pengantar Ilmu Hukum*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Fuady, Munir. Buku Pertama. *Hukum Kontrak Dari Sudut Pandang Hukum Bisnis*. PT. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- _____. 1997. *Pembiayaan Perusahaan Masa Kini (Tinjauan Hukum Bisnis)*. Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Haliem, Barly. *Mengembangkan Bisnis Tanpa Modal*. Kontan.
- Harahap, Yahya. 1986. *Segi-segi Hukum Perjanjian*. PT. Alumni. Bandung.
- H.S.,Salim. 2003.*Hukum Kontrak:Teori dan Teknik Penyusunan Kontrak*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Moelong, J. 1988. *Metode Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Muhammad, Abdulkadir. 1982. *Hukum Perikatan*. Alumni. Bandung.
- _____. 1990. *Hukum Perikatan*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung.
- _____. 1990. *Hukum Perdata Indonesia*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung.
- Naja, Daeng. 2009. *Pengantar Hukum Bisnis Indonesia*. Pustaka Yustisia. Yogyakarta.
- Simatupang, Richard. 1992. *Aspek-aspek Hukum dalam Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta
- Soeroso, R. *Pengantar Ilmu Hukum*. Sinar Grafika. Jakarta.
- Subekti, R. 1987. *Hukum Perjanjian*. Intermedia. Jakarta.
- _____. 2000. *Hukum Perjanjian*. Intermedia. Jakarta

Sumardi, Juanjir. 1995. *Aspek-aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. PT Citra Aditya Bakti. Bandung.

Sunggono, Bambang. 1998. *Metode Penelitian Hukum*. Raja Grafindo. Jakarta.

Syafa'at, Rachmad. 2006. *Advokasi Dan Pilihan Penyelesaian Sengketa*. Argitek YPN. Malang.

Waluyo, Bambang. 2002. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Sinar Grafika. Jakarta.

Widjaja, Gunawan. 2004. *Lisensi atau Waralaba*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

_____. 2001. *Seri Hukum Bisnis Lisensi atau Waralaba*. Rajawali Press. Jakarta.

_____. 2001. *Alternatif Penyelesaian Sengketa*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Perturan Perundang-undangan:

Kitab Undang-Undang Hukum Perdata

Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba

Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 12/M-DAG/PER/3/2006 Tentang Ketentuan Dan Tata Cara Penerbitan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba

Makalah:

Hardjowidagdo, Rooseno. *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*. Makalah

Sumber Internet:

Muliana, Rohaya, 2011. *Makalah Franchise*. <http://www.google.com>. Diakses tanggal 12 Februari 2011.

Pengertian *Franchise* Dari Berbagai Negara. 2011. <http://www.waralaba.com>. Diakses tanggal 20 Februari 2011.

P.T. Kota Jaya, *Prospektif Dan Menguntungkan Sevagai Franchisee “Bakso Kota Cak Man”*.

<http://www.bakso-cakman.com>. Diakses tanggal 21 Mei 2011.

P.T. Kota Jaya. *Job Description*. <http://www.bakso-cakman.com>. Diakses tanggal 21 Mei 2011.

