

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dunia usaha saat ini semakin bergerak dinamis. Hal ini menuntut pelaku usaha untuk selalu mencari terobosan-terobosan baru dalam mengembangkan usahanya. Warren J. Keegen dalam bukunya *Global Marketing Management* mengatakan bahwa para pengusaha yang bermaksud mengembangkan usahanya secara internasional dapat melakukan beberapa macam pilihan cara, dari yang paling sederhana hingga yang paling kompleks, diantaranya melakukan pewaralabaan (*franchising*)¹. Kelahiran waralaba di Amerika Serikat ditandai ketika perusahaan mesin jahit *Singer* mulai memperkenalkan konsep *franchising* sebagai suatu cara untuk mengembangkan distribusi produknya kurang lebih satu abad yang lalu. Demikian pula perusahaan-perusahaan bir yang memberikan lisensi kepada perusahaan kecil sebagai upaya mendistribusikan produk mereka.

Sistem ini pula yang melahirkan restoran McDonald yang mempunyai sistem yang berbeda dan membawa pengaruh yang besar dalam sistem *franchise* selanjutnya. Konsep yang dibawa McDonald adalah dengan menstandarisasi seluruh kegiatannya termasuk desain produk, interior, dan eksterior, serta seragam pegawai dimana sistem ini yang disebut bisnis format *franchise*.² *Franchise* dapat berkembang dengan pesat karena metode pemasaran dan juga sarana pengembangan usaha ini digunakan oleh

¹ Gunawan Widjaja, **Waralaba**, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2001, hlm 1.

² Moch. Basarah & M. Faiz Mufidin, **Bisnis Franchise dan Aspek-Aspek Hukumnya**, Citra Aditya Bakti, Bandung, 2008, hlm 11-12.

berbagai jenis bidang usaha, mulai restoran, bisnis retail, salon rambut, *photo*, hotel, *dealer* mobil, dan sebagainya.³

Franchise dalam praktik dunia bisnis telah cukup lama dikenal secara internasional. Meskipun secara yuridis baru diatur di Indonesia pada tahun 1997 dengan dikeluarkannya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tanggal 18 Juni 1997 tentang Waralaba, serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba. Dan kemudian telah dirubah dengan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 42 Tahun 2007 Tentang Waralaba, serta Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia Nomor: 31/MDAG/PER/8/2008 tentang Penyelenggaraan Waralaba. Adanya peraturan tersebut memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan waralaba⁴.

Istilah *franchise* di Indonesia dialih-bahasakan menjadi Waralaba. Waralaba berasal dari kata 'wara' artinya lebih dan 'laba' yang artinya untung. Dalam kamus besar bahasa Indonesia waralaba berarti hak kelola atau hak pemasaran.⁵ Adrian Sutedi berpendapat bahwa 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.⁶ Perjanjian waralaba meliputi kiat-kiat bisnis berupa metode-metode dan prosedur pembuatan, penjualan, dan pelayanan yang dilakukan oleh

³ Peni Rinda Listyawati, **Perjanjian Franchise sebagai Perjanjian Innominaat dalam Pandangan Hukum Perdata**, Jurnal Hukum, Volume XVII, Fakultas Hukum Universitas Islam Sultan Agung, Semarang, 2006, hlm 186.

⁴ Adrian Sutedi, **Hukum Waralaba**, Ghalia Indonesia, Bogor, 2008, hlm 22.

⁵ www.kamusBahasaIndonesia.org, diakses tanggal 16 Oktober 2015

⁶ Rooseno Hardjowidigdo, **Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise, Makalah Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi**, BPHN, Jakarta, 1993, hlm 5.

Pemberi Waralaba dan juga memberikan bantuan dalam periklanan dan promosi serta pelayanan konsultasi.⁷

Sedangkan Peraturan Pemerintah No. 42 Tahun 2007 tentang Waralaba memberikan definisi Waralaba sebagai berikut:

“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.”

Perjanjian waralaba atau *franchise* berbentuk perjanjian *standard* atau baku. Perjanjian baku adalah perjanjian yang ditentukan secara apriori oleh salah satu pihak. Dengan demikian isi perjanjiannya hanya ditentukan oleh salah satu pihak saja. Pihak lainnya hanya dapat memilih untuk menerima atau menolak perjanjian tersebut tanpa ikut menentukan isinya.⁸ Pembuatan perjanjian *franchise* ini penting dalam suatu proses kerja sama bisnis, mengingat dalam perjanjian tersebut akan dituangkan segala sesuatu yang menyangkut penyelenggaraan kerja sama dan menjadi undang-undang bagi para pihak yang membuatnya. Dalam hal ini hubungan antara pemberi waralaba (*franchisor*)⁹ dan penerima waralaba (*franchisee*)¹⁰ merupakan suatu hubungan timbal balik. Di satu sisi, *franchisor* memberi bantuan kepada *franchisee* dan di sisi lain *franchisee* memberi keuntungan/royalti kepada *franchisor* sehingga keduanya saling bekerja sama dalam meningkatkan pemasaran produknya di tengah masyarakat.

Perjanjian waralaba merupakan landasan legal yang berlaku sebagai undang-undang dalam mengoperasionalkan hubungan yang telah disepakati dan merupakan landasan untuk menjaga kepentingan *franchisor* maupun *franchisee*. Adanya

⁷ Moch. Basarah & M. Faiz Mufidin, op.cit. hlm. 34.

⁸ Siti Malikhatus Badriyah, **Perlindungan Hukum Terhadap Pihak Adherent Dalam Perjanjian Baku**, Majalah Ilmiah, Vol. XXX NO. 1, Fakultas Hukum Universitas Diponegoro, Semarang, 2001, hlm 39.

⁹ *Franchisor* atau pemberi waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang memberikan hak untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimilikinya kepada Penerima Waralaba (Pasal 3 PP No. 42 Tahun 2007)

¹⁰ *Franchisee* atau Penerima Waralaba adalah orang perseorangan atau badan usaha yang diberikan hak oleh Pemberi Waralaba untuk memanfaatkan dan/atau menggunakan Waralaba yang dimiliki Pemberi Waralaba (Pasal 4 PP No. 42 Tahun 2007)

perjanjian tersebut memberikan pula perlindungan hukum terhadap pelaksanaan hak dan kewajiban masing-masing pihak. Dengan pelaksanaan hak dan kewajiban tersebut, para pihak juga akan mendapat kepastian hukum.

Perjanjian mitra dalam waralaba dipandang sebagai salah satu aspek perlindungan hukum kepada para pihak dari perbuatan merugikan pihak lain, termasuk dalam hal bilamana terjadi kesalahan dari suatu pihak yang menimbulkan kerugian kepada pihak lain. KUH Perdata dalam pasal 1267 menegaskan bahwa:

“Pihak terhadap siapa perikatan tidak dipenuhi dapat memilih apakah ia jika hal itu masih dapat dilakukan, akan memaksa pihak yang lain untuk memenuhi perjanjian, atautkah ia akan menuntut pembatalan perjanjian, disertai penggantian biaya kerugian dan bunga.”

Berdasarkan rumusan pasal tersebut, ditegaskan aturan keharusan mengganti kerugian bagi pihak yang tidak memenuhi perjanjian sebagaimana mestinya. Jika dikaitkan dengan perjanjian waralaba, hal ini berarti aturan tersebut juga berlaku untuk kedua pihak tanpa melihat kedudukan *franchisor* yang lebih tinggi daripada *franchisee*. Seharusnya kerugian tidak hanya dibebankan kepada *franchisee* saja. Namun dalam perjanjian waralaba sangat jarang ditemui pembagian risiko kerugian antara *franchisor* dan *franchisee*. Padahal dalam hal tertentu, dapat saja terjadi kerugian yang bukan disebabkan kesalahan *franchisee*, misalnya akibat keterlambatan pasokan barang oleh *franchisor* hingga mempengaruhi menurunnya jumlah *customer*. Dalam hal ini *franchisee* tidak dapat disalahkan. Oleh karena itu pembagian risiko kerugian ini menjadi penting untuk menentukan kerugian mana yang harus ditanggung oleh suatu pihak.

Namun dalam kenyataannya, hal ini sulit terlaksana mengingat perjanjian waralaba adalah perjanjian baku sebagaimana yang telah dijelaskan di atas. Sehingga hal tersebut pula yang memberikan kedudukan *franchisor* lebih tinggi daripada *franchisee*. Sedangkan kedudukan *franchisee* begitu rentan terhadap perlakuan

franchisor. *Franchisor* cenderung hanya mementingkan kepentingannya sendiri dan mengatur klausul-klausul yang menguntungkan dirinya. Selain itu *franchisor* lebih banyak mengadopsi klausul risiko kerugian dalam klausul wanprestasi. Padahal ada kalanya kerugian tersebut bukan diakibatkan oleh *franchisee* sebagaimana yang telah disebutkan di atas. *Franchisee* dalam hal ini menjadi kurang mendapat perlindungan hukum, karena jika terjadi konflik antara *franchisee* dengan *franchisor*, maka penyelesaiannya kembali tertuju kepada aturan dalam perjanjian waralaba yang telah disepakati. Sedangkan perjanjian waralaba jarang mengatur pembagian risiko kerugian, hanya pembagian keuntungan. Padahal perjanjian waralaba menjadi dasar hukum yang kuat untuk menegakkan perlindungan hukum bagi para pihak yang terlibat dalam sistem waralaba.

Hal tersebut tentunya tidak sesuai dengan asas keadilan. Padahal hukum berfungsi untuk menciptakan keadilan bagi setiap subjek hukum. Perjanjian waralaba pun dituntut memberikan rasa adil bagi para pihak. Selain itu perjanjian *franchise* ini pengaturannya masih terbatas dan sangat minim yang hanya di atur dalam peraturan pemerintah, belum ada undang-undang yang mengaturnya. Hal ini perlu kajian lebih lanjut mengingat sekarang ini bisnis *franchise* semakin menjamur dikalangan masyarakat dan bisnis melalui sistem *franchising* ini selalu berkembang secara dinamis sesuai perkembangan dunia usaha.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk mengkaji dan menganalisis pembagian risiko kerugian dalam penulisan hukum yang berjudul “ANALISIS YURIDIS KETIADAAN KLAUSULA PEMBAGIAN RISIKO KERUGIAN DALAM PERJANJIAN WARALABA (*FRANCHISE*)”.

Terdapat beberapa karya ilmiah yang mempunyai pokok bahasan yang sama dengan yang dilakukan oleh penulis, hal ini dapat diketahui dalam tabel berikut:

Tabel 1. Orisinalitas Penelitian

No.	Nama	Fakultas/ Universitas	Judul	Pokok Bahasan	Pembeda
1.	Mayang Sari	Fakultas Hukum/ Universitas Andalas Padang (2011)	“Pelaksanaan Perjanjian Waralaba (<i>Franchise Agreement</i>) Di Bidang Pendidikan (Studi Lembaga Bimbingan Belajar Primagama Quantum Kids Cabang Saleh Padang)”	Penelitian ini berfokus pada pelaksanaan perjanjian waralaba di bidang pendidikan pada Primagama Quantum Kids Cabang Raden Saleh Padang, hak dan kewajiban para pihak serta bentuk-bentuk wanprestasi dan upaya penyelesaian yang dapat dilakukan para pihak.	Perbedaan yang paling jelas antara penulis dengan Mayang adalah pokok bahasan. Penulis mengkaji pembagian risiko kerugian sedangkan Mayang mengkaji pelaksanaan perjanjian waralaba Primagama Quantum Kids. Selain itu jenis penelitian Mayang adalah yuridis empiris, sedangkan penulis menggunakan yuridis normatif.
2.	Muhammad Yusuf	Fakultas Hukum/ Universitas Sebelas Maret Surakarta (2009)	“Tinjauan Konsep Bisnis Waralaba (<i>Franchise</i>) Berdasarkan Ketentuan Hukum Islam”	Penelitian ini berfokus pada konsep bisnis waralaba (<i>franchise</i>) ditinjau dari perspektif hukum Islam serta	Perbedaan yang paling jelas antara penulis dengan Yusuf adalah sudut pandang penelitian. Yusuf menekankan pada ketentuan Hukum Islam, sedangkan

				konsep hukum Islam menghadapi laju dinamika Transaksi Bisnis Modern.	peneliti berdasarkan Hukum Positif yang berlaku di Indonesia.
3.	Dathiessa Claudia Horax	Fakultas Hukum/ Universitas Hasanuddin (2013)	“Kajian Sosiologi Hukum Terhadap Keberadaan Waralaba Minimarket Di Kota Makassar”	Penelitian ini berfokus pada dampak keberadaan waralaba minimarket terhadap kehidupan sosial-ekonomi pedagang kelontong di Kota Makassar serta perlindungan terhadap pedagang kelontong atas keberadaan waralaba minimarket di Kota Makassar.	Perbedaan yang paling jelas antara penulis dengan Dathiessa adalah pokok bahasan. Dathiessa lebih menjelaskan dampak keberadaan waralaba sedangkan peneliti lebih kepada pembagian risiko kerugian. Selain itu jenis penelitian Dathiessa adalah yuridis empiris, sedangkan penulis menggunakan yuridis normatif.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan penulis diatas, maka pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaturan klausul pembagian risiko kerugian antara *franchisor* dan *franchisee* apabila terjadi kerugian?
2. Apa asas-asas hukum perjanjian yang dapat dijadikan pedoman untuk mengatur pembagian risiko kerugian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Mengkaji dan menganalisis pengaturan klausul pembagian risiko kerugian antara *franchisor* dan *franchisee* apabila terjadi kerugian.
2. Mengkaji dan menganalisis asas-asas hukum perjanjian yang dapat dijadikan pedoman untuk mengatur pembagian risiko kerugian yang disebabkan oleh kesalahan *franchisor*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini yaitu dapat digunakan sebagai bahan sumbangan pemikiran bagi perkembangan pengetahuan dan keilmuan mengenai hukum, khususnya di bidang hukum perikatan.

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penulisan ini yaitu dapat digunakan sebagai masukan dan referensi dalam menyelesaikan permasalahan perjanjian waralaba.

- 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan kepada masyarakat, baik sebagai *franchisor* maupun sebagai *franchisee*;
- 2) Penelitian ini diharapkan dapat mendorong pemerintah untuk semakin menjamin perlindungan hukum dalam perjanjian waralaba;
- 3) Penelitian ini diharapkan dapat membantu akademisi yang akan melakukan penelitian lanjutan tentang perjanjian waralaba;

- 4) Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan pengetahuan mahasiswa, khususnya tentang hukum perjanjian.

E. Sistematika Penulisan

Penelitian karya ilmiah ini terbagi atas lima bab, yakni:

BAB I PENDAHULUAN, berisi:

- A. Latar Belakang
- B. Rumusan Masalah
- C. Tujuan Penelitian
- D. Manfaat Penelitian
- E. Sistematika Penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA, berisi:

- A. Tinjauan Umum tentang Perjanjian
- B. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Baku
- C. Tinjauan Umum tentang Perjanjian Waralaba (*Franchise*)

BAB III METODE PENELITIAN, berisi:

- A. Jenis Penelitian
- B. Metode Pendekatan
- C. Jenis Bahan Hukum
- D. Sumber Bahan Hukum
- E. Teknik Pengumpulan Bahan Hukum
- F. Teknik Analisis Bahan Hukum
- G. Definisi Konseptual

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, berisi:

- A. Pengaturan Klausul Pembagian Risiko Kerugian Antara *Franchisor* Dan *Franchisee* Apabila Terjadi Kerugian.

B. Asas-Asas Hukum Perjanjian Yang Dapat Dijadikan Pedoman Untuk
Mengatur Pembagian Risiko Kerugian.

BAB V PENUTUP, berisi:

A. Simpulan

B. Saran