

**ANALISIS YURIDIS TENTANG KEDUDUKAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) ANTARA TEORI DAN PRAKTEK
SERTA AKIBAT HUKUM YANG DITIMBULKAN
DI CALIFORNIA FRIED CHICKEN MADIUN**

SKRIPSI



MILIK DPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

Ditujukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi
syarat - syarat untuk menyelesaikan program
studi Ilmu Hukum (SI) dan mencapai
Gelar Sarjana Hukum

Oleh : Dyah Ayu Endro Kuntomo
No. Induk :

S
Klass
346.02
KUN
a

Idaw c.)

Dyah Ayu Endro Kuntomo
NIM. 980710101059

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL RI
UNIVERSITAS JEMBER
FAKULTAS HUKUM
2002

**ANALISIS YURIDIS TENTANG KEDUDUKAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) ANTARA TEORI DAN PRAKTEK
SERTA AKIBAT HUKUM YANG DITIMBULKAN
DI CALIFORNIA FRIED CHICKEN MADIUN**

Oleh :

DYAH AYU ENDRO KUNTOMO JELIF

NIM. 980710101059

Pembimbing

ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.

NIP. 130 889 546

Pembantu Pembimbing

ISWI HARIYANI, S.H.

NIP. 131 759 755

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER

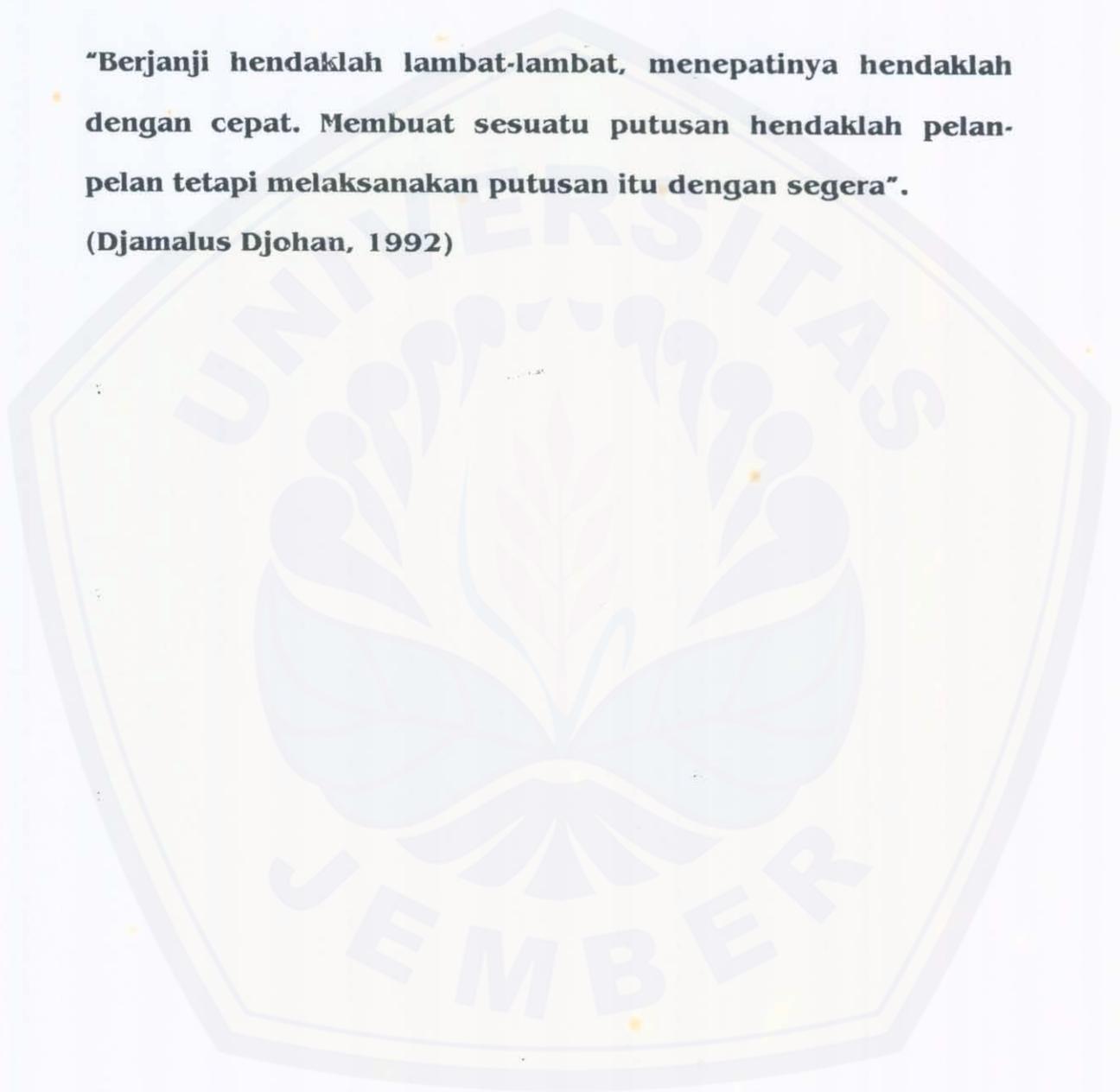
FAKULTAS HUKUM

2002

MOTTO

“Berjanji hendaklah lambat-lambat, menepatinya hendaklah dengan cepat. Membuat sesuatu putusan hendaklah pelan-pelan tetapi melaksanakan putusan itu dengan segera”.

(Djamalus Djohan, 1992)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya kecilku ini sebagai rasa hormat, rasa cinta yang tulus dan terima kasihku kepada :

- 1. Ayahanda dan Ibunda tercinta yang aku banggakan, yang telah memberikan do'a, bimbingan, tauladan, pengayoman, kasih sayang dan pengorbanan lahir batin yang tak terhingga demi keberhasilanku.**
- 2. Almamaterku tercinta.**
- 3. Bapak dan Ibu Guru yang telah banyak memberikan bimbingan, suri tauladan dan ilmu kepadaku.**
- 4. Kakak dan Adikku tercinta yang telah memberikan perhatian, kasih dan sayangnya kepadaku.**
- 5. Seseorang yang telah memberikan nuansa kasih, motivasi, inspirasi, pengorbanan dan semoga menjadi cinta abadi.**

PERSETUJUAN

Dipertahankan di hadapan Panitia Penguji pada :

Hari : Jumat

Tanggal : 22

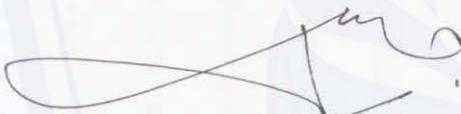
Bulan : November

Tahun : 2002

Diterima oleh Panitia Penguji Fakultas Hukum Universitas Jember

PANITIA PENGUJI

KETUA



SUGIJONO, S.H

NIP. 131 403 358

SEKRETARIS



I WAYAN YASA, S.H.

NIP. 131 832 298

ANGGOTA PANITIA PENGUJI :

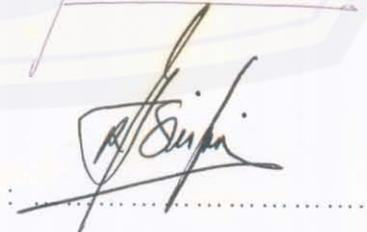
1. ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.

NIP. 130 889 546



2. ISWI HARIYANI, S.H.

NIP. 131 759 755



PENGESAHAN

Disahkan :

Skripsi dengan judul :

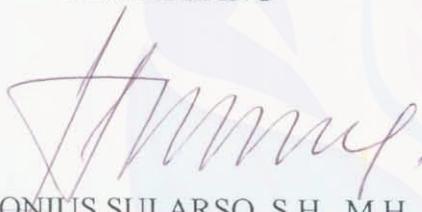
**ANALISIS YURIDIS TENTANG KEDUDUKAN PERJANJIAN
FRANCHISE (WARALABA) ANTARA TEORI DAN PRAKTEK SERTA
AKIBAT HUKUM YANG DITIMBULKAN DI CALIFORNIA FRIED
CHICKEN MADIUN**

Oleh :

DYAH AYU INDRA KUNTOMO

NIM. 980710101059

PEMBIMBING



ANTONIUS SULARSO, S.H., M.H.

NIP. 130 889 546

PEMBANTU PEMBIMBING



ISWI HARIYANI, S.H.

NIP. 131 759 755

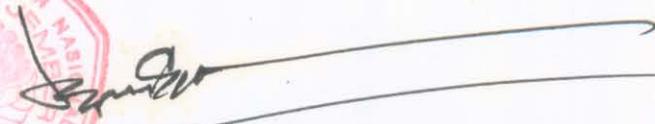
Mengesahkan

DEPARTEMEN PENDIDIKAN NASIONAL

UNIVERSITAS JEMBER

FAKULTAS HUKUM

DEKAN



KOPONG PARON PIUS, S.H., S.U.

NIP. 130 808 985

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT, penulis panjatkan karena berkat limpahan rahmad dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Analisis Yuridis Tentang Kedudukan Perjanjian Franchise (Waralaba) Antara Teori dan Praktek serta Akibat Hukum Yang Ditimbulkan di California Fried Chicken Madiun.**

Adapun penulisan skripsi ini merupakan hasil penelitian di California Fried Chicken Madiun, yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Hukum Universitas Jember.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan ini tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya dukungan dan peran serta berbagai pihak yang secara langsung maupun tidak langsung telah banyak membantu. Untuk itu penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Antonius Sularso, S.H., M.H., selaku Pembimbing yang telah banyak memberikan petunjuk maupun bimbingan serta saran-saran yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Ibu Iswi Hariyani, S.H., selaku Pembantu Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan saran-saran yang bermanfaat dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Sugijono, S.H selaku Ketua Penguji.
4. Bapak I Wayan Yasa, S.H., selaku Sekretaris Penguji dan sebagai Ketua Jurusan Keperdataan.
5. Bapak Kopong Paron Pius, S.H., S.U., selaku Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember.
6. Ibu Y.A. Triana Ohoiwutun, S.H., Selaku Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan selama masa studi penulis.
7. Bapak Echwan Iriyanto, S.H., yang telah memberikan motivasi kepada penulis untuk penulisan skripsi ini.

8. Bapak Sony Hendarto, selaku Pemimpin CFC Madiun, yang telah berbaik hati memberikan izin untuk mengadakan penelitian guna keperluan penulisan skripsi ini.
9. Bapak Hans Sutrisno, selaku Kepala Operasional CFC Madiun yang telah mengorbankan waktu dan tenaganya dalam membantu memberikan data-data yang penulis perlukan.
10. Keluargaku tercinta yang selalu memberikan pengorbanan, semangat, dorongan dan do'a restu yang tidak putus-putusnya.
11. Seseorang yang senantiasa mendampingi, menemani dan selalu mengisi hari-hariku dengan penuh cinta dan kebahagiaan. *You are My Spirit and My Inspiration.*
12. *My best friend*, Wiwik Wiretnowati yang selalu memacu semangatku dan tempat aku berkeluh kesah selama ini. Kamu adalah sahabat terbaik dalam suka dan duka.
13. *My friend in my base camp*, Ari dan Yuning yang telah meramaikan dan mewarnai hari-hariku.
14. *My Top Gank*, Inal, Yoyon, Ivan dan Nikris, tempatku berbagi dan mewarnai hidupku, dan Nikris junior yang telah lama aku tunggu kehadiranmu.
15. Om dan Tante Pujo, serta Dik Via yang dengan tulus ikhlas memberiku kasih sayang dan menerimaku sebagai bagian dari keluarga.
16. Teman-temanku angkatan 98, terima kasih atas persahabatan dan kebersamaan selama ini.
17. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Segala upaya untuk kesempurnaan skripsi ini telah dilakukan, namun demikian kritik, saran dan masukan untuk lebih menyempurnakan skripsi ini tetap diharapkan. Semoga skripsi dapat bermanfaat bagi kita semua.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
RINGKASAN.....	xiii
BAB. I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penulisan.....	4
1.3.1. Tujuan Umum.....	4
1.3.2. Tujuan Khusus.....	4
1.4. Metodologi.....	5
1.4.1. Pendekatan Masalah.....	5
a. Pendekatan Yuridis Normatif.....	5
b. Pendekatan Yuridis Empiris.....	5
1.4.2. Sumber Data.....	5
a. Sumber Data Primer.....	5
b. Sumber Data Sekunder.....	6
1.4.3. Metode Pengumpulan Data.....	6
a. Studi Lapangan.....	6
b. Studi Kepustakaan.....	6
1.4.4. Analisis Data.....	6

BAB. II. FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI.

2.1 Fakta.....	8
2.2 Dasar Hukum	10
2.3 Landasan Teori.....	11
2.3.1 Pengertian Perjanjian	11
2.3.2 Pengertian Franchise, Franchisor dan Franchisee.....	14
2.3.3 Bentuk-bentuk Franchise.....	16
2.3.4 Munculnya Usaha Franchise	18
2.3.5 Perjanjian Franchise	21
a. Unsur Perjanjian Franchise	21
b. Asas Perjanjian Franchise	23
c. Saat Lahirnya Perjanjian Franchise.....	26
d. Berlakunya Perjanjian Franchise.....	28

BAB. III PEMBAHASAN

3.1 Kedudukan Perjanjian Franchise Dalam Hukum Perjanjian Indonesia.....	30
3.2 Analisis Antara Teori dan Praktek Dalam Perjanjian Franchise dan Akibat Hukum Yang Di Timbulkan (Studi di California Fried Chicken (CFC) Madiun).....	34
3.2.1 Para Pihak dan Kedudukannya Dalam Perjanjian Franchise.....	34
3.2.2 Syarat/Klausula Yang Tercantum Dalam Perjanjian Franchise.	37
3.2.3 Akibat Hukum Yang Timbul Dalam Perjanjian Franchise.....	45
3.3 Perlindungan Hukum Yang Dapat Diperoleh Franchisee Terhadap Tindakan Sepihak Yang Dilakukan Oleh Franchisor	57

BAB. IV. KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan.....	62
4.2 Saran.....	64

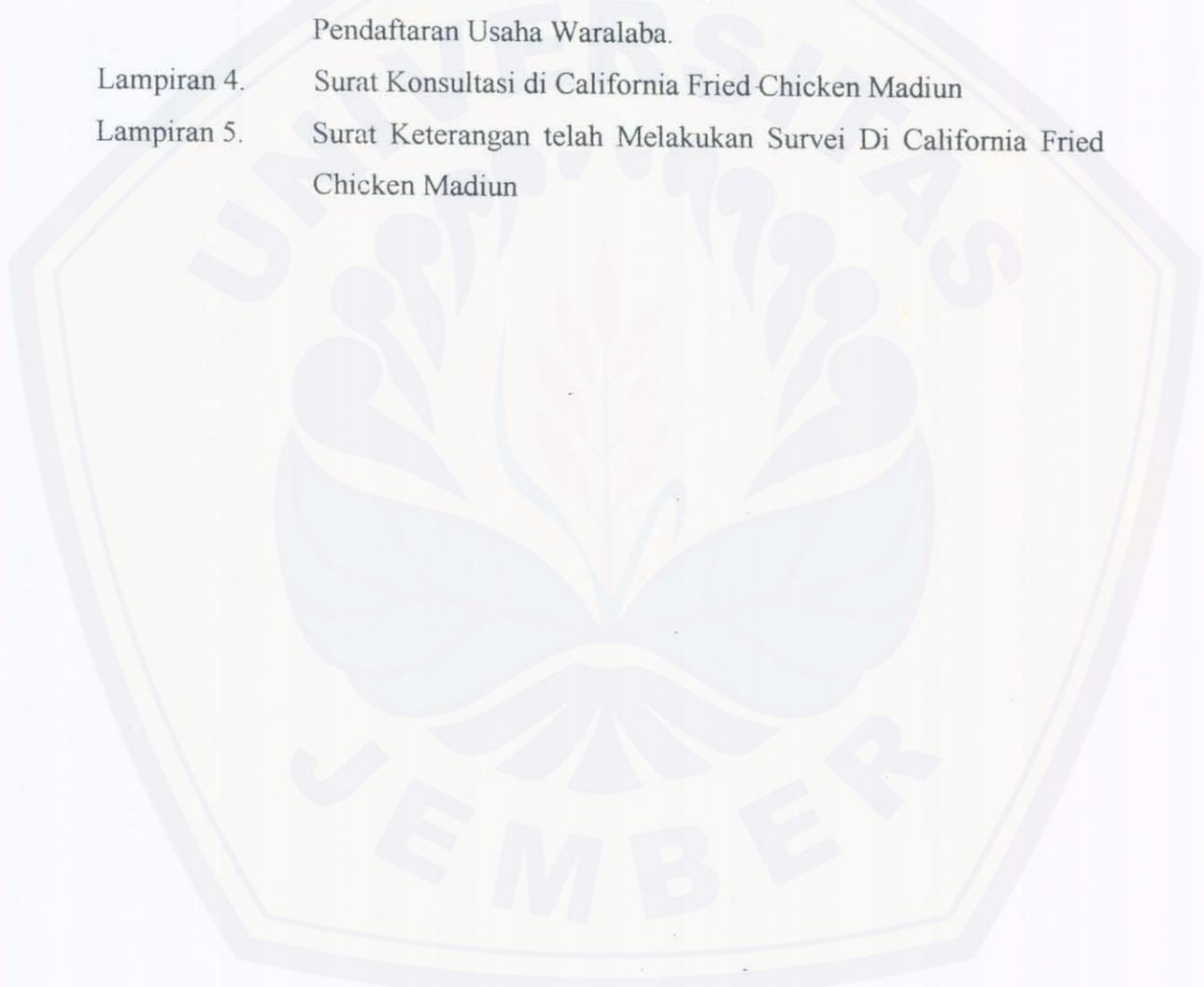
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN



DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Surat Perjanjian Franchise California Fried Chicken Madiun
- Lampiran 2. Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba
- Lampiran 3. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba.
- Lampiran 4. Surat Konsultasi di California Fried Chicken Madiun
- Lampiran 5. Surat Keterangan telah Melakukan Survei Di California Fried Chicken Madiun



RINGKASAN

JUDUL : Analisis Yuridis Tentang Perjanjian Franchise (Waralaba) Antara Teori Dan Praktek Serta Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Di California Fried Chicken Madiun.

Franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri pengenal bisnis dibidang perdagangan dan 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. *Franchise* ini juga merupakan sistem pemasaran barang dan jasa yang melibatkan dua pihak yaitu *franchisee* dan *franchisor*. Hubungan kerjasama ini dituangkan dalam suatu perjanjian *franchise*. Setiap perjanjian yang dibuat para pihak adakalanya menimbulkan kesalahpahaman, baik mengenai pengertian atau interpretasi hal-hal yang diperjanjikan ataupun segi pelaksanaannya, yang kesemuanya itu dapat menimbulkan perselisihan diantara para pihak yang membuat perjanjian, sehingga timbul sengketa ataupun klaim satu terhadap lainnya. Sengketa yang timbul dari suatu kerjasama *franchise* pada umumnya timbul karena salah satu pihak melakukan sesuatu yang menyimpang dari isi perjanjian. Namun hingga saat ini di Indonesia belum pernah timbul suatu sengketa diantara *franchisor* dengan *franchisee*. Hal ini dapat dimaklumi mengingat kerjasama dengan perjanjian *franchise* ini relatif masih baru.

Berkaitan dengan hal tersebut diatas, ada beberapa hal yang dapat dijadikan obyek kajian, yaitu tentang bagaimana kedudukan perjanjian *franchise* dalam hukum perjanjian Indonesia, akibat hukum apa yang dapat ditimbulkan dari perjanjian *franchise* CFC dan perlindungan hukum apa yang dapat diberikan kepada *franchisee* terhadap tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor*. Penulisan ini bertujuan untuk dapat memecahkan permasalahan tersebut. Untuk menjamin kebenaran ilmiah dalam tulisan ini, maka digunakan dua metode pengumpulan data yaitu studi kepustakaan dan wawancara. Sedang pendekatan masalah yang digunakan adalah yuridis normatif dan yuridis empiris. Data yang diperoleh ini untuk kemusian dianalisa secara deduktif yaitu suatu metode yang berangkat dari pengetahuan umum menuju pemmasalahan yang bersifat khusus.

Di Indonesia *franchise* diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba, didukung dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, dengan tidak meninggalkan perundang-undangan yang berlaku yaitu KUH Perdata, UU Paten, UU Merek dan Hak Cipta yang kesemuanya itu saling melengkapi. Dalam perjanjian *franchise* CFC menimbulkan suatu akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban ini wajib dilaksanakan oleh para pihak yang terikat dalam perjanjian, namun pada kenyataannya terdapat kewajiban yang tidak diaplikasikan sebagaimana seharusnya. Dalam pelaksanaan suatu perjanjian *franchise* biasanya pihak yang paling lemah kedudukannya disini adalah *franchisee*, seringkali *franchisee* karena kontrak yang disepakati tersebut *franchisee* harus rela mengikuti segala ketentuan dan prosedur yang ditetapkan oleh *franchisor*.

BAB I
PENDAHULUAN



1.1 Latar Belakang

Seperti yang kita telah ketahui, bahwa perkembangan dan kemajuan dalam dunia perekonomian pada umumnya dan dunia usaha pada khususnya saat ini sedang giat-giatnya dilaksanakan di Indonesia. Hal tersebut adalah dalam rangka pelaksanaan pembangunan di segala bidang untuk mewujudkan masyarakat Indonesia yang adil dan makmur, baik materiil dan spiritual. Pemerintah telah melakukan suatu kebijaksanaan di bidang ekonomi dengan memberi kesempatan kepada pihak swasta untuk turut berperan serta dalam pembangunan, yaitu dengan memberi peluang dan kemudahan-kemudahan dalam membuka usaha baru baik dibidang industri barang dan jasa. Dengan adanya kebijaksanaan pemerintah tersebut bagi pihak swasta akan menimbulkan suasana baru, karena mereka dapat mengembangkan usaha dengan sebaik-baiknya. Adanya suasana baru itu tidak mustahil akan menyebabkan timbulnya berbagai bentuk kerjasama yang sangat bervariasi tergantung pada usaha yang dijalankan.

Salah satu bentuk kerjasama yang berkembang pesat di Indonesia dewasa ini adalah bentuk kerjasama dalam bidang usaha *fast food restaurant* yaitu *franchise*. Perkembangan ini disebabkan karena dipandang Indonesia mempunyai potensi yang bagus untuk mengembangkan usaha perdagangan oleh dunia Internasional.

Menurut Henry Cambell Black dalam Black's Law Dictionary (1990:658), *franchise* adalah :

Lisensi atau ijin dari pemilik suatu merek atau nama dagang kepada pihak lain untuk menjual produk atau jasa dibawah merek atau nama dagang dengan kata lain *franchise* dikembangkan dalam suatu perjanjian yang rinci dimana pemegang *franchise* atau *franchisee* dalam menjalankan usahanya menyesuaikan dengan metoda dan prosedur yang ditetapkan oleh pemberi *franchise* atau *franchisor*.

Dalam perjanjian *franchise*, untuk dapat memperoleh hak atas suatu merek atau nama dagang dan menjalankan usaha tersebut, *franchisee* terlebih dahulu harus membayar fee kepada pemilik merek atau nama dagang (*franchisor*) yang besarnya telah ditetapkan oleh *franchisor*, tergantung pada penilaian *franchisor* terhadap unit-unit usaha yang dikembangkan oleh *franchisee*.

Pada dasarnya *franchise* merupakan suatu metode pemasaran barang atau jasa yang berkembang menjadi pemberian lisensi untuk menggunakan teknologi atau merek tertentu yang pada akhirnya menjadi sistem usaha yang melibatkan berbagai pihak. Pemilik nama dan teknologi disebut sebagai *franchisor*, sedang pemakainya dinamakan *franchisee*. Sistem ini merupakan suatu kiat untuk memperluas usaha dengan cara menularkan sukses. Dengan demikian, dalam sistem ini harus terdapat pelaku bisnis yang sukses terlebih dahulu dimana kesuksesan yang diperolehnya tersebut akan disebarluaskan kepada pihak lain (Sumardi, 1995:25).

Apabila seorang *franchisee* mengadakan perjanjian *franchise* dengan *franchisor* adalah menjadi tanggung jawab *franchisor* untuk memberi program latihan dan bantuan operasional kepada *franchisee*. *Franchisor* juga bertanggung jawab untuk membuat iklan dan memasangnya di media cetak dan elektronik untuk wilayah pusat atau nasional.

Keuntungan *franchise* bagi pihak *franchisor* adalah kemungkinan perluasan usaha yang cepat dengan memanfaatkan sumber daya keuangan *franchisee* untuk penguasaan atas distribusi produk barang atau jasa tanpa memiliki penyalur eceran. Dengan menguasai jumlah lokasi penyaluran, *franchisor* dapat mengurangi kompetisi diantara para *franchisee* dan mendorong para *franchisee* untuk tidak memasarkan produk bersaing. Keuntungan *franchisee* adalah dapat menikmati suatu bisnis teruji yang dimiliki oleh *franchisor*, yang dalam banyak hal dilengkapi dengan nama dagang yang sudah diterima oleh masyarakat.

Setiap perjanjian yang dibuat para pihak adakalanya menimbulkan kesalahpahaman, baik mengenai pengertian atau interpretasi hal-hal yang diperjanjikan ataupun segi pelaksanaannya, yang kesemuanya itu dapat menimbulkan

perselisihan diantara para pihak yang membuat perjanjian, sehingga timbulah sengketa ataupun klaim satu terhadap lainnya. Sengketa yang timbul dari suatu kerjasama *franchise* pada umumnya timbul karena salah satu pihak melakukan sesuatu yang menyimpang dari isi perjanjian. Namun hingga saat ini di Indonesia belum pernah timbul suatu sengketa diantara *franchisor* dengan *franchisee*. Hal ini dapat dimaklumi mengingat kerjasama dengan perjanjian *franchise* ini relatif masih baru. Namun demikian, untuk mengatasi masalah itu di Indonesia telah ada perangkat hukum yang secara khusus mengatur tentang *franchise* dan dapat ditemukan dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 tahun 1997 Tanggal 18 Juni 1997 tentang WARALABA (*franchise*) yang ditetapkan di Jakarta pada tanggal 18 Juni 1997 oleh Presiden Soeharto serta Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Republik Indonesia No. 259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang KETENTUAN DAN TATA CARA PELAKSANAAN PENDAFTARAN USAHA WARALABA, sehingga masing-masing pihak yang terlibat dalam perjanjian mendapat perlindungan hukum.

Disamping itu perlindungan yang dilakukan sebelum dikeluarkan Peraturan Pemerintah tadi dan sampai saat ini masih digunakan adalah Buku III KUH Perdata yang menganut sistem terbuka, artinya memberi kebebasan kepada setiap masyarakat untuk mengadakan perjanjian yang berisi apa saja, asalkan tidak bertentangan dengan Undang-undang, ketertiban umum dan kesusilaan, sebagai mana tertulis dalam Pasal 1338 ayat 1 KUH Perdata.

Berdasarkan uraian diatas maka mendorong penulis untuk mengambil judul:
ANALISIS YURIDIS TENTANG KEDUDUKAN PERJANJIAN FRANCHISE (WARALABA) ANTARA TEORI DAN PRAKTEK SERTA AKIBAT HUKUM YANG DITIMBULKAN DI CALIFORNIA FRIED CHICKEN MADIUN

1.2 Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari latar belakang tersebut, maka penulis membatasi lingkup permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana kedudukan *franchise* dalam hukum perjanjian di Indonesia?
2. Akibat hukum apa yang dapat ditimbulkan dari perjanjian *franchise* CFC?
3. Perlindungan hukum apa yang dapat diperoleh *franchisee* terhadap tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor* ?

1.3 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan ini merupakan maksud yang hendak dicapai dari penulisan karya ilmiah. Adapun tujuan penulisan skripsi ini adalah ini adalah :

1.3.1 Tujuan Umum

Tujuan yang hendak dicapai :

1. Untuk memenuhi syarat-syarat akademik guna untuk memperoleh gelar Sarjana Hukum pada Fakultas Hukum Universitas Jember;
2. Untuk memberi sumbangan pemikiran kepada pemimpin perusahaan mengenai penyelesaian atas kendala-kendala yang muncul dalam praktek yang berkaitan dengan pengembangan usaha *franchise*;
3. Untuk menambah pengalaman dan wawasan bagi penulis dalam mengimplementasikan ilmu hukum yang telah diperoleh di perkuliahan dalam kehidupan bermasyarakat;

1.3.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penulisan ini adalah :

1. Untuk mengetahui kedudukan perjanjian *franchise* dalam hukum perjanjian di Indonesia;
2. Untuk mengetahui akibat hukum yang dapat ditimbulkan dari perjanjian *franchise* CFC;
3. Untuk mengetahui upaya penyelesaian hukumnya apabila terjadi tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor* kepada *franchisee*.

1.4 Metodologi

Metode penulisan diperlukan dalam penyusunan karya ilmiah, agar didalamnya mengandung unsur-unsur kebenaran yang dapat dibuktikan sehingga tulisan tersebut dapat dipertanggung jawabkan. Metode yang dimaksud adalah menguraikan tentang tata cara bagaimana suatu penelitian itu harus dilakukan.

Selanjutnya ada beberapa metode serta tahapan penyusunan skripsi ini, yaitu sebagai berikut :

1.4.1 Pendekatan Masalah

Dipergunakan sebagai bahan penelitian untuk mencapai suatu permasalahan sesuai dengan tujuan penulisan, dalam hal ini penulis menggunakan pendekatan secara :

a. Pendekatan yuridis normatif

Suatu pendekatan yang dilakukan dengan cara menelaah dan mengkaji peraturan perundang-undangan yang berlaku, buku-buku yang berisi teori-teori hukum dan pendapat para sarjana, kemudian dihubungkan dengan permasalahan yang menjadi pokok bahasan. Pendekatan ini merupakan penelitian yang hanya digunakan pada bahan pustaka atau data sekunder yang mencakup bahan hukum primer, sekunder, maupun tersier (Waluyo, 1991:14).

b. Pendekatan Yuridis Empiris

Suatu pendekatan yang bertitik tolak dari data primer dan melalui penelitian lapangan yang dilakukan baik melalui pengamatan (*observasi*), wawancara, ataupun penyebaran *quissioner* (Waluyo, 1991:15).

1.4.2 Sumber Data

Sumber data penulisan ini terdiri dari sumber data primer dan data sekunder, yaitu :

a. Sumber Data Primer

Sumber data yang diperoleh dengan terjun langsung kelapangan di perusahaan California Fried Chicken Madiun, yaitu dengan mengadakan wawancara dengan

Bapak Hans Sutrisno (Kepala Operasional) dengan menggali keterangan-keterangan dan meminta data yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

b. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder adalah sumber data yang diperoleh dari sumber kepustakaan yang berupa buku, literatur/sumber tertulis lainnya, peraturan perundang-undangan dan dokumen yang berkaitan dengan pokok permasalahan (Soekanto dan Mamudji, 1990:28)

1.4.3 Metode Pengumpulan Data

Melalui metode pengumpulan data, data-data yang diperoleh dijadikan dasar bagi penulis untuk mengkaji dan membahas permasalahan. Metode yang digunakan adalah :

a. Studi Lapangan

Studi lapangan yaitu pengumpulan data dengan melakukan wawancara langsung dengan sumber data terkait dalam hal ini California Fried Chicken Madiun, untuk memperkuat data maka wawancara tersebut dilakukan terhadap pimpinan California Fried Chicken dan staf yang terkait untuk memberikan keterangan yang ada hubungannya dengan permasalahan yang dibahas dalam skripsi ini.

b. Studi kepustakaan

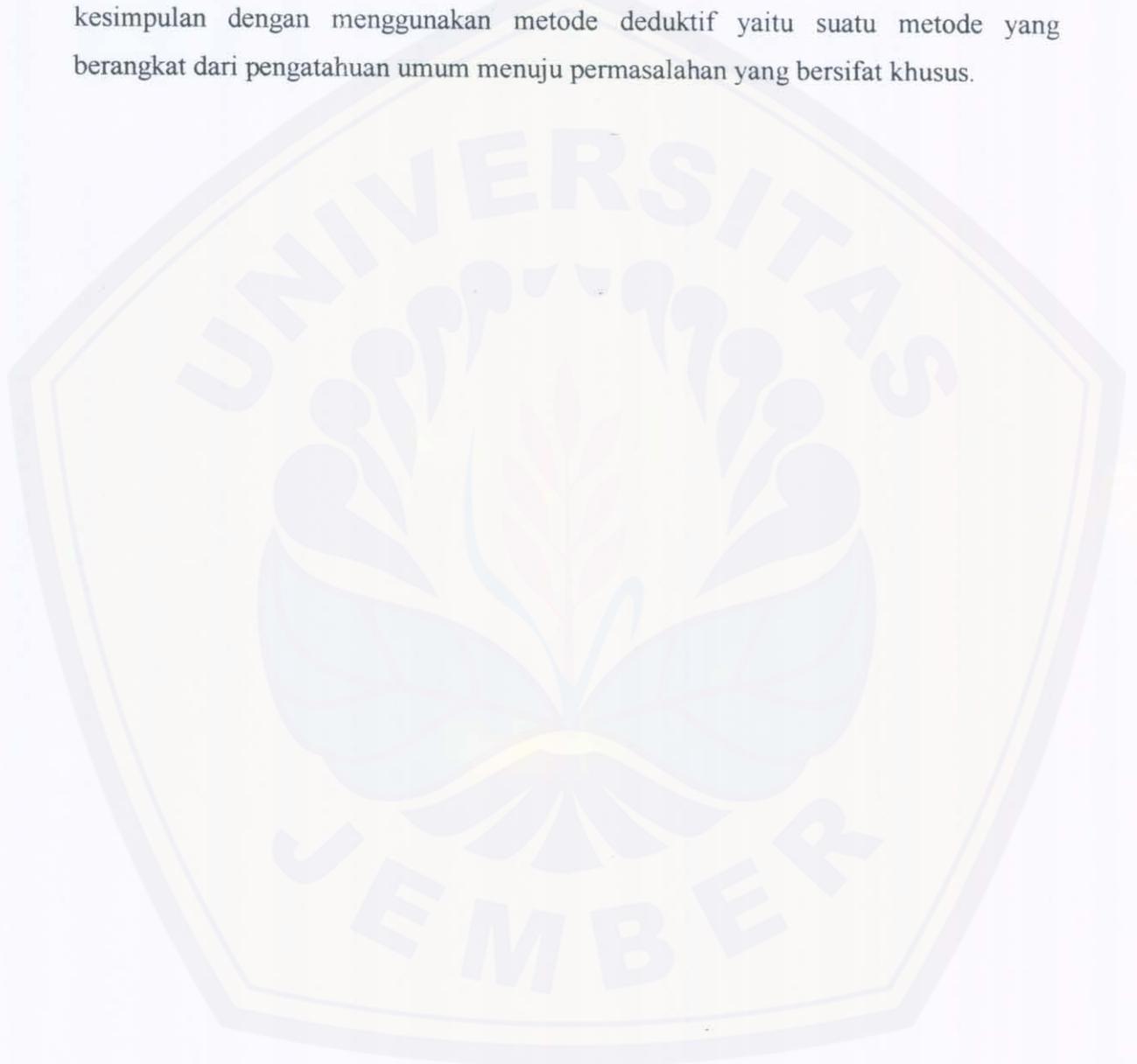
Studi kepustakaan yaitu menggali sumber baik dari literatur maupun dari berbagai perundang-undangan yang dapat digunakan sebagai sumber penyusunan skripsi ini, dengan cara mencari dan mencatat hal-hal yang relevan dengan permasalahan yang dibahas.

1.4.4 Analisa Data

Data yang terkumpul dari hasil penelitian kemudian disusun sesuai dengan pokok permasalahan dan dianalisa dengan metode analisa deskriptif kualitatif yaitu suatu metode untuk memperoleh gambaran singkat mengenai suatu permasalahan

yang tidak berdasarkan atas bilangan angka statistik melainkan didasarkan atas analisa yang diuji dengan masalah yang dibahas (Soemitro, 1990:139).

Hasil analisa yang diperoleh dibahas sesuai rumusan masalah dan ditarik kesimpulan dengan menggunakan metode deduktif yaitu suatu metode yang berangkat dari pengetahuan umum menuju permasalahan yang bersifat khusus.





BAB II

FAKTA, DASAR HUKUM DAN LANDASAN TEORI

2.1 Fakta

Paket deregulasi bidang ekonomi yang diadakan oleh pemerintah telah dipraktekkan dalam suatu bentuk kerja sama yang semakin berkembang dalam bidang industri *fast food restaurant*, yaitu *franchise*. Hal yang mendasar dari suatu perjanjian *franchise* adalah pemberian lisensi untuk menggunakan, menjual atau mengoperasikan suatu nama/merek dagang, format bisnis dan/atau prosedur/proses milik *franchisor* kepada *franchisee*. Dengan demikian *franchisee* mempunyai hak untuk menggunakan sistem pemasaran atau pendistribusian barang atau jasa yang telah dikembangkan oleh *franchisor* dengan menggunakan nama atau merek dagang *franchisor*.

Melihat perkembangan *franchise* saat ini merupakan model bisnis yang mampu meningkatkan jumlah pemasaran dengan kebutuhan permodalan ditanggung bersama oleh pihak-pihak yang menjalankan bisnis tersebut. Sehingga sebenarnya sistem *franchise* merupakan salah satu cara pemasaran yang efektif didalam persaingan pasar domestik maupun global yang semakin kompleks.

Selama ini di Indonesia memang masih belum banyak ditemui problem hukum mengenai *franchise*, namun walau bagaimanapun persoalan-persoalan tersebut ada kemungkinan dapat terjadi, sebab dalam dunia bisnis problem-problem yang muncul akibat timbulnya suatu perjanjian sudah biasa terjadi, sehingga untuk menghadapi hal tersebut, masalah *franchise* memang perlu ditampung dalam perangkat hukum nasional. Pemerintah pada saat ini telah menyadari betul bahwa perkembangan *franchise* tidak lepas dari konflik-konflik yang bakal muncul dalam pelaksanaannya. Oleh karena itu untuk memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan *franchise* maka telah dikeluarkan peraturan pemerintah No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba (*franchise*) dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, namun konsep-konsep yang digunakan belumlah

memenuhi kebutuhan perlindungan terhadap *franchisee* yang seringkali mendapat tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor*.

Sebagaimana diketahui di Indonesia banyak jenis *franchise* untuk *restaurant fast food*, diantaranya adalah California Fried Chicken (yang untuk selanjutnya disebut CFC). CFC yang berada dibawah kepemilikan sah dari P.T. Putra Sejahtera Pioneerindo (yang untuk selanjutnya disebut PSP) berhak atas penyelenggaraan restoran CFC dan memberikan hak *franchise* kepada pihak-pihak yang berminat untuk bekerjasama dalam bisnis *franchise*.

Franchise pada dasarnya mengandalkan pada kemampuan mitra usaha dalam pengembangan dan menjalankan kegiatan usaha *franchise*-nya, melalui tata cara, proses dan sistem yang telah ditentukan oleh pengusaha *franchisor*. Mitra usaha diberi hak untuk memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual dari *franchisor*, baik dalam bentuk penggunaan merek dagang, merek jasa, hak cipta atas logo, desain industri, paten berupa teknologi, maupun rahasia dagang. *Franchisor* selanjutnya memperoleh imbalan royalty atas penggunaan hak atas kekayaan intelektual mereka oleh *franchisee*.

CFC ini merupakan suatu bentuk perusahaan *franchise* lokal yang telah memiliki nama dan cukup terkenal di masyarakat. Didalam mengembangkan usahanya dengan cara men-*franchisekan*, CFC mempunyai standart perjanjian *franchise* yang tinggal ditanda tangani oleh para pihak yang berminat dan bersedia menjadi *franchisee*. Namun standart perjanjian tersebut tidak bersifat baku, artinya masih diberi kesempatan bagi *franchisee* untuk mempelajari isi perjanjian tersebut dan tidak menutup kemungkinan untuk menambah, mengurangi ataupun merubah beberapa isi dari perjanjian selain bukan hal yang utama (*urgent*), misalnya mengenai penentuan biaya yang berkenaan dengan bisnis *franchise* sendiri dan segala hal yang berkenaan dengan pelaksanaan operasional usaha *franchise*.

CFC sampai saat ini telah mengembangkan usahanya dengan mengadakan perjanjian *franchise* dengan beberapa orang *franchisee* yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, salah satunya adalah CFC di Madiun. CFC Madiun merupakan salah satu penerima hak *franchise* juga memiliki hak untuk membuka restoran

dengan merek CFC yang dikelola dengan cara menghidangkan makanan dan minuman yang disiapkan dan diolah dengan resep dan bumbu yang telah dikenal dengan nama CFC.

Walaupun pengaturan mengenai *franchise* baru diatur dalam PP NO. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (*Franchise*) dan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, namun sejauh ini belum ada permasalahan pelik mengenai pelaksanaan bisnis *franchise* terutama dalam hubungan hukum antara para pihak yang bersangkutan. Namun demikian bukan berarti tidak akan ada permasalahan yang timbul berkenaan dengan hal tersebut. Oleh karena itu perlu sejak dini digambarkan secara jelas mengenai kedudukan, tanggung jawab, perlindungan hukum yang diberikan kepada para pihak.

2.2 Dasar Hukum

Dalam membahas permasalahan dalam skripsi ini, dasar hukum yang penulis gunakan adalah :

1. Pasal 1313 Kitab Undang-undang Hukum Perdata
“Persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”.
2. Pasal 1320 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - (1) Para pihak menyatakan kehendaknya untuk sepakat menutup perjanjian;
 - (2) Para pihak cakap untuk melakukan perbuatan hukum;
 - (3) Sifat dan luas obyek perjanjian dapat ditentukan;
 - (4) Apa yang ingin dicapai oleh para pihak itu memang mungkin dan halal.
3. Pasal 1338 Kitab Undang-Undang Hukum Perdata
 - (1) Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya;
 - (2) Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu;
 - (3) Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

4. Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tentang waralaba.
5. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba.
6. Undang-undang No.14 Tahun 2001 tentang Paten.
7. Undang-undang No.15 Tahun 2001 tentang Merek.

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Pengertian Perjanjian

Secara umum dapat dikemukakan bahwa yang dimaksud dengan perjanjian adalah persetujuan tertulis atau dengan lisan yang dilakukan oleh dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak berjanji akan mentaati apa yang tersebut di dalam perjanjian yang telah disepakatinya.

Pasal 1313 KUH Perdata mengatur tentang perjanjian yaitu: suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih.

Subekti mendefinisikan pengertian perjanjian sebagai berikut :

Suatu perjanjian adalah suatu peristiwa dimana seorang berjanji kepada seorang lain atau dimana dua orang itu saling berjanji untuk melaksanakan suatu hal. Dari peristiwa ini timbullah suatu hubungan antara dua orang tersebut yang dinamakan perikatan. Perjanjian itu menerbitkan suatu perikatan antara dua orang yang membuatnya. Dalam bentuknya, perjanjian itu berupa suatu rangkaian perkataan yang mengandung janji-janji atau kesanggupan yang diucapkan atau ditulis (1991:1).

Pasal 1320 KUH Perdata menyatakan bahwa untuk sahnya suatu perjanjian diperlukan empat syarat, yaitu :

- a. Sepakat mereka yang mengikatkan dirinya;

Kesepakatan yang terjadi antara kedua belah pihak tentang hal-hal pokok yang dimaksudkan dalam perjanjian yang bersangkutan menimbulkan perjanjian atau mengikat sebagai perjanjian bagi para pihak yang membuatnya.

- b. cakap untuk membuat suatu perjanjian;
orang yang membuat suatu perjanjian harus cakap menurut hukum. Pada dasarnya, setiap orang yang sudah dewasa dan sehat pikirannya adalah cakap menurut hukum.
- c. mengenai suatu hal tertentu;
sebagai syarat ketiga disebutkan suatu perjanjian harus mengenai hal tertentu, artinya apa yang diperjanjikan adalah mengenai hak dan kewajiban kedua belah pihak jika timbul perselisihan. Barang yang dimaksudkan dalam perjanjian paling sedikit harus ditentukan jenisnya. Barang itu sudah ada atau berada ditangannya si berhutang pada waktu perjanjian dibuat, tidak diharuskan oleh undang-undang.
- d. suatu sebab yang halal.
sebab yang halal ini dimaksudkan tidak lain adalah isi perjanjian itu tidak boleh bertentangan dengan undang-undang atau bertentangan dengan kesusilaan atau ketertiban umum.

Dua syarat yang pertama dinamakan syarat subyektif, karena mengenai orang-orangnya atau subyek yang mengadakan perjanjian, sedang dua syarat yang terakhir merupakan syarat obyektif, karena mengenai perjanjiannya sendiri atau obyek dari perbuatan hukum yang dilakukan (R. Subekti, 1991:17-19).

Suatu perjanjian bila telah memenuhi unsur dalam pasal 1320 KUH Perdata berarti perjanjian itu sah dan mempunyai kekuatan mengikat seperti yang dimaksud dalam pasal 1338 KUH Perdata, yaitu:

- (1) Semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya;
- (2) Persetujuan-persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan sepakat kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu;
- (3) Persetujuan-persetujuan harus dilaksanakan dengan itikad baik.

Atas dasar ketentuan yang terdapat dalam pasal 1338 KUH Perdata tersebut diatas maka dapat diketahui adanya asas kebebasan berkontrak, yaitu setiap orang bebas untuk membuat perjanjian atau bebas untuk menentukan isi

suatu perjanjian asal tidak bertentangan dengan undang-undang, kesusilaan dan ketertiban umum.

Dalam melakukan perjanjian, harus diingat bahwa disamping harus mengindahkan ketentuan-ketentuan yang ada, maka juga harus memperhatikan asas-asas yang terdapat dalam hukum perjanjian pada umumnya. Menurut Sumardi (1995:41) asas yang terdapat dalam hukum perjanjian adalah :

- a. Asas Kebebasan Berkontrak
Yang dimaksud dengan asas kebebasan berkontrak adalah, bahwa para pihak bebas mengadakan perjanjian menurut kehendaknya sendiri, baik terhadap perjanjian yang sudah diatur dalam undang-undang, maupun yang belum ada pengaturannya. Dengan asas ini, sering disebut bahwa hukum perjanjian menganut sistem terbuka sebagai mana diatur dalam pasal 1338 KUH Perdata.
- b. Asas Kesepakatan (*konsensual*)
Maksud dari asas ini adalah, bahwa untuk lahirnya suatu perjanjian cukup dengan dicapainya kata sepakat mengenai hal-hal pokok dari perjanjian tersebut, maka pada saat itu juga perjanjian sudah sah atau lahir dan mempunyai kekuatan yang mengikat tanpa harus diikuti oleh perbuatan hukum lain kecuali perjanjian yang bersifat formal. Asas Konsensus ini merupakan asas yang universal yang terdapat dalam KUH Perdata, khususnya dalam hukum Perikatan. Konsensus merupakan syarat mutlak bagi lahirnya perjanjian dalam perjanjian modern.
- c. Asas Itikad Baik
Asas ini sangat penting dalam membuat suatu perjanjian. Yang dimaksud dengan itikad baik disini adalah bertindak sebagai pribadi yang baik. Asas ini berkaitan langsung dengan perlindungan hukum bagi para pihak bila suatu ketika terjadi suatu sengketa di pengadilan.
- d. Asas Kekuatan Mengikat (*Pacta Sun Servanda*)
Asas kekuatan mengikat ini dapat disimpulkan dari Pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yang menegaskan bahwa "Suatu persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya". Konsekwensi dari asas ini adalah, bahwa sejak dipenuhinya syarat sahnya perjanjian, maka sejak saat itu pula perjanjian itu mengikat bagi para pihak. Mengikat sebagai undang-undang dalam hal ini berarti bahwa pelanggaran terhadap perjanjian tersebut akan berakibat hukum sama dengan melanggar undang-undang.
- e. Asas Berlakunya Perjanjian
Pada dasarnya perjanjian itu hanya mengikat para pihak yang membuatnya, oleh karena itu perjanjian yang dibuat tidak boleh

merugikan atau menguntungkan pihak ketiga kecuali perjanjian tersebut dibuat untuk kepentingan pihak ketiga.

- f. Asas Kepatutan dan Kebiasaan
Asas kepatutan dan kebiasaan harus diperhatikan dalam membuat suatu perjanjian. Sebagai ukuran dari kepatutan dan kebiasaan adalah pergaulan hidup masyarakat dimana perjanjian itu dilaksanakan.

2.3.2 Pengertian *Franchise*, *Franchisor* dan *Franchisee*

Sebelum memasuki mengenai pengertian *franchise* maka penulis akan memberikan padanan *FRANCHISE* yang berasal dari Bahasa Inggris ke Bahasa Indonesia serta pengertiannya.

TABEL PADANAN “*FRANCHISE*”

INGGRIS	INDONESIA	PENGERTIAN
1. <i>FRANCHISE</i>	WARALABA	Suatu sistem keterkaitan usaha kita yang saling memberi keuntungan
2. <i>FRANCHISING</i>	PEWARALABAAN	Aktivitas dengan sistem waralaba
3. <i>FRANCHISOR</i>	PENGWARALABA/ PEMBERI WARALABA	Pihak yang memberi waralaba
4. <i>FRANCHISEE</i>	PEWARALABA/ PENERIMA WARALABA	Pihak yang diberi waralaba

Menurut Henry Cambell Black, dalam Black’s Law Dictionary (1990:658) memberikan beberapa pengertian mengenai *franchise* sebagai berikut :

1. *Franchise* merupakan suatu keistimewaan yang diberikan oleh pemerintah terhadap individu suatu perusahaan untuk melakukan sesuatu yang belum merupakan hak dari setiap warga negara.
2. *Franchise* merupakan suatu keistimewaan atas suatu penjualan barang dan jasa, dimana hak tersebut diberikan oleh supliyer kepada pengecer untuk menggunakan namanya sesuai dengan persyaratan yang ditentukan.
3. *Franchise* merupakan suatu lisensi dari pemilik merek dagang atau nama dagang yang diperbolehkan kepada pihak lain untuk menjual suatu produk atau pelayanan berdasarkan merek atau nama dagang tersebut.

Queen (1993:4) memberikan pengertian *franchise* sebagai berikut :

Memfranchisekan adalah suatu metode perluasan pemasaran dan bisnis. Suatu bisnis memperluas pasar dan distribusi produk serta pelayanannya dengan membagi bersama standart pemasaran dan operasional. Pemegang *franchise* yang membeli suatu bisnis yang menarik manfaat dari kesadaran pelanggan akan nama dagang, sistem teruji dan pelayanan lain yang disediakan pemilik *franchise*.

Rooseno (1993:1) mengemukakan definisi *franchise* sebagai berikut :

Franchise adalah suatu sistem usaha yang sudah khas atau memiliki ciri pengenal bisnis di bidang perdagangan dan 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.

Lebih lanjut Rooseno (1993:1) mengemukakan bahwa, kerjasama baik di bidang perdagangan atau jasa dengan bentuk *franchise* ini dipandang sebagai salah satu cara untuk mengembangkan sistem usaha di lain tempat. *Franchisor* disini secara ekonomi sangat untung karena ia mendapat *royalty fee* dari *franchisee*, barang produknya bisa tersebar ketempat lain di mana *franchisee* mengusahakan *franchisenya*, dan bagi konsumen yang memerlukan barang hasil produksi *franchise* cepat didapat dalam keadaan *fresh* dan belum atau tidak rusak.

Berdasarkan Peraturan Perundang-undangan mengenai Waralaba (*franchise*) yaitu Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba , yang dimaksud dengan waralaba 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 (pasal 1 nomor 1)

Pemberi waralaba atau *Franchisor* adalah badan usaha atau perorangan yang memberi hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimilikinya. Adapun Penerima Waralaba atau *franchisee* adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak

atas kekayaan intelektual atau penemuan usaha atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba.(pasal 1 nomor 1 dan 2)

Dengan demikian maka kerja sama di bidang perdagangan atau jasa dalam bentuk perjanjian *franchise* ini paling tidak akan melibatkan 2 pihak, yaitu pihak yang memberikan haknya untuk membuka unit usaha serupa (*franchisor*) dan pihak yang menerima hak itu (*franchisee*).

2.3.3 Bentuk-Bentuk *Franchise*

Menurut Sumardi (1995:22) ada 2 bentuk *franchise* yang dapat dikemukakan disini, yaitu :

1. *Franchise* Format bisnis

Pada bentuk *franchise* format bisnis ini *franchisee* memperoleh hak untuk memasarkan dan menjual produk atau pelayanan dalam wilayah atau lokasi spesifik dengan menggunakan standart operasional dan pemasaran.

Menurut Martin Mandelson (1995:4) *franchise* format bisnis adalah pemberian lisensi oleh *franchisor* kepada *franchisee*, lisensi tersebut memberi hak kepada *franchisee* untuk berusaha dengan menggunakan merek dagang/nama dagang *franchisor*, dan menggunakan keseluruhan paket, yang terdiri dari seluruh elemen yang diperlukan untuk membuat seseorang yang sebelumnya belum terlatih dalam bisnis dan menjalankannya dengan bantuan yang terus menerus atas dasar-dasar yang telah ditentukan sebelumnya.

Franchise format bisnis disini ada tiga, yaitu :

a. *Franchise* Pekerjaan

Dalam bentuk ini *franchisee* yang menjalankan usaha *franchise* pekerjaan sebenarnya membeli dukungan untuk usahanya sendiri. Misalnya ia mungkin menjual jasa penyetelan mesin mobil dengan merek *franchise* tertentu. Bentuk *franchise* ini cenderung paling murah, umumnya membutuhkan modal yang kecil karena tidak menggunakan tempat dan perlengkapan yang berlebihan.

b. *Franchise* Usaha

Pada saat ini *franchise* usaha adalah bidang *franchise* yang berkembang pesat. Bentuknya mungkin berupa toko eceran yang menyediakan barang atau

jasa, atau restoran fast food. Toko cetak langsung jadi seperti Prontaprint dan Kall-Kwik, restoran fast food seperti Kentucky Fried Chicken dan Pizza Express, merupakan contoh yang paling dikenal dalam kelompok ini. Biaya yang dibutuhkan lebih besar dari *franchise* pekerjaan karena dibutuhkan tempat usaha dan peralatan khusus.

c. *Franchise* investasi

Ciri utama yang membedakan jenis *franchise* pekerjaan dan *franchise* usaha adalah besarnya usaha, khususnya besarnya investasi yang dibutuhkan. *Franchise* investasi adalah perusahaan yang sudah mapan, dan investasi awal yang dibutuhkan mungkin mencapai milyaran. Pada perusahaan yang mengambil *franchise* investasi biasanya ingin melakukan *diversifikasi*, namun karena manajemennya tidak berpengalaman dalam pengelolaan usaha baru itu sehingga ia memilih jalan dengan mengambil sistem *franchise* yang memungkinkan mereka memperoleh bimbingan dan dukungan (Sumardi,1995:23).

2. *Franchise* Distribusi produk

Bentuk distribusi produk ini, *franchisee* memperoleh lisensi eksklusif untuk memasarkan produk dari suatu perusahaan tunggal yang spesifik. Pada awal tahun 1900-an, perusahaan bahan bakar kendaraan bermotor, pembotolan minuman ringan dan perusahaan yang menjual mobil, memperluas jaringan distribusi produk atau nama dagang. Pada tahun 1988, penjualan oleh *franchise* nama dagang di Amerika serikat misalnya bertanggung jawab atas 70 % dari penjualan *franchise*, sementara survei Kanada menemukan angka 65 % dari total penjualan *franchise* tahun 1989 dilakukan oleh *franchise* nama dagang (J. Queen, 1993:4-5).

Franchisor disini dapat juga memberikan *franchise* wilayah, yang mana *franchisee* wilayah atau sub pemilik *franchise* membeli hak untuk mengoperasikan atau menjual *franchise* di wilayah geografis tersebut. Sehingga sub-pemilik *franchise* bertanggung jawab atas beberapa atau seluruh pemasaran *franchise*, melatih dan membantu *franchisee* baru dan melakukan pengendalian, dukungan operasi, serta program penagihan royalty.

2.3.4 Munculnya Usaha *Franchise*

Franchise adalah merupakan suatu sistem dalam pemasaran barang dan jasa yang melibatkan pihak *franchisor* dan *franchisee*. Dalam sistem bisnis ini harus terdapat pelaku bisnis yang sukses terlebih dahulu dan kesuksesan yang diperolehnya itu akan disebar luaskan pada pihak lain. Adapun manfaat bagi *franchisor* yang telah sukses ini adalah pengurangan resiko dan investasi modal yang diperlukan dalam suatu keperluan internal yaitu melalui pembagian bersama keahliannya dan kesuksesannya, sehingga dalam hal ini pihak *franchisee* harus membayar royalti sepanjang keahlian dan kesuksesan *franchisor* masih dipergunakan. Namun demikian, *franchisor* harus memikul tanggung jawab tambahan atas bisnisnya yang menuntut banyak usaha diantaranya *franchisor* harus bersedia membangun susunan manajemen yang menyediakan dukungan kepada *franchisee*. Didalam paket dukungan tersebut termasuk pula komitmen untuk melatih, memasarkan, mengendalikan mutu dan dukungan yang berkelanjutan. *Franchisee* dapat menggunakan sistem bisnis yang sudah teruji yang dalam banyak hal sudah memiliki merek dagang yang sudah diterima oleh masyarakat umum, sehingga *franchisee* dapat terhindar dari resiko yang cukup besar dan konsumen tidak akan ragu lagi dengan kualitas yang selama ini dipunyai oleh *franchisor* yang telah sukses itu.

Adapun prosedur yang harus dilakukan oleh pihak *franchisor* untuk memfranchisekan usahanya adalah (Sumardi, 1995:26) :

1. Menentukan usaha yang difranchise-kan, sebaiknya adalah usaha yang terbukti kesuksesannya sehingga pihak *franchisor* dapat menularkan kesuksesannya kepada *franchisee*, disamping itu usaha yang hendak difranchisekan adalah usaha yang bersifat sederhana sehingga mudah untuk diterima oleh *franchisee* yang merupakan usaha berskala kecil yang akan membeli kesuksesan dari *franchisor*.
2. Operasi percontohan, minimal *franchisor* menyediakan satu unit usaha sebagai contoh untuk membuktikan bahwa usaha yang bersangkutan memang bisa sukses.

3. Menyusun paket usaha *franchise*, seyogyanya memuat segala sesuatu yang hendak ditawarkan pada pembeli paket.
4. Menyusun buku pedoman operasi, buku pedoman ini hendaknya berisi uraian yang lengkap dan terperinci dan jelas mengenai cara menjalankan usaha yang *difranchisekan* sehari-hari.
5. Memasarkan paket usaha *franchise*, bisa dilakukan dari mulut ke mulut, iklan media massa atau melalui peragaan atau pameran.
6. Memilih *franchisee*, dalam hal ini pihak *franchisor* harus hati-hati dalam memilih calon *franchisee* sebab apabila salah maka akan dapat merusak usaha yang telah dibangun dengan susah payah oleh *franchisor*.

Mencari bisnis *franchise* merupakan hal yang cukup sulit bagi *franchisee*. Diperlukan ketelitian dan pertimbangan yang mendalam mengenai bisnis *franchise* mana yang terbaik bagi dirinya. Setelah menentukan bisnis *franchise* tertentu, maka penelitian pembelian siap untuk dimulai.

Dalam hal ini langkah-langkah yang perlu dilakukan oleh *franchisee* (Sumardi, 1995:28) adalah :

1. Melakukan kontak awal dengan *franchisor*
Dapat dilakukan dengan dua cara yaitu dengan menjawab iklan penawaran *franchise* atau melakukan kontak langsung guna mengetahui informasi yang akurat dari *franchisor*. Setelah itu biasanya *franchisor* akan mengajukan paket informasi yang terdiri dari bahan promosi disertai daftar pernyataan yang berfokus pada kemampuan finansial *franchisee* dan data pribadi lainnya yang sangat dibutuhkan oleh *franchisor* untuk menentukan keputusan dalam penjualan bisnis yang *difranchisekan*.
2. Melakukan pengkajian terhadap pemilik *franchise* yang dipilih
Bertujuan untuk mengenal *franchisor* dan bisnis yang *difranchisekan* lebih baik, sehingga calon *franchisee* tumbuh kepercayaan atas kemampuan pemilik dan keberhasilan usaha yang *difranchisekan*.
3. Mengkaji aspek-aspek finansial yang timbul dari pembelian *franchise* tersebut
Yang perlu dikaji adalah sejauh mana imbalan dari mengoperasikan suatu bisnis akan disertai dengan kewajiban finansial. Hal ini dapat dilihat pada dokumen penjelasan yang dibuat oleh *franchisor*. Kewajiban finansial meliputi misal perkiraan investasi modal untuk peralatan, gedung, biaya awal pembukaan dan biaya *franchise* yang harus dibayarkan kepada pemilik *franchise*.
4. Mengkaji produk dan pelayanan yang unik dari usaha yang akan *difranchisekan*

Yang perlu diperhatikan adalah persesuaian produk dan pelayanan dengan lokasi dimana hal tersebut akan dipasarkan.

5. Mengkaji merek dagang dan dukungan staff pemilik *franchise* yang diberikan kepada *franchisee*

Merek dagang adalah aset yang berharga. Karena itu perlu diketahui apakah merek tersebut sudah mendapat perlindungan hukum dilokasi mana *franchisee* berada dan juga apakah masyarakat sudah mengenal nama dagang tersebut. Disamping itu perlu dipertimbangkan sejauh mana dukungan staff pemilik *franchise* terhadap pemegang *franchise* misal koordinasi pemasaran, pengendalian mutu, pelatihan dan bantuan operasional.

Setelah menentukan suatu keputusan bahwa pembelian bisnis *franchise* siap dilakukan maka selanjutnya harus memperhatikan suatu bentuk kerjasamanya. Secara praktis, bentuk kerjasama dapat ditinjau dari dua aspek yaitu *pertama*, aspek formal artinya perjanjian kerjasama dituangkan dalam bentuk tertulis, dan aspek *kedua* adalah aspek relational yaitu aspek yang bersifat operasional dan tidak menutup kemungkinan juga berupa hubungan emosional. Untuk mengatasi masalah operasional dapat dilakukan dengan melalui pendidikan dan pengadaan sarana konsultasi. Kedua aspek tersebut harus benar-benar diperhatikan sebagai dasar bagi hubungan kerjasama dibidang bisnis *franchise* (Sumardi, 1995:30).

Setelah langkah-langkah awal dalam memulai bisnis *franchise* telah dilakukan dan sudah diputuskan oleh *franchisee* untuk memilih *franchise* tertentu maka bisnis *franchise* dapat segera dimulai. Namun sebelumnya harus dibuat terlebih dahulu suatu kontrak tertulis antara *franchisee* dan *franchisor* yang disebut dengan kontrak atau perjanjian *franchise* (pasal 2 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba). Perjanjian tersebut kemudian harus didaftarkan pada departemen Perdagangan dan Perindustrian oleh *franchisee* paling lambat 30 hari terhitung sejak berlakunya perjanjian *franchise* itu (pasal 7 ayat (1) PP No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba).

2.3.5 Perjanjian *Franchise*

a. Unsur Perjanjian *Franchise*

Yang dimaksud dengan perjanjian *franchise* adalah suatu perjanjian yang diadakan antara *franchisor* dengan *franchisee* dimana pihak *franchisor* memberikan hak kepada pihak *franchisee* untuk memproduksi atau memasarkan barang atau produk dan/atau jasa (pelayanan/servis) dalam waktu dan tempat tertentu dibawah pengawasan *franchisor*, sedangkan kewajiban yang harus dilakukan oleh *franchisee* adalah membayar sejumlah uang tertentu atas hak yang diperolehnya (Sumardi, 1995:44).

Menurut 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 pada Bab I Ketentuan Umum Pasal 1 angka 6, bahwa perjanjian waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba. Menurut ketentuan pasal 2 dikatakan bahwa waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara pemberi waralaba (*franchisor*) dan penerima waralaba (*franchisee*), yang dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia. Ketentuan tersebut membawa akibat bahwa para pihak dalam suatu perjanjian waralaba tidak dimungkinkan untuk pilihan hukum. Rumusan ini merupakan suatu ketentuan yang bersifat memaksa dan harus ditaati oleh baik pihak pemberi waralaba maupun pihak penerima waralaba. (Gunawan, 2002: 58)

Memperhatikan pengertian perjanjian waralaba atau perjanjian *franchise* sebagaimana dikemukakan diatas, maka menurut Sumardi (1995:45) dapat disimpulkan beberapa unsur dalam perjanjian *franchise*, yaitu :

- 1) Adanya suatu perjanjian yang disepakati.

Perjanjian *franchise* dibuat oleh para pihak, yaitu *franchisor* dan *franchisee* yang keduanya sebagai subyek hukum, baik sebagai badan hukum maupun sebagai perorangan. Agar dapat menjamin kepastian hukum maka sebaiknya perjanjian *franchise* ini dibuat dihadapan pejabat yang berwenang, misalnya notaris. Dalam perjanjian *franchise* ini perlu pula memperhatikan secara seksama mengenai partner, partner yang penulis maksudkan di sini

adalah *franchise* lainnya dan konsumen, begitu pula terhadap pemeliharaan standart, sebab sistem standart *franchise* hanya akan berjalan dengan baik jika seluruh pihak yang terlibat dalam sistem *franchise* tersebut dengan sungguh-sungguh memelihara sistem yang telah ditentukan oleh *franchisor*. Perlu pula diperhatikan mengenai hubungan dengan para pihak, serta segi komersil sebab *franchise* pada dasarnya adalah hubungan bisnis. Oleh karena itu segi pembagian keuntungan atau segi pembayaran *franchisee* kepada *franchisor* harus diatur secara jelas agar tidak menimbulkan permasalahan dikemudian hari. Serta hal lain yang tidak luput dari perhatian adalah dengan memperhatikan teknik operasional, hal ini dimungkinkan apabila dalam perjanjian standart masih kurang lengkap maka bisa dibuat perjanjian tambahan sebagai pedoman dalam pengoperasian *franchise* serta masalah antisipasi masa datang. Adapun yang dimaksud dengan antisipasi masa datang, misal : meninggal atau bubaranya *franchisee*, pemindahan lokasi, perubahan produk atau bahan serta pemindahan sistem.

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

Dalam hal ini *franchisee* berhak pula menggunakan nama, cap dagang dan logo milik *franchisor* yang sudah lebih dahulu dikenal dalam dunia perdagangan.

- 3) Pemberian hak yang terbatas pada waktu dan tempat tertentu.

Dalam hal ini *franchisor* memberi hak kepada *franchisee* untuk menggunakan nama cap dagang, logo dari usahanya kepada *franchisee* hanya terbatas pada tempat dan waktu yang telah diperjanjikan dalam perjanjian *franchise* sesuai dengan kesepakatan bersama.

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

Menurut Rooseno (1993:20) yang dimaksud dengan pembayaran-pembayaran antara lain :

a) Uang *franchise* awal (*up front fee*)

Uang *franchise* awal adalah jumlah yang dibayarkan kepada *franchisor* pada saat hubungan *franchise* terjadi. Jumlah itu dapat dibayar sekaligus, atau diangsur, dengan atau tanpa bunga, dalam jangka waktu tertentu. Uang ini biasanya tidak diminta kembali, kecuali jika *franchisor* ingin mengakhiri hubungan sebelum *franchisee* memulai operasi bisnisnya, seperti misalnya, karena *franchisor* mendiskualifikasi *franchisee* selama pelatihan.

b) Royalty

Mengingat kesulitan untuk mengawasi berapa jumlah uang yang masuk dan biaya pengeluaran dalam bisnis *franchise* ini, maka untuk menentukan besarnya jumlah uang royalty atau jasa yang diberikan *franchisee* kepada *franchisor* harus diatur didalam perjanjian *franchise*.

c) Uang lain

Selain dari uang *franchise* awal atau *up front fee* dan uang royalty, perlu juga dipertimbangkan biaya dan ongkos-ongkos yang harus dibayarkan oleh *franchisee* kepada *franchisor* selama perjanjian kerjasama berlangsung, misalnya : biaya pelatihan, biaya pengembangan atau opsi, pembelian wajib produk atau jasa, komisi atau diskon dari pemasok kepada *franchisee*, biaya iklan, biaya pembaharuan, biaya transfer, bunga atas pembayaran lewat waktu, dan biaya audit.

b. Asas Perjanjian *Franchise*

Dalam setiap peraturan perundang-undangan diperlukan adanya suatu asas, karena asas ini yang melandasi, menjiwai ataupun menghidupi peraturan perundang-undangan. Adapun maksud dari asas ini adalah agar tujuan peraturan tersebut menjadi jelas. Demikian pula dalam perjanjian *franchise* ini juga diperlukan adanya asas.

Rooseno Harjowidigdo (1993:6) menyarankan asas-asas yang tepat untuk peraturan perjanjian *franchise*, adalah :

- 1) Asas kemitraan, yaitu walaupun sistem bisnis *franchise* milik *franchisor*, namun demikian dalam kerjasama dibidang perdagangan atau jasa dalam bentuk sistem bisnis *franchise* jangan menggunakan pola pemberi dan penerima, tapi gunakan pola hubungan dan kerjasama atas dasar kemitraan, kemanfaatan, tanggung jawab dan kepentingan bersama.
- 2) Asas Pikul Bareng, yaitu bahwa kerugian dalam sistem bisnis *franchise* itu kemungkinan akan ada. Oleh sebab itu resiko harus dipikul bersama antara pihak *franchisor* dan *franchisee* dengan suatu perbandingan. Jadi kerugian tidak hanya ditanggung oleh pihak *franchisee* saja, atau tanggungan pihak *franchisor* saja.
- 3) Asas *Informatieplicht*, yaitu apabila pemilik sistem bisnis *franchise* (*franchisor*) menawarkan usahanya kepada pihak lain agar bergabung dengan usahanya itu, *franchisor* harus memberikan informasi atau menyebarkan propektus atas usaha *franchisenya* itu dengan jelas dan jujur serta *franchisor* wajib memberitahukan rahasia dagang secukupnya kepada pihak *franchisee*.
- 4) Asas *Cofidental*, yaitu mewajibkan kepada para pihak (*franchisor* maupun *franchisee*) untuk menjaga kerahasiaan data-data ataupun ketentuan-ketentuan yang dianggap rahasia, misalnya masalah *trade secret know how* atau resep-resep makanan/minuman, dan tidak dibenarkan untuk memberitahukan kepada pihak ketiga, kecuali undang-undang menghendakinya.
- 5) Asas Itikad Baik, yaitu, bahwa dalam pelaksanaan perjanjian *franchise*, *franchisor* dengan itikad baik harus menjamin hak-hak yang akan diberikan kepada *franchisee* itu benar-benar miliknya bukan sebagai hasil kejahatan, dan pihak *franchisee* harus mewujudkan kewajiban yang harus diberikan kepada *franchisor* dengan baik serta itikad baik pula.
- 6) Asas Berwawasan Lingkungan, yaitu bahwa dalam pelaksanaan bisnis *franchise* para pelakunya harus memperhatikan ketentuan undang-undang lingkungan hidup.

- 7) Asas Kebebasan Berkontrak, pasal 1338 KUH Perdata menentukan, bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya. Namun demikian substansi perjanjian tersebut harus tidak melanggar ketentuan undang-undang, kesusilaan dan tidak melanggar ketertiban umum. Hal ini sesuai dengan yang ditegaskan dalam pasal 1338 KUH Perdata. Dengan demikian walaupun terdapat kebebasan berkontrak namun kebebasan tersebut harus dan berada dalam batas-batas toleransi yang ditentukan oleh hukum, kesusilaan, dan ketertiban umum.

Jadi jika para pihak menginginkan adanya hubungan yang seimbang dan saling menguntungkan, maka hubungan bisnis *franchise* yang didasarkan pada perjanjian haruslah memenuhi keseluruhan asas tersebut di atas.

Ada beberapa faktor penting yang perlu diperhatikan berkaitan dengan pembentukan perjanjian *franchise* ini, dikemukakan oleh Sumardi(1995: 49) :

- a. Mitra pasif, dalam hal ini adalah *franchisee* lainnya dan pihak konsumen. *Franchisee* lain ini harus diperhatikan karena mereka ini juga menginginkan perlakuan yang sama, di samping itu konsumen juga hendaknya diperhatikan karena *franchisor* mempunyai kewajiban yang harus dipenuhi kepada pihak ketiga (konsumen). Sehingga dengan demikian walaupun suatu kesepakatan kerjasama adalah antara dua pihak yang bersepakat, namun dalam isi kesepakatan tersebut paling tidak terdapat dua pihak lain yang terkena dampaknya, yaitu pihak *franchisee* lainnya dan pihak konsumen maupun masyarakat pada umumnya.
- b. Pemeliharaan Standar, sistem *franchise* hanya akan berjalan dengan baik jika seluruh *franchisee* memelihara sistem yang telah dibuat oleh *franchisor*.
- c. Hubungan Jangka Panjang, berbeda dengan *distributorship* maupun *dealership* yang ada pada saat ini, maka kerjasama *franchise* di Indonesia umumnya berlaku untuk jangka panjang, biasanya antara 5-10 tahun.
- d. Segi Komersial, perjanjian *franchise* hendaknya mencerminkan keadaan sesungguhnya dari sistem *franchise*, sehingga dengan demikian terdapat hubungan yang berkaitan dengan operasional sehari-hari.

- e. Pedoman Operasional, di sini dimuat hal-hal yang tidak disebutkan di dalam perjanjian, biasanya dicantumkan secara terperinci dalam suatu pedoman tentang pengoperasian suatu usaha *franchise*.
- f. Keadaan Mendesak, misalnya; meninggalnya pihak *franchisee*; pemindahan lokasi; perubahan bauran produk; pemindahan sistem *franchise* oleh *franchisor* dan pemindahan usaha *franchise* oleh *franchisee*.

c. Saat lahirnya perjanjian *franchise*

Lahirnya perjanjian *franchise* ini tidak akan terlepas dari unsur kesepakatan yang merupakan unsur mutlak sahnyanya suatu perjanjian. Hal ini ditegaskan di dalam Pasal 1320 KUH Perdata mengenai kesepakatan sebagai unsur mutlak dalam suatu perjanjian.

Di Indonesia hukum perjanjian menganut asas konsensualitas, yang berarti perjanjian tersebut lahir sejak adanya kata sepakat diantara para pihak, dalam hal ini adalah *franchisor* dan *franchisee*. Atau dapat dikatakan perjanjian *franchise* sudah sah apabila sudah ada kesepakatan antara *franchisor* dan *franchisee* mengenai hal-hal pokok meskipun belum atau tidak diikuti dengan suatu perbuatan formal. Kesepakatan tersebut lahir sejak adanya persesuaian kehendak dari para pihak yang dinyatakan dengan secara tegas yang sepatutnya dapat dianggap melahirkan maksud dari pihak yang hendak mengikatkan dirinya.

Meskipun demikian di dalam perjanjian *franchise* biasanya terlebih dahulu dilakukan tindakan pendahuluan yaitu berupa perundingan antara para pihak. Lazimnya pihak calon *franchisee* terlebih dahulu menghubungi pihak calon *franchisor* untuk mengutarakan maksudnya membuka perusahaan *franchise* di bawah merk *franchisor* tersebut pada suatu daerah tertentu, sehingga dalam menanggapi hal permohonan tersebut pihak calon *franchisor* biasanya mengadakan survey ke lokasi di mana perusahaan *franchise* itu akan beroperasi. Peninjauan lokasi ini dilakukan sebagai bahan-bahan pertimbangan bagi calon *franchisor* dalam menyusun syarat-syarat baku yang nantinya akan dibebankan pada pihak calon *franchisee*, sedangkan survey dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana kondisi daerah tersebut apakah memenuhi syarat bagi dibukanya

perusahaan cabang *franchise* terutama dari segi pemasaran maupun standart bangunan di mana usaha tersebut akan beroperasi.

Disamping itu menurut Pasal 3 ayat (1) Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 selanjutnya menentukan bahwa sebelum membuat perjanjian, *franchisor* wajib menyampaikan keterangan kepada *franchisee* secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- 1) Nama *franchisor*, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya;
Keterangan mengenai *franchisor* menyangkut identitasnya, antara lain nama dan atau alamat tempat usaha, nama dan alamat *franchisor*, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan *franchise*, keterangan mengenai *franchisee* yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan.
- 2) Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek *franchisee*;
- 3) Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi *franchisee*;
Persyaratan yang harus dipenuhi *franchisee* antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran, dan pengawasan mutu.
- 4) Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan *franchisor* kepada *franchisee*;
Keterangan mengenai prospek kegiatan *franchise*, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek dimaksud.
- 5) Hak dan Kewajiban *franchisor* dan *franchisee*;
Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan dan pedoman kerja.
- 6) Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian *franchise* serta hal-hal lain yang perlu diketahui *franchisee* dalam rangka pelaksanaan perjanjian *franchise*.

Selanjutnya *franchisor* diwajibkan memberikan waktu yang cukup kepada *franchisee* untuk meneliti dan mempelajari informasi-informasi yang disampaikan tersebut secara lebih lanjut.

Kemudian setelah calon *franchisee* mempelajari dan mengerti isi dari format perjanjian tersebut, dan ternyata ia tidak keberatan untuk memenuhi hak

dan kewajiban yang timbul dari perjanjian tersebut, maka akhirnya persetujuan itu dapat tercapai yang selanjutnya nanti akan diikuti dengan penandatanganan perjanjian *franchise* tersebut.

d. Berlakunya perjanjian *franchise*

Menurut Sumardi (1995:55) yang dimaksud dengan masa berlakunya perjanjian *franchise* adalah lamanya waktu selama *franchisee* boleh menggunakan lisensi atau sistem yang di*franchise*kan. Di dalam pembelian suatu *franchise* tidak memberi hak kepada *franchisee* untuk menggunakan sistem dan merk dagang milik *franchisor* secara terus-menerus. Sehingga lebih tepat dikatakan, bila pembelian dalam sistem *franchise* ini disebut sebagai sewa yang dilakukan oleh *franchisee* terhadap sistem dan merek dagang dari *franchisor*.

Adapun jangka waktu perjanjian *franchise* berlaku sekurang-kurangnya adalah 5 (lima) tahun (Bab II Pasal 8 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), dengan kemungkinan perpanjangan.

Menurut Rooseno (1993:18) untuk menentukan jangka waktu yang tepat dalam perjanjian *franchise* memerlukan beberapa pertimbangan:

1. Kebutuhan Untuk Memperbaharui Hubungan secara Berkala

Franchisor dan *franchisee* lebih merasa aman dengan adanya jangka waktu yang cukup lama agar dapat memetik hasil dari investasinya. Keamanan modal itu merupakan perhatian pokok sebagaimana besar *franchisee*, sehingga *franchisor* lebih menyukai mengubah kontrak perjanjian secara berkala sehingga dapat memperbaharui aspek-aspek yang secara alami berubah oleh perjalanan waktu, seperti uang pembayaran *fee*, standart operasi, pembatasan wilayah, sejalan dengan tingkat perkembangan sistem *franchise*, perubahan pasar, serta perubahan hukum yang mengaturnya.

2. Hubungan Dengan Sewa

Lokasi tempat usaha merupakan unsur penting bagi keberhasilan usaha *franchise* yang mempunyai kaitan tertentu dengan jangka waktu sewa lokasi.

Hal ini karena apabila tempat usaha *franchise* didapat dengan suatu sewa, maka jangka waktu perjanjian *franchise* harus lebih lama, atau paling tidak sama dengan lamanya jangka waktu sewa tempat perusahaan *franchise*.

3. Hak Perpanjangan

Salah satu tehnik untuk menyeimbangkan kepentingan yang berbeda-beda antara para pihak dalam hubungan *franchise* adalah dengan menetapkan jangka waktu menengah, misalnya 10 tahun, dengan hak perpanjangan untuk kepentingan *franchisee*. Namun demikian untuk hak perpanjangan hubungan kerjasama perjanjian *franchise* ini peraturan perlu menentukan beberapa hal kepada *franchisee*, misalnya masalah :

- a. Ketaatan pada kontrak. Pada umumnya *franchisor* enggan memperbaharui perjanjian apabila *franchisee* berkali-kali melanggar perjanjian selama jangka waktu awal, atau melakukan wanprestasi pada saat pembaharuan;
- b. Perpanjangan jangka waktu sewa tempat usaha untuk disesuaikan dengan jangka waktu pembaharuan;
- c. Kewajiban memperbaiki tempat usaha sesuai standart yang berlaku;
- d. Pembayaran uang perpanjangan berupa jumlah uang yang dihitung agar cukup untuk menutup biaya administrasi dan jasa hukum yang timbul karena perpanjangan itu;
- e. Pelepasan klaim sebelumnya. Keadaan yang seringkali bersifat kontrofensial bagi perpanjangan adalah adanya persyaratan bahwa *franchisee* melepaskan tuntutan atas klaim lain sebagai kondisi untuk perpanjangan.

Kemungkinan untuk memperpanjang dan atau memperbaharui perjanjian, membuka peluang bagi kedua belah pihak untuk dapat menikmati keuntungan yang lebih besar lagi di masa-masa yang akan datang.



BAB III

PEMBAHASAN

3.1 Kedudukan Perjanjian Franchise Dalam Hukum Perjanjian Di Indonesia.

Perkembangan *franchise* di Indonesia dewasa ini memang cukup pesat, sehingga di tahun 1990 pelaku bisnis di Indonesia mulai melihat usaha *franchise* ini sebagai suatu peluang usaha yang dapat dikembangkan dan diterapkan, dan berkat dorongan dari pemerintah mulai dibentuk wadah *franchisor* yaitu AFI (Asosiasi *Franchise* Indonesia).

Model bisnis *franchise* ini menjanjikan banyak manfaat, dimana *franchisor* dan *franchisee* dapat saling berkontribusi mengurangi masalah sosial dan ekonomi masyarakat karena dapat menambah kecepatan kesempatan kerja, memperluas peluang untuk pemerataan kesempatan distribusi barang dan jasa. Dengan kata lain, bisnis *franchise* memiliki peran strategis dalam pembangunan ekonomi nasional.

Perkembangan bisnis *franchise* di Indonesia banyak dipengaruhi oleh perubahan-perubahan kebijakan bisnis dan terutama dukungan lembaga hukum. Keterbukaan ekonomi yang dicanangkan oleh pemerintah sekarang ini tampaknya semakin luas mendorong keterbukaan perkembangan ekonomi secara global. Paket-paket deregulasi diharapkan semakin mampu menunjang praktek-praktek integrasi ekonomi dalam skala nasional maupun Internasional, yang pada gilirannya akan mencapai sasaran usaha yang lebih luas dan menjamin kelangsungan hidup usaha disegala bidang. Disamping itu kerja sama ekonomi dalam berbagai bentuk diharapkan akan dapat semakin berkembang. Namun masih disayangkan bahwa kendala-kendala yang menghambat perkembangan bisnis *franchise* masih terasa. Kelemahan di bidang hukum *franchise* yang mengatur hubungan *franchisor* dan *franchisee* mau tidak mau akan menyebabkan kurang menariknya wahana *franchise* sebagai suatu alternatif dalam mengembangkan bisnis di tanah air. Kecenderungan baru mengembangkan usaha *franchise* ternyata bukan lagi monopoli perusahaan asing.

Upaya pemerintah menumbuhkan *franchise* sebagai pola alternatif pengembangan usaha kecil dan menengah merupakan kebijakan yang tepat dan implementasinya berwujud pada kemitraan, sedang usaha berdasarkan prinsip saling menguntungkan. Untuk itu diperlukan suatu undang-undang yang mengatur perlunya transparansi tentang eksistensi *franchisor* kepada calon *franchisee*. Adanya transparansi *franchise* merupakan wujud dari profesionalisme dan bonafiditas dari *franchisor*, sekaligus kesempatan bagi calon *franchisee* (pengusaha kecil dan menengah) untuk memperoleh informasi yang obyektif sebelum memutuskan untuk berinvestasi.

Arus masuknya *franchise* asing ke Indonesia sangat pesat, hal ini disebabkan karena peran Indonesia sangat kondusif bagi investasi *franchise* asing, hal ini disebabkan karena pemerintah Indonesia menganut devisa bebas. Selain itu pertumbuhan dan perkembangan kelompok kelas menengah merupakan konsumen yang potensial dalam bisnis *franchise* khususnya di kota-kota besar.

Besarnya arus *franchise* asing ke Indonesia juga dipengaruhi oleh selera sebagian besar masyarakat kelas menengah yang menyukai produk dan merek terkenal dari luar negeri, karena mereka beranggapan bahwa produk/merek dari luar negeri lebih berkualitas dan punya gengsi tersendiri.

Menurut data yang diungkapkan oleh Amir Karamoy (Tempo, 1991), sejak tahun 1990 pertumbuhan *franchisee* lokal/nasional hampir nihil, sedangkan pertumbuhan master *franchise* atau *franchisor* asing rata-rata sepuluh kali lipat. Data ini memperkuat pendapat bahwa pasar Indonesia sangat diminati oleh *franchise* asing, namun sebaliknya perkembangan *franchisee* lokal/nasional sangat memprihatinkan. Stagnasi pertumbuhan *franchisee* lokal/ nasional merupakan tantangan bagi pemerintah dan pengusaha nasional, sehingga perlu dicari strategi yang tepat untuk mendorong pertumbuhan *franchisee* lokal/nasional sebagai upaya untuk membendung masuknya *franchisor* asing, misalnya dengan mendorong BUMN atau perusahaan swasta nasional yang telah mapan untuk *go franchise*

Mengenai larinya devisa keluar negeri, Amir Karamoy (Gatra, 1996) lebih suka mengajukan alternatif berupa penentuan prosentase batas maksimum royalty

yang harus dibayarkan kepada perusahaan *franchise* asing atau melalui mekanisme devisa.

Disamping itu diakui bahwa bisnis *franchise* ini menguntungkan, karena tidak perlu pusing memikirkan pengelolaannya, mereka tinggal mengeruk royalti dari pengguna. Kemampuan *franchise* asing untuk membuka cabang sulit sekali ditandingi oleh *franchise* lokal. Hal ini disebabkan karena *franchise* lokal kurang mampu menciptakan kreativitas. Sebenarnya banyak pelajaran yang bisa diambil dari berbisnis *franchise* asing, seperti alih teknologi dan penciptaan lapangan kerja baru, namun tidak banyak yang bisa memanfaatkannya menjadi *franchisee* lokal. Padahal kelemahan itu justru mengakibatkan banyak devisa lari keluar negeri lewat pembayaran royalti dan impor bahan baku dan peralatan. Kelemahan-kelemahan itu agaknya membuat trauma beberapa kalangan pengusaha untuk membangun usaha sendiri, yang harus dimulai dari nol dan mempunyai resiko gagal. Maka mereka cenderung mencari cara lebih gampang, yaitu terjun di dunia *franchise*. (Gatra, 1996)

Alangkah baiknya apabila perusahaan-perusahaan domestik, baik perusahaan milik negara dan perusahaan swasta bonafide menjadikan perusahaan mereka sebagai *franchisor* nasional. Bangsa Indonesia sebenarnya memiliki potensi besar untuk mengembangkan bisnis *franchise*, misalnya saja bisnis rumah makan Minang, rumah makan Sunda (Kuring), rumah makan Jawa Timur, jasa kebersihan dan perawatan gedung, mini market, jasa bengkel, kosmetik dan obat-obatan tradisional Indonesia, percetakan, biro perjalanan dan masih banyak lagi yang lainnya.

Pembentukan *franchise* nasional akan menciptakan program kemitraan saling menguntungkan antara perusahaan besar dengan perusahaan kecil dapat berlangsung secara lugas dan dalam format bisnis yang tidak direkayasa dan bukan berdasarkan belas kasihan. Kemitraan dalam bentuk *franchise* antar perusahaan nasional/domestik jelas lebih murah dan tidak menguras devisa, disamping itu pola seperti ini dapat mendorong pengusaha kecil berkembang menjadi pengusaha tangguh. Apalagi dalam kondisi krisis moneter seperti

sekarang ini sehingga dibutuhkan suatu usaha mandiri yang tidak tergantung pada pihak asing.

Pesatnya pertumbuhan bisnis *franchise* ini tidak akan terlepas dari konflik-konflik yang menyertai antara pihak yang terlibat didalam perjanjian, sehingga pemerintah dalam hal ini tidak harus tinggal diam.

Berdirinya AFI (Asosiasi *Franchise* Indonesia), diharapkan pebisnis *franchise* dapat saling bertukar pikiran dan menyelesaikan masalah-masalah yang timbul dalam usaha *franchise*, namun nampaknya usaha pemerintah ini kurang mendapat respon yang baik dari para pebisnis *franchise* itu sendiri.

Disamping itu pemerintah telah mengatur perjanjian *franchise* dalam ketentuan perundang-undangan yaitu di dalam Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba, dengan tidak meninggalkan UU Hak Paten, Hak Cipta dan Hak Merek, serta asas kebebasan berkontrak didalam KUH Perdata yang dapat menjadi landasan bisnis *franchise*. Sejalan dengan hal itu didukung pula dengan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/MPP/7/1997 Tanggal 30 juli 1997 Tentang Ketentuan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

Didalam KUH Perdata perjanjian *franchise* ini dapat menggunakan ketentuan dalam pasal 1338 yaitu tentang Kebebasan Berkontrak, disamping juga harus memperhatikan ketentuan dalam Pasal 1320 tentang syarat sahnya perjanjian. Dalam Pasal 1338 KUH Perdata perjanjian *franchise* merupakan bentuk perjanjian kontrak antara *franchisor* dengan *franchisee*, kedua belah pihak saling menyepakati ketentuan yang telah mereka buat itu. Pada pasal 1338 disebutkan bahwa semua perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya asalkan tidak bertentangan dengan ketertiban umum, kesusilaan dan undang-undang.

Begitu pula didalam Pasal 1320 KUH Perdata tentang syarat sahnya perjanjian yang meliputi empat syarat, yaitu: Sepakat mereka yang mengikatkan diri, kecakapan untuk membuat suatu perikatan, suatu hal tertentu, dan suatu sebab yang halal.

Dalam UU Paten No. 14 Tahun 2001, bentuk *franchise* ini termasuk dalam bidang penemuan berupa resep (untuk *franchise* di bidang makanan/food), mengacu pada pasal 73 UU Paten No. 14 tahun 2001, maka hak paten yang dimiliki oleh *franchisor* dapat beralih atau dapat dialihkan baik seluruhnya maupun sebagian kepada *franchisee*, hal ini menunjukkan bahwa pengalihan teknologi seperti didalam *franchise* ini diakui di negara kita.

Biasanya hal ini dilakukan oleh *franchisee* dalam mengajukan permohonan kepada *franchisor* untuk membuka outlet baru. Didalam UU merek No. 15 tahun 2001 bahwa *franchise* ini wajib untuk mendaftarkan mereknya yang dalam hal ini bisa berupa logo atau gambar (pasal 1 UU Merek No. 15/2001). Jadi pada saat ini kedudukan hukum *franchise* di Indonesia cukup kuat dan diatur keberadaannya didalam suatu undang-undang tersendiri, seperti yang tercantum di dalam Pasal 2 ayat (2) PP No. 16 Tahun 1997 yang menyatakan bahwa perjanjian *franchise* ini dibuat dalam bahasa Indonesia dan hukum yang berlaku adalah Hukum Indonesia. Namun didalam prakteknya keberadaan undang-undang itu masih dirasakan oleh beberapa kalangan terutama pihak *franchisee* masih belum cukup mampu melindungi kedudukan mereka.

3.2 Analisis Antara Teori dan Praktek Dalam Perjanjian Franchise dan Akibat Hukum Yang Ditimbulkan (Studi di California Fried Chichen (CFC) Madiun)

3.2.1 Para Pihak dan Kedudukannya Dalam Perjanjian *Franchise* Perjanjian

CFC merupakan suatu bentuk perusahaan *franchise* lokal yang dapat membantu perputaran modal di dalam negeri. Dalam kondisi perekonomian seperti sekarang ini maka kehadiran *franchise* lokal sangat diharapkan dapat membantu berputarnya modal didalam negeri, disamping itu *franchise* lokal merupakan sarana untuk membuka kesempatan berusaha bagi para pengusaha khususnya golongan menengah maupun kecil, serta dapat membuka kesempatan lapangan kerja. Melihat kondisi perekonomian yang semakin tidak menentu maka tingkat daya beli masyarakat terhadap produk *franchise* asing menjadi menurun, sehingga kehadiran *franchise* lokal ini dapat dijadikan alternatif karena bahan

baku yang dibutuhkan dapat dipenuhi sendiri di pasar lokal dan biaya produksinya dapat disesuaikan.

Hal yang mendasar dari suatu perjanjian *franchise* adalah pemberian lisensi atau menggunakan, menjual atau mengoperasikan suatu nama atau merek dagang, format bisnis dan/atau prosedur/proses milik *franchisor* kepada *franchisee*. Dengan demikian *franchisee* mempunyai hak untuk menggunakan sistem pemasaran atau pendistribusian barang atau jasa yang telah dikembangkan oleh franchisor dengan menggunakan nama atau merek dagang *franchisor*.

Perjanjian *franchise* pada dasarnya adalah perjanjian seperti yang dimaksud dalam pasal 1313 KUH Perdata, yang berbunyi “Suatu Persetujuan adalah suatu perbuatan dengan mana satu orang atau lebih mengikatkan dirinya terhadap satu orang atau lebih”. Dengan demikian perjanjian menurut pasal 1313 KUH Perdata merupakan perjanjian obligatoir.

Para pihak yang terlibat dalam perjanjian *franchise* CFC, yaitu :

1. Pihak Pertama : PT. Putra Sejahtera Pioneerindo (PSP) selaku *Franchisor*.

Pihak pertama ini adalah pemilik sah atas merek dengan logo CFC yang telah terdaftar di Direktorat Jendral Hak Cipta, Paten dan Merek pada Departemen Kehakiman RI No. 002067 tanggal 15 Oktober 1990, pihak pertama ini berhak menyelenggarakan restoran CFC dengan cara pemberian hak *Franchise*.

2. Pihak Kedua : Bapak Sony Hendarto selaku *Franchisee* atau *owner*/pemilik outlet

Pihak kedua ini menyediakan bangunan/ruangan yang sesuai standart dan ketentuan pihak pertama, sehingga pihak kedua berhak membuka restoran dengan merek CFC yang dikelola dengan cara menghadirkan makanan dan minuman yang disiapkan dan diolah dengan resep dan bumbu yang dikenal dengan nama CFC.

CFC secara mandiri dapat mengatur hubungan-hubungan hukum diantara mereka berdasarkan kesepakatan para pihak dan berdasarkan asas kebebasan berkontrak. Kebebasan berkontrak disini haruslah dikaitkan dengan daya mengikatnya perjanjian, seperti yang dimaksud oleh pasal 1338 ayat (1) KUH Perdata yaitu “Bahwa setiap perjanjian yang dibuat secara sah berlaku sebagai

undang-undang bagi para pihak yang membuatnya". Dengan demikian perjanjian *franchise* yang dibuat dan telah memenuhi unsur-unsur pasal 1320 KUH Perdata merupakan perjanjian yang sah dan mengikat para pihaknya yaitu PSP dan Sony Hendarto (CFC Madiun).

Suatu perjanjian adalah merupakan *Legal Document*, maka adalah penting dalam pembentukan perjanjian itu digunakan istilah-istilah, ungkapan-ungkapan, serta bahasa yang digunakan harus jelas, tepat dan tidak menimbulkan keraguan bagi masing-masing pihak.

Penggunaan istilah, ungkapan, maupun bahasa yang tidak jelas dapat menimbulkan penafsiran yang berbeda sehingga dapat merugikan salah satu pihak atau kedua belah pihak dalam perjanjian *franchise* tersebut.

Dalam perjanjian *franchise* biasanya dinyatakan bahwa *franchisee* adalah kontraktor independen dan bukannya agen atau pegawai *franchisor*. Artinya *franchisee* tidak bekerja dibawah perintah *franchisor*, karena pada dasarnya kedudukan *franchisor* dan *franchisee* adalah sejajar. Oleh karena *franchisee* dipandang sebagai kontraktor independen maka apabila *franchisee* melakukan tindakan yang merugikan pihak ketiga, *franchisor* tidak bertanggung gugat kepada pihak ketiga yang dirugikan oleh *franchisee* (Forum Keadilan, 1990:16).

Hubungan yang terjadi antara *franchisor* dan *franchisee* pada dasarnya adalah hubungan normal antara dua kontraktor independen yang saling menghormati hak masing-masing pihak yang tercantum dalam perjanjian. *Franchisee* pada dasarnya adalah pemilik usaha *fast food restaurant* yang dikelolanya, yang dalam menjalankan usahanya menggunakan nama dan merek dagang serta sistem pemasaran maupun pendistribusian milik *franchisor*.

Walupun kedudukan *franchisor* dan *franchisee* sejajar, namun *franchisor* mempunyai hak untuk melakukan pengawasan dan pengendalian usaha yang dijalankan oleh *franchisee* yang menggunakan nama merek dagangnya. Hal ini untuk menjaga dan meningkatkan reputasi produk barang dan jasa yang di *franchisee*kan agar tercapai suatu keseragaman mutu sesuai standart mutu yang telah ditetapkan oleh *franchisor*.

3.2.2 Syarat/Klausula Yang Tercantum Dalam Perjanjian *Franchise*.

Ketentuan yang mengatur mengenai hal-hal minimum yang harus diatur dalam perjanjian *franchise* dapat ditemukan dalam rumusan pasal 7 Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 259/MPP/7/1997 tanggal 30 Juli 1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba. Dalam Ketentuan ini dikatakan bahwa :

Perjanjian waralaba antara pemberi waralaba dengan penerima waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula mengenai :

- a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
- b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
- c. Nama dan Jenis Hak atas Kekayaan Intelektual, penemuan atau ciri khas usaha misalnya system manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek waralaba;
- d. Hak dan Kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada penerima waralaba;
- e. Wilayah Pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima waralaba;
- m. Pilihan Hukum.

Apabila dilihat pada standart perjanjian *franchise* CFC yang telah ditetapkan syarat-syaratnya oleh PSP selaku pihak *franchisor*, maka sangatlah kecil kemungkinannya bagi CFC Madiun sebagai pihak *franchisee* untuk dapat melakukan penawaran terhadap klausula-klausula yang ada dalam perjanjian tersebut karena standart perjanjian itu dibuat baku dan telah disesuaikan dengan kepentingan dari *franchisor* sendiri.

Klausula yang terdapat dalam standart kontrak tersebut antara lain:

1. Nama, alamat, dan tempat kedudukan perusahaan masing-masing pihak;
2. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;
3. Pokok Perjanjian yang meliputi hak dari *franchisee* dalam penggunaan merek dagang dari *franchisor*;
4. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
5. Biaya *franchise fee* dan biaya royalti;
6. Biaya-biaya lain;
7. Pengaturan asuransi;
8. Kewajiban dari *Franchisee*;
9. Kewajiban dari *Franchisor*;
10. Hal-hal yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian, yang meliputi larangan-larangan yang harus diperhatikan oleh *franchisee*;
11. Pernyataan dan jaminan oleh *franchisee*;
12. Pernyataan dan jaminan atas kepemilikan sah dari merek dagang oleh pihak *Franchisor*;
13. Pengaturan tentang ingkar janji;
14. Sanksi-sanksi atas wanprestasi;
15. Pengalihan hak;
16. Ketentuan jika terjadi keadaan kahar;
17. Perihal pemberitahuan;
18. Cara penyelesaian sengketa;
19. *Addendum*.

Dalam perjanjian *franchise* ini jika dikaji lebih mendalam, tampak bahwa klausula yang memuat identitas dari masing-masing pihak penting dicantumkan dalam perjanjian *franchise*. Hal ini untuk memberikan kepastian hukum bagi para pihak yang terikat dalam perjanjian, sehingga jelas kedudukan dari masing-masing pihak yang terikat dalam perjanjian *franchise* ini.

Pada umumnya suatu perjanjian *franchise* terdapat klausula yang menyatakan bahwa *franchisor* memberikan kepada *franchisee* hak atas kekayaan intelektual yang dikembangkan dalam suatu unit *franchise*. Tidak berbeda dengan perjanjian CFC ini, dimana terdapat klausula tentang pokok perjanjian yang mana pihak *franchisor* sepakat untuk memberikan hak atas *franchise* tersebut dalam penyelenggaraan *fast food restaurant* dengan merek CFC yang dikelola dengan cara menghidangkan makanan dan minuman yang disiapkan dan diolah dengan resep bumbu yang telah dikenal dengan nama dagang CFC kepada *franchisee*.

Perjanjian *franchise* CFC ini juga mengatur klausula tentang jangka waktu, tata cara dan syarat-syarat perpanjangan perjanjian. Dimana pada dasarnya *franchisor* dan *franchisee* lebih merasa aman dengan adanya jangka waktu yang cukup lama agar dapat memetik hasil dari investasinya. Adapun jangka waktu perjanjian *franchise* CFC ini adalah 5 (lima) tahun dan dimungkinkan untuk dilakukan perpanjangan lagi jika telah habis masa kontraknya dengan persetujuan para pihak dengan syarat, bahwa *franchisee* harus memberitahukan secara tertulis maksud perpanjangan paling lambat 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu perjanjian. Pemberitahuan tersebut juga diikuti dengan kewajiban untuk membayar *franchise fee* kembali untuk 5 (lima) tahun kedepan secara tunai. Dalam perpanjangan ini dimungkinkan untuk menentukan dan atau mengadakan ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat yang baru.

Mengenai biaya *franchise*, *franchisor* mengindikasikan bahwa *franchise* yang diberikan ditukar dengan suatu biaya yang telah ditentukan dalam perjanjian yang disebut dengan *franchise fee*. Disamping itu dalam perjanjian juga memuat penentuan royalti. Disini *franchisee* akan membayar royalti kepada *franchisor* selama perjanjian itu berlaku, yang besarnya royalti adalah 7 % dari hasil penjualan kotor setelah dikurangi PPN 10 %..

Disamping *franchise fee* dan *royalty fee*, dalam perjanjian CFC tersebut juga memuat klausula tentang biaya-biaya lain, yang meliputi biaya perijinan atau pungutan lainnya yang berhubungan dengan penyelenggaraan usaha restoran, pajak dan uang jaminan royalti.

Selain itu biasanya ada klausula yang mengatur tentang hak dan kewajiban dari masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada *franchisee*. Dalam praktek tampak bahwa, kewajiban dari *franchisee* ini tidak hanya termuat dalam klausula khusus, namun juga termuat dalam klausula lain. Misalnya: termuat dalam hal-hal yang tidak boleh dilakukan oleh *franchisee* dan juga termuat dalam pernyataan dan jaminan dari *franchisee*.

Klausula mengenai larangan-larangan bagi *franchisee* ini harus diperhatikan, karena jika dilanggar dapat berakibat putusya perjanjian atau berakhirnya perjanjian. Larangan-larangan ini meliputi : larangan untuk mengalihkan hak dan kewajibannya kepada pihak lain, larangan untuk melakukan perjanjian lain yang sifatnya menimbulkan pertentangan kepentingan dengan pelaksanaan perjanjian, larangan untuk memakai dan menjual makanan dan minuman dengan merek dan logo CFC berikut rahasia-rahasia perdagangan diluar wilayah/ lingkungan restoran yang telah disepakati, larangan untuk menjual makanan dan minuman selain dari *franchisor* dan larangan untuk mengganti/ mengubah *equipment* tanpa persetujuan dari *franchisor*. Larangan ini pada dasarnya merupakan bagian dari kewajiban yang harus dilaksanakan oleh *franchisee*, dan pelanggaran atas ketentuan itu dapat berakibat pemutusan perjanjian karena suatu wanprestasi.

Mengenai asuransi meskipun tidak dipersyaratkan secara tegas dalam perjanjian pada Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba.. Namun, dalam perjanjian *franchise* antara PSP dengan CFC Madiun telah terdapat ketentuan tentang kewajiban mengasuransikan usaha *franchise* tersebut. *Franchisor* meminta *franchisee* untuk menjaga agar tempat usaha berada dalam kondisi yang aman dan mengasuransikannya, dengan nilai pertanggungan yang memadai selama jangka waktu *franchise* dan menanggung serta membayar premi asuransi atas kerugian yang ditimbulkan sebagai akibat dari resiko, serta mengirimkan foto copy polis asuransi tersebut kepada *franchisor*. Namun didalam praktek, klausula ini tidak diaplikasikan sebagaimana mestinya dimana *franchisee* tidak mengasuransikan usaha *franchisenya*. Disini *franchise* tidak sepenuhnya

bersalah mengingat sudah dilakukannya kesepakatan secara diam-diam, karena dianggap klausula ini bukan merupakan hal yang utama (*urgent*), sehingga dapat dilakukan penawaran dengan konsekwensi atas segala keadaan yang timbul dari *overmacht* maka *franchisor* tidak ikut menanggung beban atasnya dan sepenuhnya menjadi resiko dari *franchisee*. Peruntukkan asuransi ini bagi *franchisor* adalah berkaitan dengan cara pembelian atas peralatan yang digunakan dalam usaha *franchise* dengan cara kredit, mengingat CFC Madiun membeli segala peralatan yang dibutuhkan dengan cara tunai (*cash*) maka *franchisor* tidak sepenuhnya mempunyai dampak langsung atas segala akibat yang ditimbulkan karena tidak mengasuransikan usaha *franchise* yang bersangkutan.

Perjanjian *franchise* antara PSP dengan CFC Madiun memuat klausula tentang pernyataan dan jaminan dari *franchisee*. Pada dasarnya klausula ini merupakan suatu janji dari *franchisee* bahwa *franchisee* akan memenuhi semua syarat dan ketentuan yang ditetapkan oleh *franchisor*.

Disamping itu juga termuat janji dan jaminan dari *franchisor*, yaitu *franchisor* sebagai pemilik sah dari merek dagang CFC dan menjamin *franchisee* dalam penyelenggaraan restoran tidak akan mendapat gangguan/gugatan dari pihak manapun sehubungan dengan pemakaian logo dan merek dagang CFC. Konsekwensi dari jaminan tersebut adalah *franchisor* memiliki hak tunggal untuk mengadakan pembelaan, kompromi, atau penyelesaian atas setiap klaim, sesuai dengan pertimbangannya. *Franchisee* tidak diijinkan untuk menyelesaikan klaim/gugatan itu tanpa izin tertulis dari *franchisor*, dan *franchisor* wajib menanggung segala biaya yang timbul akibat dari klaim/gugatan terhadap mereknya itu dengan menggunakan penasehat hukum yang dimilikinya. Disamping itu *franchisor* juga menjamin akan selalu mengadakan persediaan bumbu-bumbu dan pembungkus secara memadai selama *franchisee* memenuhi kewajibannya untuk membayar biaya-biaya yang ditetapkan dalam perjanjian tersebut. Bahan baku tersebut baik itu bahan kering (bumbu, tepung, saos) maupun bahan *frozen* (ayam, *chicken nugget*, *chicken patty*) dikirimkan setiap seminggu sekali, demi tetap menjaga kualitas dan mengadakan persediaan bagi usaha *franchise* tersebut. Jika diketahui bahan yang dibeli rusak sebelum

berakhirnya masa kadaluwarsa bahan bersangkutan menjadi tanggungan dari *franchisor* dan dapat dikembalikan untuk meminta gantinya, namun jika diketahui setelah masa kadaluwarsa bahan bersangkutan habis menjadi resiko *franchisee*.

Franchisee dianggap ingkar janji (wanprestasi) jika melakukan perbuatan-perbuatan yang dapat menimbulkan kerugian bagi *franchisor*, yang meliputi: keterlambatan melakukan pembayaran biaya royalti, tidak melaksanakan kewajiban yang telah dibebankan kepadanya, tidak memenuhi ketentuan tentang *Quality of control* dan syarat lain yang telah ditentukan oleh *franchisor*. Wanprestasi ini dapat berakibat pengakhiran atau pembatalan perjanjian oleh *franchisor*, dan kepadanya dapat dibebankan ganti kerugian.

Mengenai sanksi terhadap wanprestasi ini lebih lanjut dituangkan dalam pasal 12, jika *franchisee* melakukan pelanggaran terhadap merek dagang *franchisor*, pihak *franchisee* wajib membayar ganti rugi kepada *franchisor* yang besarnya kurang lebih sama dengan biaya *franchise* dalam batas waktu 14 (empat belas) hari sejak peringatan diberikan oleh *franchisor* kepada *franchisee*. Jika ternyata *franchisee* belum melakukan kewajiban tersebut maka *franchisor* berhak untuk mengakhiri perjanjian.

Disamping itu juga dalam perjanjian *franchise* CFC juga memuat hal yang berkaitan dengan pemindahtanganan hak *franchise* atau pengalihan hak, yang pada dasarnya tidak diperbolehkan tanpa adanya persetujuan tertulis dari *franchisor*.

Selanjutnya dalam perjanjian *franchise* ini terdapat klausula yang tidak ditentukan dalam klausula yang dipersyaratkan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba yaitu dalam hal keadaan kahar. Dalam perjanjian *franchise* CFC, *franchisor* lebih menyikapi keadaan kahar yaitu suatu keadaan yang masing-masing pihak tidak mampu melakukan hak dan kewajibannya yang terbit dari perjanjian *franchise* karena terjadinya bencana banjir, gempa bumi, angin ribut, kebakaran, kerusakan dan atau perang. Keadaan tersebut menyebabkan jangka waktu perjanjian dapat diperpanjang dengan suatu jumlah waktu keadan kahar yang telah terjadi dengan syarat yang telah ditetapkan.

Hal ini menunjukkan bahwa *franchisor* lebih kritis menyingkapi masalah yang mungkin timbul untuk mengantisipasi terjadinya suatu sengketa.

Perjanjian *franchise* CFC ini menegaskan bahwa setiap hal yang berkenaan dengan perjanjian yang hendak diberitahukan oleh *franchisee* kepada *franchisor* harus disampaikan secara tertulis dengan surat tercatat atau lewat kurir dengan memperoleh tanda terima tertulis pada alamat-alamat yang telah disepakati bersama.

Kemudian ada seksi tentang penyelesaian perselisihan, dimana seksi ini dapat mengindikasikan bahwa pertentangan atau klaim apapun yang timbul dari atau sehubungan dengan pelaksanaan perjanjian akan diselesaikan dengan jalan musyawarah. Namun, jika dengan cara musyawarah tidak berhasil, maka kedua belah pihak ini harus memilih domisili yang tetap dikantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.

Klausula terakhir yang tercantum dalam perjanjian *franchise* CFC, adalah tentang *Addendum*, yang memuat hal-hal yang dianggap perlu untuk ditegaskan tetapi belum diatur dalam perjanjian ini dapat diatur kemudian oleh para pihak.

Apabila diperbandingkan antara klausula perjanjian *franchise* yang ditentukan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba dengan yang terdapat dalam standart kontrak CFC, keduanya tidak mengandung perbedaan yang berarti. Sehingga dapat dikatakan bahwa standart perjanjian CFC tidak menyimpang dari ketentuan peraturan perundang-undangan yang berlaku, hanya saja standart kontrak tersebut kurang memuat klausula-klausula yang justru pada akhirnya dapat menimbulkan perselisihan, seperti misalnya klausula yang mengatur tentang penunjukan wilayah pemasaran usaha. Penunjukan wilayah pemasaran *franchise* dalam perjanjian *franchise* dapat mencakup seluruh atau sebagian wilayah Indonesia. Ini berarti *franchise* dapat bersifat teritorial eksklusif untuk seluruh wilayah Indonesia, maupun teritorial non eksklusif yang hanya dibatasi untuk daerah tertentu dalam wilayah Indonesia. *Franchisor* tidak diijinkan menunjuk lebih dari 1(satu) *franchisee* dilokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang

sama, hal ini berkaitan dengan perlindungan *intra brand competition*, namun hal ini kurang dirumuskan secara tegas dalam perjanjian *franchise* antara PSP dengan CFC Madiun ini.

Disamping itu ganti rugi dalam perjanjian *franchise* tidak dituangkan dalam klausula tersendiri, ganti rugi ini oleh penulis diidentikkan dengan sanksi atas wanprestasi yang termuat dalam perjanjian CFC, bahwa pihak terhadap siapa suatu perikatan tidak dipenuhi dapat menuntut penggantian biaya, kerugian dan bunga. Dalam hal ini, tuntutan ganti rugi yang diminta sebagai akibat pembatalan, pemutusan, pengakhiran perjanjian lebih awal atau sebagai sanksi dari suatu wanprestasi harus jelas dan dikuantifikasikan dalam suatu nominal mata uang tertentu.

Klausula tentang penggunaan barang/bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil, bahwa *franchisor* harus mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagai *franchisee* dan atau pemasok dalam rangka penyediaan dan atau pengadaan barang atau jasa. Didalam praktek klausula ini kurang mendapat perhatian mengingat *franchisor* berupaya semaksimal mungkin mendapatkan keuntungan dengan merangkul pengusaha yang memiliki modal yang cukup besar. *Franchisee* sendiri berkeinginan untuk mendapatkan pasokan bahan baku yang berkualitas dan terjamin standart mutunya sesuai dengan yang telah dijanjikan oleh *franchisor*.

Pembinaan, bimbingan dan pelatihan biasanya ditentukan dalam klausula perjanjian *franchise*, namun didalam perjanjian CFC ini tidak diatur secara rinci tentang pelatihan dan bantuan dari *franchisor*. Bantuan dan pelatihan dari *franchisor* ini secara detail dimuat dalam buku pedoman yang dibuat oleh *franchisor*.

Sesuai dengan ketentuan pasal 2 ayat (2) Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, perjanjian *franchise* yang dilaksanakan di Indonesia akan berlaku hukum Indonesia. Ini berarti pihak dalam perjanjian tidak boleh memilih ketentuan hukum yang lain selain ketentuan hukum Indonesia, untuk setiap perjanjian *franchise* dibuat dan dilaksanakan di Indonesia.

Klausula ini kurang mendapat perhatian khusus dalam perjanjian CFC ini, karena mereka beranggapan bahwa usaha *franchise* ini merupakan *franchise* lokal (*franchise* dalam negeri), maka secara otomatis hukum yang berlaku adalah hukum Indonesia.

Meskipun terdapat klausula-klausula yang tidak dituangkan dalam perjanjian *franchise* CFC, namun ada juga klausula-klausula yang tidak dipersyaratkan dalam perjanjian *franchise* sebagaimana ditentukan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor : 259/MPP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba, justru dirumuskan dalam perjanjian *franchise* CFC sebagaimana telah diterangkan diatas. Hal ini menunjukkan bahwa *franchisor* lebih teliti dalam menyikapi kemungkinan-kemungkinan yang mungkin timbul dalam praktek.

Berdasar hasil analisa diatas, penulis menilai masih ada klausula-klausula lain yang penting untuk dipertimbangkan dalam surat perjanjian *franchise*, namun kurang diperhatikan oleh pembuat undang-undang maupun *franchisor* sendiri. Misal: *franchisee* meninggal dunia atau cacat badan, agar para ahli waris diberi hak meneruskan operasi dari *franchise* atau menjual, menunjuk, mengalihkan serta melanjutkan kepentingan *franchisee* sesuai dengan perjanjian. Prosedur ini dimaksudkan untuk melindungi ahli waris dari melemahnya kepentingan mereka dan secara *simultan* melindungi *franchisor* dari ketidak pastian tentang apa yang akan terjadi dengan bisnis. Karena bagaimanapun suatu keputusan harus diambil oleh ahli waris dalam waktu singkat.

3.2.3 Akibat Hukum Yang ditimbulkan Dari Perjanjian *Franchise*.

Seperti yang telah diuraikan dalam penjelasan terdahulu selain memuat klausula-klausula tentang persyaratan yang harus disetujui oleh pihak *franchisee* selaku penerima hak *franchise* maka dalam perjanjian tersebut juga timbul akibat hukum yang berupa hak dan kewajiban dari masing-masing pihak. Adapun ketentuan yang mengatur hak dan kewajiban masing-masing pihak tersebut akan menjelaskan kedudukan dari masing-masing pihak yang terlibat dalam perjanjian tersebut secara lebih jelas.

Hak dan Kewajiban yang timbul karena perjanjian *Franchise* bagi para pihak secara garis besar sudah ditentukan dalam Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No. 259 / MPP/ Kep/ 7/ 1997, yaitu :

Kewajiban Franchisor :

1. Memberikan 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 *franchise*, dalam rangka pelaksanaan *franchise* yang diberikan tersebut;
2. Memberikan bantuan pada *franchisee* pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada *franchisee*.

Hak Franchisor :

1. Melakukan pengawasan jalannya *franchise*;
2. Memperoleh laporan-laporan secara berkala atas jalannya kegiatan usaha *franchisee*;
3. Melaksanakan inspeksi pada daerah kerja *franchisee* guna memastikan bahwa *franchise* yang diberikan telah dilaksanakan sebagai mana mestinya;
4. Sampai batas tertentu mewajibkan *franchisee*, dalam hal-hal tertentu, untuk membeli barang modal dan atau barang-barang tertentu lainnya dari *franchisee*;
5. Mewajibkan *franchisee* untuk menjaga kerahasiaan 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 *franchise*;
6. Mewajibkan agar *franchisee* tidak melakukan kegiatan 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 yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*;

7. Menerima pembayaran royalty dalam bentuk, jenis, dan jumlah yang dianggap layak olehnya;
8. Meminta dilakukannya pendaftaran atas *franchise* yang diberikan kepada *franchisee* ;
9. Atas pengakhiran *franchise*, meminta kepada *franchisee* untuk mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh *franchisee* selama pelaksanaan *franchise*;
10. Atas pengakhiran *franchise*, melarang *franchisee* untuk memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh oleh *franchisee* selama masa pelaksanaan *franchise*;
11. Atas pengakhiran *franchise*, melarang *franchisee* untuk tetap melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha;
12. Pemberian *franchise*, kecuali yang bersifat eksklusif tidak menghapuskan hak *franchisee* untuk tetap memanfaatkan, menggunakan, atau melaksanakan sendiri hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha.

Kewajiban Franchisee :

1. Melaksanakan seluruh instruksi yang diberikan oleh *franchisor* kepadanya guna melaksanakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*;
2. Memberikan keleluasaan bagi *franchisor* untuk melakukan pengawasan maupun inspeksi berkala maupun secara tiba-tiba, guna memastikan bahwa *franchisee* telah melaksanakan *franchise* yang diberikan dengan baik;
3. Memberikan laporan-laporan baik secara berkala maupun atas permintaan khusus dari *franchisor*;
4. Sampai batas tertentu membeli barang modal tertentu ataupun barang-barang tertentu lainnya dalam rangka pelaksanaan *franchise* dari *franchisor*;

5. Menjaga kerahasiaan atas hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*, baik selama maupun setelah berakhirnya masa pemberian *franchise*;
6. Melaporkan segala pelanggaran hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise* yang ditemukan dalam praktek;
7. Tidak memanfaatkan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise* selain dengan tujuan untuk melaksanakan *franchise* yang diberikan;
8. Melakukan pendaftaran *franchise*;
9. Tidak melakukan kegiatan yang sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan kegiatan usaha yang menggunakan kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*;
10. Melakukan pembayaran royalti dalam bentuk, jenis, dan jumlah yang telah disepakati bersama;
11. Atas pengakhiran *franchise* mengembalikan seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperolehnya;
12. Atas pengakhiran *franchise*, tidak memanfaatkan lebih lanjut seluruh data, informasi, maupun keterangan yang diperoleh *franchisee* selama pelaksanaan *franchise*;
13. Atas pengakhiran *franchise*, tidak lagi melakukan kegiatan sejenis, serupa, ataupun yang secara langsung maupun tidak langsung dapat menimbulkan persaingan dengan mempergunakan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*.

Hak Franchisee :

1. Memperoleh segala informasi yang berhubungan dengan hak atas kekayaan intelektual, penemuan atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*;

2. Memperoleh bantuan dari *franchisor* atas segala macam cara pemanfaatan dan atau penggunaan hak atas kekayaan intelektual, penemuan, atau ciri khas usaha yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi obyek *franchise*

Apabila dilihat pada standart perjanjian *franchise* California Fried Chicken maka hak dan kewajiban para pihak adalah sebagai berikut:

Kewajiban Pihak Pertama (Franchisor).

1. Menyampaikan kepada *franchisee* prosedur dan cara beroperasinya CFC sesuai dengan metode penyiapan, penyimpanan, serta penyajian makanan secara baik dan benar;
2. Memasok bahan baku, bumbu-bumbu dan alat perlengkapan CFC lainnya sesuai dengan permintaan *franchisee*;
3. Memberikan pelatihan/ training kepada sebanyak-banyaknya 2 (dua) orang staf karyawan pihak kedua selama 2 bulan sebelum pembukaan restoran.
4. Mengirimkan tenaga manager untuk membantu *franchisee* selama 1 (satu) minggu sebelum dan 3 (tiga) minggu setelah pembukaan restoran;
5. Mengadakan kunjungan sewaktu-waktu untuk melakukan pemeriksaan (audit) atas operasi restoran dan memberikan saran serta usul yang diperlukan;
6. Memberikan petunjuk kepada *franchisee* tentang ijin-ijin serta prosedur pengurusan ijin yang diperlukan dalam mengelola restoran sesuai standart yang ditentukan oleh *franchisor* sendiri.

Hak dari franchisor :

1. Menerima pembayaran *Franchise fee* dan pembayaran *royalty fee*;
2. Mengadakan kunjungan sewaktu-waktu untuk mengadakan audit atas operasinya restoran dan memberikan semua data usul perbaikan selama diperlukan;
3. Memberikan saran dan usul yang berkenaan dengan pelaksanaan kegiatan *franchise*.

Kewajiban Pihak Kedua (Franchisee) :

1. Membayar *franchise fee* dan *royalty fee* serta biaya-biaya lain yang sehubungan dengan kewajiban *franchisee*;
2. Memberikan pengawasan penyiapan serta penyajian makanan dan minuman, keamanan dan kebersihan sebagaimana ditentukan oleh *franchisor*;
3. Menggunakan bahan baku sesuai dengan *standart prossesing* dan penyimpanan CFC serta menggunakan alat perlengkapan CFC sesuai standart yang ditentukan *franchisor*;
4. Memesan dan membeli bahan baku termasuk bahan-bahan *prossesing* yang dibuat *franchisor* dengan cara pembayaran tunai;
5. Menyelenggarakan dana 2 % dari penjualan kotor untuk menyelenggarakan promosi dan iklan;
6. Mengikuti setiap perubahan peraturan mengenai order dan/atau promosi yang ditetapkan oleh *franchisor*;
7. Melatih tenaga kerja agar mampu bekerja di restoran dan memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat;
8. Mengadakan jadwal dan disiplin kerja yang baku sesuai dengan standart dan prosedur kerja yang ditentukan oleh *franchisor*;
9. Membuat dan memberikan laporan mingguan dan laporan bulanan kepada *franchisor*;
10. Menanggung semua biaya sehubungan dengan pemasangan papan nama yang bertuliskan CFC dan kegiatan *advertensi* (promosi/iklan) di lokasi *Franchisee* sendiri;
11. Merenovasi / memperbaiki ruang/bangunan sesuai standart *franchisor*;
12. Mengikuti dan mematuhi semua usul yang diberikan oleh *franchisor*;
13. Melakukan pemeriksaan dan pengawasan jalannya operasional restoran;
14. Membayar/menanggung semua biaya yang timbul sehubungan dengan kewajiban *franchisee*;
15. Tidak diperkenankan mengalihkan hak dan kewajiban kepada pihak lain;

16. Tidak diperkenankan menjadi pihak dalam perjanjian lain dengan pihak ketiga yang dapat menimbulkan pertentangan kepentingan dengan pelaksanaan perjanjian;
17. Tidak diperkenankan memakai dan menjual makanan dan minuman dengan merek dagang atau logo CFC berikut rahasia perdagangan diluar wilayah restoran yang disepakati oleh kedua belah pihak;
18. Tidak diperkenankan menjual makanan dan minuman selain produk dari *franchisor*;
19. Tidak diperkenankan mengganti/mengubah *equipment* (peralatan) yang telah disediakan oleh *franchisor*.

Hak Franchisee:

1. Menggunakan nama atau merek dagang milik *franchisor*;
2. Mendapat promosi dan *advertising* berupa iklan untuk usaha yang dilakukan oleh *franchisee* di lokasi pemasaran pusat;
3. Memperoleh segala informasi yang berhubungan dengan usaha *franchise*.

Jika ditinjau lebih lanjut, pada dasarnya kewajiban utama bagi para pihak adalah mentaati semua ketentuan yang tercantum dalam perjanjian yang telah mereka sepakati bersama. Hal ini sesuai dengan pasal 1338 (1) KUH Perdata yang menyatakan bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai Undang-undang bagi mereka yang membuatnya, membawa konsekwensi bagi perjanjian *franchise* yang dibuat oleh *franchisor* dengan *franchisee*. Perjanjian *franchise* yang dibuat menimbulkan hak dan kewajiban bagi keduanya dan karena itu mereka harus melaksanakan kewajibannya dan dapat menuntut haknya satu sama lain. Mengenai hak dan kewajiban yang timbul biasanya telah dinyatakan dengan jelas dalam perjanjian.

Perjanjian *Franchise* harus dilaksanakan dan ditaati oleh para pihak mengingat perjanjian tersebut dibuat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh para pihak. Oleh sebab itu hak dan kewajiban yang timbul harus dilaksanakan dengan baik. Perjanjian yang dikemudian hari tidak disertai dengan wanprestasi

dari salah satu pihak membuat tujuan dan maksud awal dari adanya perjanjian dapat tercapai.

PSP selaku pemilik dari merek atau nama dagang mempunyai kewajiban untuk memberikan lisensi atau ijin kepada *franchisee*, setelah *franchisee* menyetujui syarat-syarat yang ada dalam kontrak dan telah membayar *fee* yang besarnya sudah ditetapkan dalam perjanjian.

Selain itu sebagai *franchisor*, PSP juga berkewajiban untuk memberikan segala informasi yang berhubungan dengan usaha *franchise* tersebut, bantuan program latihan dan bantuan operasional. Dalam hal pemberian informasi ini, maka *franchisor* mengeluarkan buku pedoman sebagai pedoman pelaksanaan usaha *franchise* sehari-hari. Bantuan ini diberikan kepada *franchisee* agar *franchisee* menguasai bidang usaha yang akan digelutinya sehingga ia dapat beroperasi dengan lancar dan menguntungkan karena kualitas barang dan jasa merupakan elemen bisnis yang penting bagi *franchisor*.

Guna kelancaran bisnis *franchise* CFC ini, maka PSP selaku *franchisor* berkewajiban untuk memasok bahan baku, bumbu-bumbu dan alat-alat perlengkapan CFC lainnya sesuai dengan permintaan dan kebutuhan dari *franchisee*. Pasokan bahan baku (bahan *frozen* maupun bahan kering) ini dilakukan setiap seminggu sekali, tepatnya setiap hari Kamis. Disini *franchisor* menjamin bahwa pasokan akan dikirim tepat pada waktunya sepanjang *franchisee* telah memenuhi kewajibannya untuk membayar biaya-biaya yang ditetapkan dalam perjanjian dan jika terjadi keterlambatan pengiriman, *franchisor* dapat dikenakan denda yang besarnya sama dengan biaya pengiriman.

Berdasarkan wawancara dengan Bapak Hans Sutrisno, selaku staff operasional CFC Madiun pada tanggal 27 September 2002 dikatakan bahwa, program pelatihan ini diberikan pada 1 (satu) bulan pertama pada saat pembukaan dan bertempat di Jakarta. Pada awal pelatihan ini dilakukan oleh pemilik dan staf ahlinya yang untuk kemudian satu bulan berikutnya dilakukan pelatihan untuk 2 orang pegawai yang terpilih untuk melakukan pelatihan di Jakarta. Segala biaya yang diperlukan berkenaan dengan keperluan pelatihan ini ditanggung oleh *franchisee* sendiri, baik itu mengenai biaya perjalanan, makan dan penginapan.

Didalam pelatihan ini tidak diberikan sertifikat/ijazah, namun untuk mengetahui kemampuan dari para staf *franchisee* tersebut, terdapat tim opening yang berwenang menilai dan membantu *franchisee* selama 1 minggu sebelum pembukaan (*grand opening*) dan 3 minggu setelah pembukaan.

Kewajiban lain bagi pihak *franchisor* adalah mengadakan kunjungan sewaktu-waktu untuk melakukan pemeriksaan atau audit atas restoran dan memberikan saran serta usulan perbaikan jika diperlukan. Pemeriksaan ini meliputi pemeriksaan administrasi dan juga pemeriksaan standart mutu (*quality of control*), dimana untuk memelihara sistem maka standart mutu ini perlu dipertahankan.

Disamping itu *franchisor* berkewajiban untuk memberikan petunjuk kepada *franchisee* tentang ijin-ijin serta prosedur pengurusan ijin yang diperlukan dalam mengelola restoran sesuai dengan standart yang ditentukan oleh *franchisor* sendiri.

Franchisor setelah memenuhi kewajibannya akan mendapat hak-haknya yaitu mendapatkan *franchise fee* dari *franchisee*. Besarnya *franchisee fee* ini sudah ditentukan dalam perjanjian, untuk jangka waktu perjanjian 5 tahun kedepan dan *franchise fee* ini hanya dibayar satu kali yaitu pada saat pengajuan *franchise* kepada *franchisor*. Selain itu *franchisor* juga menerima *royalty fee* yang besarnya 7 % dari pendapatan kotor yang dihasilkan oleh *franchisee* setelah dikurangi PPN 10%. *Royalty* ini harus dibayarkan setiap bulan dari *franchisee* kepada *franchisor*. Dalam hal pembayaran *royalty* ini, seandainya *franchisor* terlambat membayar, maka *franchisee* ini akan dikenakan denda sebesar 1 0/00 (satu perseribu) dari jumlah *royalty fee*. Pada ketentuan ini apabila keterlambatan pembayaran *royalty fee* mencapai 30 hari maka *franchisor* akan menghentikan pengiriman bahan baku pada *franchisee*, sedangkan kalau keterlambatan tersebut sudah mencapai jangka waktu 60 hari maka perjanjian *franchisenya* akan dicabut secara sepihak.

Perjanjian memberikan hak kepada *franchisor* untuk memeriksa pembukuan dan catatan *franchisee*, pembukuan ini diaudit oleh akuntan yang dimiliki oleh *franchisor*. Dengan mengetahui pembukuan *franchisee*, maka

franchisor dapat mengetahui keadaan keuangan *franchisee* pada saat itu dan hal itu akan memudahkan pengawasan terhadap *franchisee*. Jika pemeriksaan itu mengungkapkan bahwa penjualan kotor yang dilaporkan kurang dari penjualan kotor yang ditemukan oleh pemeriksaan, maka *franchisee* harus membayar perbedaannya. Bila perbedaan yang ditemukan melebihi suatu persentase yang dispesifikkan yaitu sebesar 2 % dari penjualan kotor, perjanjian dapat menentukan bahwa *franchisee* harus membayar dan membayar kembali kepada *franchisor* semua pengeluaran sehubungan dengan pemeriksaan, termasuk pada biaya akuntansi dan legal yang wajar bersama dengan bunga apapun atas penerimaan yang tidak dilaporkan pada suku bunga tertinggi yang diperkenankan oleh undang-undang.

Disamping itu *franchisor* juga berhak untuk memberikan saran dan usul kepada *franchisee* tentang segala hal yang berkenaan dengan usaha *franchise*. Hal ini untuk kepentingan pemasaran dan pemeliharaan sistem. Saran dan usul yang diberikan ini wajib diikuti dan dipenuhi oleh *franchisee*.

Di lain pihak, CFC Madiun selaku *franchisee* yaitu pihak yang memegang hak *franchise*, mempunyai kewajiban untuk membayar sejumlah uang tertentu sebagai *franchisee fee* sebelum ia memperoleh hak atas nama atau merek dagang dari *franchisor*. *Franchisee fee* ini dibayar satu kali yaitu pada saat pengajuan *franchise* kepada *franchisor*, untuk satu kali masa perjanjian (5 tahun). Disamping itu juga wajib membayar royalti yang nilainya sudah ditentukan dalam perjanjian yaitu sebesar 7 % setelah dikurangi PPN 10%, serta biaya-biaya lain yang meliputi: biaya yang menyangkut ijin-ijin dan pungutan-pungutan lain yang berhubungan dengan penyelenggaraan restoran dan biaya pajak serta uang jaminan royalti yang besarnya 20%(dua puluh persen) dari biaya *franchise* pada saat penandatanganan perjanjian. Jaminan ini dikembalikan kepada *franchisee* tanpa bunga pada saat perjanjian ini berakhir.

Franchisee wajib menggunakan bahan baku sesuai *standart processing* dan penyimpanan CFC, serta menggunakan alat-alat dan perlengkapan CFC lainnya, sesuai standart yang ditentukan oleh *franchisor*. Dengan demikian *franchisee* wajib memesan dan membeli hampir semua bahan baku yang

dibutuhkan termasuk bahan-bahan *processing* yang meliputi bumbu-bumbu dan alat-alat perlengkapan CFC lainnya termasuk pembungkus, paper cup, seragam karyawan, *kitchen equipment* dan bahan *frozen* yang meliputi ayam, *chicken nugget*, *chicken patty*. Dan kesemuanya ini dibeli dengan cara pembayaran tunai (*cash*). Sedangkan untuk peralatan lain yang dianggap sepele, seperti misalnya, tisu, tusuk gigi dan sebagainya dapat membeli sendiri.

Disamping itu *franchisee* tidak diperkenankan untuk membeli barang, produk dan bahan baku yang dibutuhkan dalam usaha, selain dari distributor yang ditunjuk oleh *franchisor*, meskipun barang yang diperoleh dari luar mempunyai harga yang jauh lebih murah dari yang diberikan oleh *franchisor*, karena *franchisor* menjamin kualitas dari produknya untuk tetap menjaga mutu dari usahanya. *Franchisee* tidak boleh menjual produk lain yang serupa yang menjadi saingan dari produk milik *franchisor*. Dengan demikian *franchisee* hanya menjual produk milik *franchisor* saja.

Franchisee wajib menyediakan dana biaya *advertising/promosi* sebesar 2% (dua persen) dari hasil penjualan kotor untuk menyelenggarakan promosi/iklan yang pantas dan memadai sesuai standart dan persyaratan program yang ditentukan oleh *franchisor*. Promosi atau iklan ini sebelumnya harus disetujui secara tertulis oleh *franchisor* dan *franchisee* wajib mengikuti setiap perubahan peraturan mengenai order dan/atau promosi yang ditetapkan oleh *franchisor*.

Franchisee wajib memberikan pelatihan kepada karayawannya agar mampu bekerja di restoran dan memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat. *Franchisee* juga berkewajiban untuk mengadakan jadwal dan disiplin kerja yang baku sesuai dengan standart dan prosedur kerja yang ditentukan oleh *franchisor*.

Perjanjian menentukan bahwa *franchisee* wajib memberikan laporan mingguan dan laporan laba/rugi bulanan kepada *franchisor* yang standarnya ditentukan oleh *franchisor*, yang laporan-laporan tersebut dikirimkan paling lambat pada setiap hari Senin, minggu berikutnya untuk laporan yang berakhir

mingguan, dan untuk laporan yang berakhir bulanan disampaikan kepada *franchisor* paling lambat setiap tanggal 5 bulan berikutnya.

Disamping itu *franchisee* berkewajiban untuk menanggung biaya sehubungan dengan pemasangan papan nama yang bertuliskan CFC di wilayah *franchisee* sendiri serta kegiatan yang berupa promosi dan *advertising* di area *franchisee* yang dilakukan oleh *franchisor* maupun *franchisee* sendiri.

Franchisee juga berkewajiban untuk melakukan renovasi/perbaikan ruangan/bangunan yang meliputi furniture dan interior sesuai dengan standart *franchisor* dengan biaya dari *franchisee* sendiri.

Sesuai dengan kedudukannya maka *franchisee* wajib untuk mengikuti semua saran dan usulan yang diberikan oleh *franchisor*.

Franchisee berkewajiban untuk melakukan bisnisnya sesuai dengan buku panduan dari *franchisor* dan merahasiakan isinya serta sekali-kali tidak akan mengungkapkan, mengcopy, menggandakan baik semua maupun sebagian dari isi buku panduan tersebut. *Franchisor* dapat menentukan bahwa buku panduan tersebut tetap menjadi milik *franchisor* dan harus segera dikembalikan pada saat perjanjian *franchise* berakhir atau dibatalkan. *Franchisor* sekali waktu dapat merevisi isi buku panduan sekaligus memberi tahu *franchisee* tentang perkembangan baru dalam penjualan, teknik pemasaran dan bidang-bidang lain yang berkaitan dengan bisnis. *Franchisee* terikat oleh dan untuk melakukan bisnis sesuai dengan persyaratan buku panduan yang sudah direvisi.

Disamping itu, *franchisee* wajib memberitahukan kepada *franchisor* apabila ia hendak membuka tempat usaha yang baru (store yang baru). Juga bila terjadi pemutusan perjanjian, maka *franchisee* wajib untuk mengembalikan peralatan yang diperoleh dari *franchisor* yang digunakan untuk proses produksi dan harus menghapus atau menghilangkan tanda-tanda merek dagang dari *franchisor*. *Franchisee* juga wajib untuk menghasilkan produk yang sama dengan yang dihasilkan oleh *franchisor* baik mengenai mutu maupun rasanya.

Selain memuat kewajiban *franchisee*, maka perjanjian tersebut juga mengatur mengenai hak dari CFC Madiun selaku pihak pemegang hak untuk menggunakan nama atau merek dagang milik *franchisor*. Hak yang pertama kali

diperoleh dari *franchisee* adalah hak untuk mempergunakan nama atau merek dagang milik *franchisor* setelah ia membayar *franchisee fee*.

Franchisee juga berhak untuk mendapatkan promosi dan *advertising* dari *franchisor* berupa iklan untuk usaha yang dilakukan oleh *franchisee* sehingga usaha *franchisee* itu dikenal oleh masyarakat. Promosi dan *advertising* ini dilakukan dengan menggunakan media cetak dan media elektronik. Dalam hal promosi ini jika merupakan iklan dengan lingkup nasional maka menjadi tanggungan dari *franchisor*, namun jika berupa promosi lingkup lokal maka menjadi tanggungan dari *franchisee*. Selain itu hak yang diperoleh *franchisee* yang lain berupa program latihan dan bantuan operasional.

Berdasarkan uraian diatas dapat diketahui bahwa kewajiban bagi satu pihak merupakan hak bagi pihak yang lainnya, dan pada prinsipnya hak dan kewajiban yang tertuang dalam ketentuan perundangan dengan standart perjanjian yang dibuat oleh CFC tidak jauh menyimpang dan selama ini sudah berjalan dengan baik, dalam arti masing-masing pihak telah melaksanakan hak dan kewajibannya dengan seimbang.

3.3 Perlindungan Hukum Yang dapat Diperoleh Franchisee Terhadap Tindakan Sepihak Yang dilakukan Oleh Franchisor

Didalam kenyataan yang terjadi, seringkali pihak *franchisor* mempunyai kedudukan yang lebih tinggi dibandingkan dengan kedudukan *franchisee*, sehingga mengakibatkan mau tidak mau *franchisee* harus bersedia mengikuti segala kemauan, prosedur dan klausula yang ditentukan oleh *franchisor*.

Untuk itu maka penulis perlu menjelaskan hubungan hukum pihak-pihak tersebut dalam perjanjian *franchise*. Secara teori bahwa hubungan antara *franchisor* dan *franchisee* adalah hubungan dua kontraktor yang berdiri sendiri (*independent*) dimana hak mereka ditentukan oleh kontrak yang diadakan oleh mereka sendiri. *Franchisee* adalah bagian dari *franchisor*, hal ini dapat dilihat dari komponen-komponennya yang mirip dengan *franchisor* misalnya logo, merek, nama dagang, manajemen dan perangkat lainnya sama dengan *franchisor*. Namun

outlet milik *franchisee* tidak dapat dikatakan sebagai bagian dari agen atau *dealer* dari *franchisor*, sebab modal dan tempat usaha itu adalah milik *franchisee*.

Dalam pelaksanaan suatu perjanjian *franchise* biasanya pihak yang paling lemah kedudukannya disini adalah *franchisee*. Seringkali *franchisee* karena kontrak yang telah disepakatinya tersebut ia harus rela mengikuti segala ketentuan dan prosedur yang ditetapkan oleh *franchisor*. Namun hal ini adakalanya tidak diimbangi dengan pemenuhan kewajiban *franchisor* kepada *franchisee*, malah *franchisor* lebih mendahulukan hak daripada kewajibannya.

Franchisee sebelum menandatangani kontrak perjanjian hendaknya harus benar-benar teliti untuk menganalisa calon *franchise* beserta *franchisor*nya, sebab banyak sekali tawaran-tawaran menggiurkan yang diajukan oleh *franchisor* dalam rangka menarik calon pembeli *franchise*. Hal ini dilakukan untuk mengantisipasi adanya tindakan sepihak dari *franchisor* kepada *franchisee*, misal: jika terjadi klaim dengan pihak ketiga.

Dalam hal *franchisor* menghentikan kegiatan usaha *franchise*, dengan alasan bahwa usaha tersebut masih dalam persengketaan menyangkut merek antara *franchisor* dengan pihak lain, maka selama masih dalam masa persengketaan, kegiatan usaha *franchise* baik *franchisor* maupun *franchisee* dihentikan untuk sementara waktu. Keadaan ini tentu merugikan *franchisee* karena tidak dapat beroperasi, padahal *franchisee* tidak bersalah. *Franchisee* disini tidak dapat dipersalahkan ataupun dituntut berkaitan dengan penggunaan merek yang dipersengketakan, melainkan *franchisee* tetap berhak terus menggunakan merek tersebut dan menjalankan usahanya sebagai konsekwensi dari adanya lisensi sampai dengan berakhirnya jangka waktu perjanjian, dan gugatan sepenuhnya ditujukan kepada *franchisor* untuk kemudian diproses lebih lanjut di pengadilan. Dengan kata lain, adanya persengketaan merek tidak membuat perjanjian *franchise* ini berakhir.

Jika didalam proses pengadilan diputuskan bahwa *franchisor* dibatalkan kepemilikan mereknya, maka *franchisee* berhak untuk menarik kembali bagian dari royalti yang telah dibayarkan sekaligus dari *franchisor* untuk kemudian diserahkan kepada pemilik merek yang tidak dibatalkan. Mengenai perjanjian

franchise yang telah dibuat tetap berlaku selama sisa jangka waktu perjanjian dan kewajiban *franchisee* beralih kepada pemilik merek yang tidak dibatalkan tersebut.

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa atas lisensi yang dimilikinya, *franchisee* benar-benar mempunyai hak untuk tetap melaksanakannya walaupun didalam masa perjanjian itu terdapat sengketa mengenai merek *franchise* yang bersangkutan. Perjanjian *franchise* tidak akan berakhir dan *franchisee* tidak menanggung beban apapun atas persengketaan itu.

Disamping itu jika tiba-tiba *franchisor* membatalkan perjanjian *franchise* padahal *franchisee* telah melaksanakan kewajibannya atau pihak *franchisor* tiba-tiba mendiskualifikasikan *franchisee* dengan alasan yang terlalu dibuat-buat untuk menghindari kewajibannya terhadap *franchisee*, maka kepadanya berlaku pasal 1338 KUH Perdata, yaitu bahwa semua persetujuan yang dibuat secara sah berlaku sebagai undang-undang bagi mereka yang membuatnya dan persetujuan itu tidak dapat ditarik kembali selain dengan kesepakatan kedua belah pihak, atau karena alasan-alasan yang oleh undang-undang dinyatakan cukup untuk itu. Jadi *franchisor* tidak diperkenankan untuk bertindak semena-mena melakukan pemutusan perjanjian. Walaupun biasanya *franchisor* memiliki kekuatan tawar-menawar yang lebih tinggi, namun biasanya kontrak tidak memuat ketentuan yang tegas mengenai pengakhiran perjanjian oleh *franchisee*. Dipihak lain, perjanjian sering memuat ketentuan yang rinci mengenai pengakhiran karena pelanggaran kontrak oleh *franchisee* atau sebab-sebab lain yang ditentukan, seperti kepailitan yang dialami oleh *franchisee*, pelanggaran pidana, atau kehilangan lisensi yang diperlukan

Dalam hal penyajian yang terbukti palsu dan mengelabui yang dilakukan *franchisor*, maka *franchisor* dapat dipersalahkan dan dituntut membayar kerugian kepada *franchisee* atau *franchisee* berhak untuk membatalkan perjanjian dalam keseluruhannya, sebab dalam setiap perjanjian yang dilakukan diperlukan adanya itikad baik yang harus dimiliki oleh masing-masing pihak.

Beberapa perjanjian *franchise* memuat klausula *eksklusional* atau perjanjian menyeluruh untuk melindungi *franchise* atau *franchisor* dari hal diatas.

Klausula ini menyatakan bahwa tidak ada perjanjian lain kecuali apa yang tercantum dalam perjanjian *franchise*. Tujuan klausula adalah untuk membebaskan pemilik dari tanggung jawab yang dapat timbul akibat pernyataan yang kurang cermat yang dibuat olehnya tapi tidak tercantum dalam perjanjian *franchise*. Menghadapi hal demikian maka *franchisee* harus dituntut kewaspadaannya.

Apabila kembali pada salah satu bunyi pernyataan dalam perjanjian *franchise* di CFC yang menunjukkan ketidak berdayaan *franchisee* yang berisi kewajiban untuk mengikuti dan mematuhi semua usul yang dimiliki oleh *franchisor*, maka disini seakan-akan *franchisee* tidak mempunyai hak untuk mengajukan saran atau usulan terhadap perjanjian *franchise* yang akan dijalaninya, padahal belum tentu semua aturan yang ditetapkan itu semuanya dapat memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak, bahkan justru dengan semua usul yang dimiliki oleh *franchisor* yang harus dipenuhi dan dipatuhi oleh *franchisee* merupakan senjata bagi *franchisor* untuk melindungi kepentingan dirinya. Dengan demikian *franchisee* menjadi tidak berkutik dan tidak punya kewenangan apapun selain yang ditawarkan oleh *franchisor*.

Dalam wawancara dengan Bapak Hans Sutrisno, Staf Operasional CFC Madiun pada tanggal 23 Agustus 2002. Pihak CFC memberikan kesempatan untuk hal-hal tertentu, dapat dilakukan tawar-menawar terhadap isi perjanjian selain bukan hal yang pokok, jadi apabila melampaui hal-hal yang bersifat pokok tersebut maka pihak *franchisor* akan menolak dan menggunakan haknya untuk mencabut hak *franchise* yang digunakan oleh *franchisee*.

Fox (1999:308) mengatakan bahwa dalam kebanyakan perjanjian *franchise* ada seksi janji yang biasanya sangat rinci, yang secara klasik janji itu sangat berat sebelah dengan *franchisee* yang membuat semua atau hampir semua janji. Hal ini tampak berlaku juga dalam perjanjian *franchise* CFC, dimana hampir semua janji yang dinyatakan merupakan janji bagi *franchisee*. Meskipun janji itu sangat berbeda dari perjanjian satu dengan perjanjian lainnya, beberapa diantaranya sangat umum. Misalnya: *franchisee* akan berjanji untuk selamanya masa perjanjian dan selama suatu masa tertentu sesudahnya, tidak akan ikut terlibat baik

secara langsung maupun tidak langsung dalam operasi pesaing dalam radius sekian kilometer yang dispesifikasikan dari lokasi bisnis. Demikian juga janji untuk selama masa perjanjian dan selama suatu masa tertentu sesudahnya, tidak akan mengkomunikasikan informasi kepada siapapun tentang metode operasi bisnis maupun rahasia pekerjaan. Beberapa janji baku lainnya adalah *franchisee* tidak diperkenankannya untuk membeli dan menjual selain produk yang dikeluarkan oleh *franchisor*.

Apapun janji itu, terdapat satu ketentuan bahwa pelanggaran janji apa pun akan merugikan *franchisee* tanpa dapat diperbaiki, dan tentu saja berakibat *franchisee* dikenai denda, hingga pemutusan perjanjian. Dalam artian tidak ada toleransi bagi *franchisee* yang melakukan pelanggaran terhadap janji yang dibuatnya.

Hasil analisa antara teori dan praktek diatas maka ternyata sampai sejauh ini hak-hak yang biasa diterima oleh *franchisee* masih dibatasi, sehingga kemungkinan *franchisee* untuk memperjuangkan haknya masih terikat dengan isi perjanjian yang disepakatinya itu dan apabila terjadi masalah dalam pelaksanaan perjanjian *franchisee* maka *franchisee* harus meninjau ulang komitmen yang dulu disepakati dengan *franchisor*. Selama ini di CFC Madiun belum pernah terjadi persengketaan yang sifatnya mendasar, namun diharapkan setiap sengketa diupayakan dengan jalan musyawarah.



BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian dalam pembahasan, maka penulis dapat mengambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kedudukan perjanjian *franchise* dalam hukum perjanjian di Indonesia pada prakteknya diakui oleh hukum nasional, hal ini terbukti praktek *franchise* legal keberadaannya, sedang ketentuan dan hal-hal yang mengatur *franchise* telah diatur dalam PP No. 16/1997 mengenai Waralaba. Acuan yang digunakan para pihak untuk mengadakan kegiatan *franchise* ini, selain PP No. 16/1997 juga mengacu pada ketentuan KUH Perdata yang meliputi pasal 1338 ayat (1) tentang kebebasan berkontrak serta pasal 1320 tentang syarat sahnya suatu perjanjian. Berangkat dari hal diatas maka keberadaan perjanjian *franchise* memang telah diakui oleh ketentuan hukum di Indonesia, sedangkan ketentuan khusus dalam hal ini adalah pada pasal 73 UU No. 14/2001 tentang Hak Paten, yang dalam prakteknya sering digunakan para pihak khususnya *franchisee* untuk mengajukan permohonan kepada *franchisor* dalam usaha membuka outlet baru. Namun demikian dalam pertumbuhan dan perkembangannya di Indonesia, *franchise* asing lebih mendominasi dibandingkan *franchise* lokal. Hal ini disebabkan karena pemerintah Indonesia menganut sistem devisa bebas, dan adanya anggapan bahwa produk/merek dari luar negeri lebih berkualitas dan punya gengsi sendiri. Tidak mengherankan jika perkembangan *franchise* lokal sangat memprihatinkan dan dibutuhkan strategi yang tepat untuk mendorong pertumbuhan *franchise* lokal dan membendung larinya devisa keluar negeri. Disamping itu nampaknya pebisnis *franchise* masih enggan menggunakan AFI (Asosiasi *Franchise* Indonesia) yang merupakan wadah untuk bertukar pikiran dan memecahkan persoalan yang berkenaan dengan bisnis *franchise*.
2. Dalam perjanjian *franchise* CFC menimbulkan suatu akibat hukum berupa hak dan kewajiban. Hak dan kewajiban ini wajib dilaksanakan oleh para pihak yang terikat dalam perjanjian, namun pada kenyataannya terdapat kewajiban

yang tidak diaplikasikan sebagaimana seharusnya yaitu kewajiban bagi *franchisee* untuk mengasuransikan usaha *franchisenya*. Disini *franchisee* tidak sepenuhnya bersalah mengingat sudah dilakukannya kesepakatan secara diam-diam karena dianggap klausula ini bukan merupakan hal yang utama (*urgent*), sehingga dapat dilakukan penawaran dengan konsekwensi atas segala keadaan yang mungkin timbul akibat dari *overmacht* maka *franchisor* tidak ikut menanggung beban atasnya dan sepenuhnya menjadi resiko *franchisee*. Dari hasil analisa, penulis menilai masih ada kelemahan dalam perjanjian *franchise* yaitu perlu adanya klausula yang ternyata kurang mendapat perhatian dari pembuat undang-undang maupun *franchisor* sendiri, misal : jika *franchisee* meninggal atau cacat badan, para ahli waris agar meneruskan hak operasi atau menjual, menunjuk, mengalihkan serta melanjutkan kepentingan *franchisee* sesuai perjanjian. Hal ini untuk melindungi ahli waris dari melemahnya kepentingan mereka sekaligus memberikan kepastian kepada *franchisor* tentang penindak lanjutan dari bisnisnya.

3. Perlindungan hukum yang diperoleh *franchisee* terhadap tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor* dalam hal *franchisor* menghentikan kegiatan usaha *franchise* dengan alasan bahwa usaha tersebut masih dalam persengketaan menyangkut merek antara *franchisor* dengan pihak lain. Disini *franchisee* sebagai pemegang lisensi *franchise*, tetap mempunyai hak untuk melaksanakan usaha *franchise* walaupun didalam masa perjanjian itu terdapat sengketa mengenai merek yang bersangkutan. Perjanjian *franchise* tidak akan berakhir dan *franchisee* tidak menanggung beban apapun atas persengketaan itu. Tindakan-tindakan sepihak yang dilakukan oleh *franchisor* ini pada dasarnya disebabkan karena perjanjian *franchise* itu sendiri mengandung klausula-klausula yang hanya bertujuan untuk melindungi kepentingan *franchisor*. Dengan demikian *franchisee* menjadi tidak berkutik dan tidak mempunyai wewenang apapun selain yang ditawarkan oleh *franchisor*.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Penerbit Universitas Jember. 1998. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember.
- Black, H.C. 1990. *Black's Law Dictionary*. Boston: West Publising.
- Fox, Stephen. 1999. *Membeli dan Menjual Bisnis Franchise*. Jakarta: Elex Media Koputindo.
- Harjowidigdo, Rooseno. 1993. *Perspektif Pengaturan Perjanjian Franchise*. Jakarta: Pertemuan Ilmiah Tentang Usaha Franchise Dalam Menunjang Pembangunan Ekonomi.
- Mandelsohn, Martin. 1995. *Franchising, Petunjuk Praktis Bagi Franchisor dan Franchisee*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Queen, J. 1993. *Pedoman Membeli dan Menjalankan Franchise*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Soekanto, Soerjono dan Sri Mamudji. 1990. *Penelitian Hukum Normatif*. Jakarta: Rajawali.
- Soemitro, R.H. 1990. *Metodologi Penelitian Hukum dan Jurumetri*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Subekti. 1991. *Hukum Perjanjian Indonesia*. Jakarta: Intermasa.
- Sumardi, Juanjir. 1995. *Aspek-Aspek Hukum Franchise dan Perusahaan Transnasional*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Waluyo, B. 1991. *Penelitian Hukum Dalam Praktek*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Widjaja, Gunawan. 2002. *Lisensi atau Waralaba*. Jakarta: Raja Gratindo Persada.

PERATURAN PERUNDANG-UNDANGAN

Kitab Undang-undang Hukum Perdata

Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan RI No. 259/KEP/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pendaftaran Usaha Waralaba

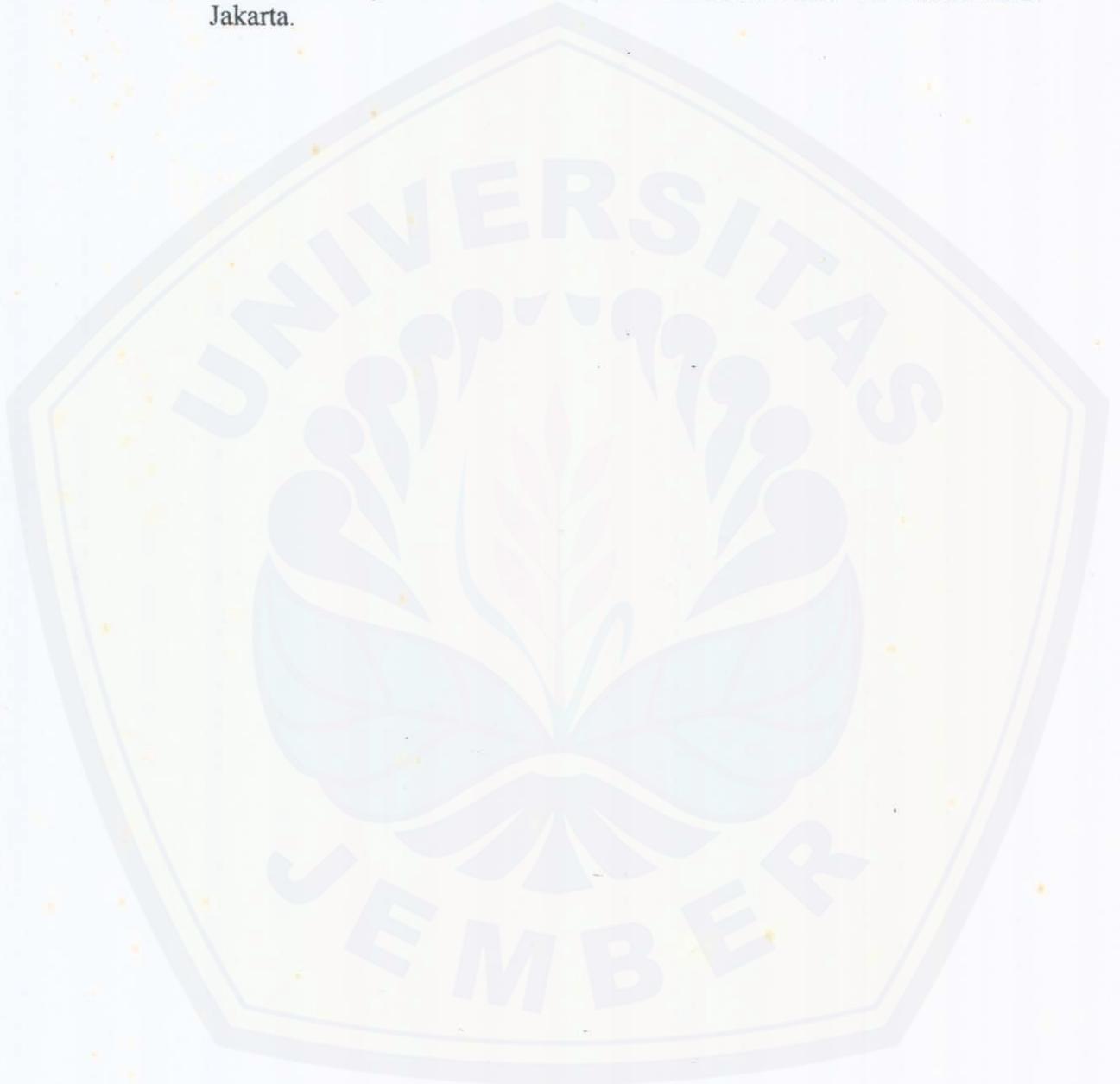
Peraturan Pemerintah RI No. 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.

JURNAL/ MAJALAH

Forum Keadilan. 1990. *Segi-segi Hukum Franchising*. No. 17. Jakarta.

Gatra. 1996. *Lahan Emas Waralaba Asing*. Jakarta.

Tempo. 1991. *Maraknya Bisnis Franchise Di Indonesia*. No. 34. Tahun XXI. Jakarta.





LAMPIRAN-LAMPIRAN

Perjanjian Franchise ini dibuat dan ditanda tangani pada tanggal Empat Belas bulan Agustus tahun seribu sembilan ratus sembilan puluh lima (14-11-1995) oleh dan antara :

1. DWIYANTO GONDOKUSUMO, dalam hal ini bertindak selaku Direktur Utama dari dan karena itu untuk dan atas nama P.T. PUTRA SEJAHTERA PIONEERINDO, suatu perseroan terbatas yang beralamat kantor di

sebagai pemberi Franchise/Franchisor (selanjutnya disebut " Pihak Pertama").

II. SONY HENDARTO, Swasta, Pemegang Kartu Tanda Penduduk No. 39221/0481.3/03 bertempat tinggal di Jl.

, dalam hal ini bertindak untuk dan atas nama diri sendiri sebagai penerima Franchise/Franchisee, (selanjutnya disebut "Pihak Kedua").

Kedua belah pihak dengan ini terlebih dulu menerangkan bahwa :

- A. Pihak Pertama adalah pemilik yang sah karena merupakan pemakai pertama atas nama merek dagang dan logo CFC yang telah terdaftar pada Direktorat Jendral Hak Cipta, Patent dan Merek pada Departemen Kehakiman Republik Indonesia dengan nomor 002067 tanggal 15 Oktober 1990 (selanjutnya disebut CFC).
- B. Pihak Pertama dalam usahanya untuk menyelenggarakan Restoran CFC yang menganggap perlu untuk membuka usaha di lokasi baru dan memperluas usaha CFC dengan cara pemberian hak Franchise.
- C. Pihak Pertama dan Pihak Kedua bermaksud untuk melaksanakan kerjasama, karena itu para pihak telah setuju dan sepakat untuk menandatangani Perjanjian Franchise dan telah menerima dan menyanggupi untuk membuka lokasi di kota Madiun, Kecamatan Manguharjo, Kelurahan Nambangan Lor, setempat dikenal dengan Jl. sebagaimana menurut pengakuan Pihak Kedua diperoleh Pihak Kedua berdasarkan Surat Kuasa tanggal (selanjutnya disebut Premis Lokasi).
- D. Untuk melaksanakan Franchise CFC tersebut Pihak Kedua menyediakan bangunan/ruangan seluas lebih kurang 158,25 m² (seratus lima puluh delapan koma dua puluh lima meter persegi) (selanjutnya disebut Ruangan), bangunan/Ruangan mana akan direnovasi sesuai dengan standard Pihak Pertama dan dilengkapi dengan fasilitas-fasilitas berupa: aliran listrik dari Perusahaan Listrik Negara (PLN) dengan daya sebesar -----

watt termasuk instalasinya dalam bangunan/ruangan sampai dengan titik lampu, AC sentral, air dari PAM, sambungan telepon langsung dan lantai keramik.

Maka berdasarkan hal-hal tersebut diatas, para pihak telah setuju dan sepakat untuk mengikatkan diri dalam Perjanjian Franchise. (selanjutnya Perjanjian Franchise ini termasuk penambahan-penambahan, perubahan-perubahannya akan disebut Perjanjian) :

PASAL 1
POKOK PERJANJIAN

Pihak Pertama dengan ini telah setuju dan sepakat untuk memberikan hak atas Franchise kepada Pihak Kedua selama Jangka Waktu, dan Pihak Kedua dengan ini telah menerima hak atas Franchise tersebut dan akan menyelenggarakan fast food restaurant di Premis Lokasi dengan merek "CFC" yang dikelola dengan cara menghidangkan makanan dan minuman yang disiapkan dan diolah dengan resep dan bumbu yang telah dikenal dengan nama dagang "CFC" yang telah memperoleh pengakuan dan nama baik dari masyarakat, semuanya terkandung dalam suatu goodwill yang luas dan menyeluruh di Indonesia (selanjutnya disebut RESTORAN).

PASAL 2
JANGKA WAKTU

- 2.1. Perjanjian ini akan berlaku untuk jangka waktu 5 (lima) tahun, terhitung mulai tanggal delapan belas bulan Agustus tahun seribu sembilan ratus sembilan puluh lima (18-08-1995) sampai dengan tanggal tujuh belas bulan Agustus tahun dua ribu (07-08-2000) (Selanjutnya disebut Jangka Waktu)
- 2.2. Jangka waktu dapat diperpanjang dengan persetujuan para pihak, dengan syarat bahwa Pihak Kedua harus memberitahukan secara tertulis maksud tersebut kepada Pihak Pertama sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan sebelum berakhirnya jangka waktu. Bilamana dalam tenggang waktu tersebut Pihak Kedua tidak memberitahukan kehendaknya tersebut kepada Pihak Pertama, maka perjanjian ini berakhir dengan sendirinya.
- 2.3. Bilamana para pihak sepakat untuk memperpanjang jangka waktu sebagaimana dimaksud pada ayat 2.2 diatas, maka para pihak dapat menentukan dan atau mengadakan ketentuan-ketentuan dan syarat-syarat baru.
- 2.4. Bilamana perjanjian ini berakhir dan tidak diperpanjang, maka Hak Franchise kembali kepada Pihak Pertama dan segala logo, merek dagang dan lain-lain yang berhubungan dengan CFC tidak boleh dipergunakan oleh Pihak Kedua untuk keperluan apapun.

R

- 3.1. Tanpa mengesampingkan ketentuan-ketentuan Pasal 4 Perjanjian ini, segala keuntungan dan kerugian yang mungkin akan timbul yang merupakan akibat dari pelaksanaan pasal 1 Perjanjian ini menjadi Hak dan Tanggungan Pihak Kedua.
- 3.2. Untuk penggunaan hak Franchise sehubungan dengan pasal 1 Perjanjian ini, Pihak Kedua akan membayar kepada Pihak Pertama sejumlah uang sebagai berikut :
 - a. Biaya Franchise (Franchise Fee) sebesar Rp () yang akan dibayar oleh Pihak Kedua kepada Pihak Pertama pada saat penandatanganan Perjanjian ini (selanjutnya disebut Biaya Franchise).
 - b. Biaya Royalty (Royalty Fee) sebesar 7 % (tujuh persen) dari Gross Sales yaitu hasil penjualan kotor sebelum dikurangi discount dan/atau setelah dikurangi Koreksi (bila ada), yang akan dibayar oleh Pihak Kedua secara bulanan selambat-lambatnya pada tanggal 10 dari bulan berikutnya (selanjutnya disebut Biaya Royalty).
- 3.3. Atas keterlambatan pembayaran Biaya Royalty oleh Pihak Kedua sebagaimana disebutkan pada pasal 3.2b diatas, Pihak Pertama akan mengenakan denda kepada Pihak Kedua sebesar 1 0/00 (satu perseribu) dari jumlah Biaya Royalty yang harus dibayarkan kepada Pihak Pertama untuk setiap hari keterlambatan, jumlah mana harus dibayarkan oleh Pihak Kedua kepada Pihak Pertama dengan seketika dan sekaligus lunas.
- 3.4. Apabila keterlambatan tersebut mencapai 30 (tiga puluh) hari sejak ditetapkan untuk melakukan pembayaran sesuai pasal 3.2.b. di atas, maka PIHAK PERTAMA akan menghentikan pengadaan/pengiriman bahan baku/bumbu-bumbu kepada PIHAK KEDUA dan apabila keterlambatan tersebut mencapai 60 (enam puluh) hari PIHAK PERTAMA setelah memberikan teguran terlebih dahulu kepada PIHAK KEDUA, berhak untuk mengakhiri PERJANJIAN secara sepihak dengan cara memberitahukan secara tertulis kepada PIHAK KEDUA tanpa mengurangi ketentuan yang diatur pada pasal 11 dan 12 PERJANJIAN .

PASAL 4
BIAYA - BIAYA

- 4.1. Biaya yang menyangkut ijin-ijin dan pungutan-pungutan lain yang berhubungan dengan penyelenggaraan usaha Restoran akan ditanggung dan dibayar oleh Pihak Kedua.
- 4.2. Pajak Bumi dan Bangunan (PBB) atas Premis Lokasi, Pajak Pertambahan Nilai (PPN) dan pajak-pajak lain yang ditetapkan pemerintah sehubungan dengan pelaksanaan Perjanjian ini oleh Pihak Kedua menjadi tanggungan dan wajib dibayarkan oleh Pihak Kedua.

- 4.3. Pihak Kedua diwajibkan membayar uang jaminan Royalty kepada Pihak Pertama sebesar 20 % (dua puluh persen) dari Biaya Franchise pada saat penandatanganan Perjanjian, jaminan mana akan dikembalikan kepada Pihak Kedua tanpa bunga pada saat perjanjian ini berakhir setelah Pihak Kedua melunasi pembayaran-pembayaran sebagaimana ditetapkan dalam Perjanjian. Apabila pada saat perjanjian ini berakhir Pihak Kedua belum melunasi pembayaran sebagaimana ditetapkan dalam Perjanjian, maka Pihak Pertama berhak dan diberi kuasa untuk menggunakan uang jaminan tersebut untuk melunasi kekurangan pembayaran Pihak Kedua, namun tidak menghapuskan kewajiban lain yang masih terhutang oleh Pihak Kedua terhadap Pihak Pertama yang wajib dilunasi.
- 4.4. Segala resiko yang timbul sebagai akibat tidak dilaksanakannya ketentuan-ketentuan dalam Pasal 4 ini menjadi tanggung jawab dari masing-masing pihak.

PASAL 5
A S U R A N S I

Pihak Kedua wajib menutup asuransi dengan nilai pertanggungan yang memadai selama jangka waktu dan menanggung serta membayar premi asuransi atas Premis Lokasi dan semua isi dan perlengkapannya terhadap bahaya kebakaran dan bencana lainnya, serta mengirimkan foto copy polis asuransi tersebut kepada Pihak Pertama.

PASAL 6
KEWAJIBAN PIHAK KEDUA

Selama berlakunya Perjanjian dan dalam menyelenggarakan Restoran, Pihak Kedua berkewajiban :

- 6.1. Mengawasi persiapan, penyimpanan serta penyajian makanan dan minuman serta penyelenggaraan Restoran, serta keamanan dan kebersihan sebagaimana ditentukan oleh Pihak Pertama ;
- 6.2. Menggunakan bahan baku sesuai standard processing dan penyimpanan CFC, serta menggunakan alat-alat dan perlengkapan CFC lainnya, sesuai standard yang ditentukan oleh Pihak Pertama;
- 6.3. Memesan dan membeli bahan baku termasuk bahan-bahan processing yang dibuat oleh Pihak Pertama, bumbu-bumbu dan alat-alat perlengkapan CFC lainnya termasuk pembungkus, paper cup dan seragam karyawan, hanya dari Pihak Pertama dan dengan cara pembayaran di muka, serta memesan dan membeli minuman, dan mengambil bahan-bahan processing (seperti : ayam, chicken patty, chicken nugget dll.) dari supplier yang telah disetujui oleh Pihak Pertama;
- 6.4. Menyediakan dana sebesar 2 % dari hasil penjualan kotor

bulanan untuk menyelenggarakan promosi dan iklan yang pantas dan memadai sesuai dengan standar dan persyaratan ataupun program yang ditentukan oleh Pihak Pertama, promosi dan iklan mana sebelumnya harus disetujui secara tertulis oleh Pihak Pertama;

- 6.5. Mengikuti setiap ada perubahan peraturan mengenai order menu dan/atau promosi yang dikeluarkan oleh Pihak Pertama atas biaya Pihak Kedua dan wajib mengikuti program Silver Member, CFC Voucher dan program-program lain yang ditetapkan oleh Pihak Pertama;
- 6.6. Melatih tenaga kerja agar mampu bekerja di Restoran dan memelihara hubungan yang baik dengan masyarakat di sekitar Restoran ;
- 6.7. Selama Perjanjian berlangsung Pihak Kedua akan mencurahkan perhatian dan usahanya yang sebesar-besarnya pada pelaksanaan Perjanjian sesuai dengan syarat-syarat dan ketentuan-ketentuan yang ditetapkan Pihak Pertama namun terbatas pada Premis Lokasi seperti yang telah disetujui diatas, dengan cara menyediakan 1 (satu) orang tenaga pengawas yang telah disetujui oleh Pihak Pertama;
- 6.8. Mengadakan jadwal dan disiplin kerja yang baku sesuai dengan Standard Prosedur Kerja (SPK) yang ditentukan oleh Pihak Pertama. Apabila Pihak Kedua dan/atau seluruh karyawan Pihak Kedua tidak memenuhi Standard Prosedur Kerja (SPK) tersebut, maka Pihak Pertama berhak untuk mengganti dan/atau memberhentikan karyawan/staf Pihak Kedua atas biaya Pihak Kedua sepenuhnya;
- 6.9. Membuat dan memberikan laporan Vendor mingguan dan laporan laba/rugi bulanan kepada Pihak Pertama yang standardnya ditentukan oleh Pihak Pertama, laporan tersebut terdiri dari ikhtisar mingguan (food cost), laporan inventory mingguan (weekly inventory), laporan kas penjualan mingguan, vendor report, dan reset struk harian yang mencakup sales per items dan per departemen paling lambat pada setiap hari hari Senin minggu berikutnya untuk laporan yang berakhir mingguan, dan untuk laporan yang berakhir bulanan disampaikan kepada Pihak Pertama paling lambat setiap tanggal 5 bulan berikutnya;
- 6.10. Wajib mengirimkan struk bulan sesuai dengan ketentuan Pihak Pertama setiap bulan paling lambat tanggal 5 bulan berikutnya;
- 6.11. Atas keterlambatan penyerahan laporan sesuai pasal 6.9. dan 6.10. di atas karena kelalaian Pihak Kedua, akan diberikan surat teguran sebanyak 3 (tiga) kali. Dan apabila setelah diberikan surat teguran ke 3 (tiga) tersebut masih terjadi keterlambatan, maka Pihak Pertama dapat memutuskan perjanjian secara sepihak dengan tetap memberlakukan pasal 12 Perjanjian;

- 6.12. Menanggung semua biaya sehubungan dengan pemasangan papan nama yang bertuliskan CFC di Premis Lokasi serta kegiatan marketing (berupa pemasaran dan promosi) di area Premis Lokasi (Local Store Marketing/LSM) yang dilakukan oleh Pihak Pertama;
- 6.13. Merenovasi/memperbaiki ruangan/bangunan yang meliputi furni- ture dan interior sesuai standard Pihak Pertama, apabila menurut Pihak Pertama furniture dan interior yang ada sudah tidak layak untuk digunakan;
- 6.14. Mengikuti dan memenuhi semua usul dan saran yang diberikan oleh Pihak Pertama baik itu usul dan saran perbaikan berdasarkan pasal 8.5. Perjanjian maupun usul dan saran sehubungan dengan penyelenggaraan Restoran;
- 6.15. Melakukan kunjungan ke Premis Lokasi (store) untuk secara langsung memeriksa dan mengawasi jalannya operasional Restoran pada setiap harinya secara penuh (fully incharge) untuk jangka waktu 3 (tiga) bulan sejak pembukaan store, dan untuk selanjutnya 3 (tiga) kali dalam waktu 1 (satu) minggu selama Jangka Waktu;
- 6.16. Dalam melaksanakan kewajiban pada pasal 6.15. tersebut di atas, Pihak Kedua diwajibkan untuk memakai seragam store manager CFC sebagaimana yang ditetapkan oleh Pihak Pertama.
- 6.17. Membayar/menanggung semua biaya yang timbul sehubungan dengan pemenuhan kewajiban Pihak Kedua pada pasal 6 Perjan- jian.

PASAL 7 LARANGAN-LARANGAN PIHAK KEDUA

Selama berlakunya perjanjian, Pihak Kedua tidak diperkenankan melakukan hal-hal di bawah ini tanpa persetujuan tertulis terle- bih dahulu dari Pihak Pertama, yaitu:

- 7.1. Mengalihkan hak dan kewajibannya yang timbul berdasarkan Perjanjian baik sebagian maupun seluruhnya kepada pihak ketiga atau pihak lain. Apabila pengalihan tersebut disetu- jui oleh PIHAK PERTAMA, maka akan berlaku ketentuan pasal 9.5. PERJANJIAN;
- 7.2. Selama Perjanjian berlangsung Pihak Kedua tidak akan menja- di Pihak dalam perjajian lain dengan pihak ketiga yang dapat menimbulkan pertentangan kepentingan dengan pelaksa- naan Perjanjian;
- 7.3. Memakai dan/atau menjual makanan dan minuman dengan merek dagang dan/atau logo "CFC" berikut rahasia-rahasia perda- gangannya di luar wilayah/lingkungn Restoran yang telah disepakati oleh kedua belah pihak;

- 7.4. Menjual makanan dan minuman dan segala sesuatu selain yang ditetapkan dalam pasal 1 Perjanjian;
- 7.5. Mengganti/mengubah equipment yang telah disediakan oleh Pihak Pertama tanpa persetujuan tertulis Pihak Pertama;
- 7.6. Merubah modal dasar, modal setor, pemegang saham dan susunan pengurus, apabila Pihak Kedua merupakan badan hukum.

PASAL 8
KEWAJIBAN PIHAK PERTAMA

Agar Pihak Kedua dapat menyelenggarakan restoran dengan baik, Pihak Pertama berkewajiban :

- 8.1. Menyampaikan kepada Pihak Kedua prosedur dan cara beroperasinya CFC seperti metode penyiapan, penyimpanan, serta penyajian makanan dan minuman CFC secara baik dan benar;
- 8.2. Memasok Pihak Kedua dengan bahan baku, bumbu-bumbu dan alat-alat perlengkapan CFC lainnya sesuai dengan permintaan dan kebutuhan Pihak Kedua;
- 8.3. Memberikan latihan/training kepada sebanyak-banyaknya 2 (dua) orang staf karyawan Pihak Kedua selama 2 (dua) bulan sebelum pembukaan store untuk pertama kalinya, di tempat yang ditetapkan Pihak Pertama secara cuma-cuma, akan tetapi biaya akomodasi dan makan ditanggung oleh Pihak Kedua;
- 8.4. Mengirimkan tenaga manager untuk membantu Pihak Kedua selama 1 (satu) minggu sebelum dan 3 (tiga) minggu setelah pembukaan Restoran;
- 8.5. Mengadakan kunjungan sewaktu-waktu untuk melakukan pemeriksaan (audit) atas operasi Restoran dan memberikan saran serta usul perbaikan jika diperlukan;
- 8.6. Memberikan petunjuk kepada Pihak Kedua tentang ijin-ijin serta prosedur pengurusan ijin yang diperlukan dalam mengelola Restoran sesuai dengan standard sebagaimana ditentukan oleh Pihak Pertama.

PASAL 9
PERNYATAAN DAN JAMINAN PIHAK KEDUA

- 9.1. Pihak Kedua hanya akan menggunakan Premis Lokasi untuk restoran sebagaimana tersebut dalam pasal 1 perjanjian.
- 9.2. Pihak Kedua akan memenuhi semua persyaratan dan ketentuan yang ditetapkan oleh Pihak Pertama sehubungan dengan penyelenggaraan Restoran di Premis Lokasi termasuk dan tidak terbatas pada ketentuan dalam Standard Prosedur Kerja (SPK)

yang ditetapkan oleh Pihak Pertama dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Perjanjian ini.

Digital Repository Universitas Jember

- 9.3. Pihak Kedua akan mentaati peraturan perundangan yang berlaku sehubungan dengan kegiatan usaha Pihak Kedua termasuk ketentuan tentang ijin-ijin Restoran, pengaturan dalam bidang ketenagakerjaan seperti ketentuan upah minimum Regional (UMR), dan lain-lain.
- 9.4. Pihak Kedua mengakui bahwa Pihak Pertama adalah pemilik karena pemakai pertama yang sah dari CFC dan karena itu tidak akan melakukan tindakan yang dapat mengakibatkan beralihnya hak atas CFC kepada Pihak lain atau kepada Pihak Ketiga, termasuk kepada Pihak Kedua sendiri.
- 9.5. Selama jangka waktu Pihak Kedua tidak akan memindahkan Restoran berdasarkan Perjanjian baik seluruhnya maupun sebagian ke lokasi/tempat lain tanpa persetujuan tertulis Pihak Pertama. Apabila pengalihan/pemindahan tersebut disetujui oleh Pihak Pertama, maka Pihak Kedua akan dikenakan biaya pengalihan sebesar 20 % (dua puluh persen) dari Biaya Franchise yang wajib dibayar secara tunai dan seketika pada saat pengalihan tersebut terjadi. Pengalihan tersebut hanya dapat dilakukan apabila biaya pengalihan tersebut telah dilunasi oleh Pihak Kedua.
- 9.6. Selama jangka waktu Pihak Kedua tidak akan ikut serta dalam mendirikan, memulai dan/atau menyelenggarakan usaha yang serupa atau sama dengan, dan/atau bersifat menyaingi CFC.
- 9.7. Pihak Kedua akan mengikuti dan memenuhi ketentuan-ketentuan tentang standard kualitas produk, standard penyajian, standard penyimpanan, standard pemasaran serta harga jual produk yang telah dibuat dan ditetapkan oleh Pihak Pertama.
- 9.8. Pihak Kedua akan mengikuti bentuk logo, menu board, warna, gambar produk, dan bahan yang telah ditentukan sesuai dengan standard Pihak Pertama.
- 9.9. Pihak Kedua tidak akan mengadakan atau memperdagangkan makanan dan/atau minuman diluar standard yang telah ditentukan oleh Pihak Pertama, kecuali dengan persetujuan tertulis Pihak Pertama.
- 9.10. Pihak Kedua memberikan kewenangan dan bantuan sepenuhnya kepada Pihak Pertama atau kuasanya untuk dapat setiap saat dalam jam kerja Restoran memasuki sebagian maupun seluruh bangunan/ruangan Restoran, serta memeriksa pembukuan dan dokumen pendukung transaksi lainnya, termasuk tempat penyimpanan arsip/dokumen penyelenggaraan Restoran, dalam rangka memeriksa kebenaran pelaksanaan kewajiban Pihak Kedua yang ditetapkan dalam Perjanjian.

- 9.11. Pihak Kedua menjamin Pihak Pertama bahwa Pihak Kedua tidak akan mengalihkan hak franchise dan hak-hak lainnya yang timbul berdasarkan Perjanjian ini kepada pihak lain.
- 9.12. Pihak Kedua menjamin Pihak Pertama bahwa apabila Perjanjian Franchise ini berakhir/diakhiri, Pihak Kedua tidak akan menggunakan merek dagang/logo, seragam, piring dan seluruh identitas CFC lainnya untuk keperluan/kegiatan apapun, termasuk dan tidak terbatas pada penjualan produk-produk lain yang dihasilkan oleh CFC dan/atau Pihak Pertama kepada Pihak lain.
- 9.13. Selama Jangka Waktu Pihak Kedua dilarang untuk menjual atau memperdagangkan produk-produk lain yang sejenis dengan produk CFC baik di Premis Lokasi maupun di lokasi lainnya tanpa persetujuan tertulis dari Pihak Pertama.

PASAL 10

PERNYATAAN DAN JAMINAN PIHAK PERTAMA

- 10.1. Pihak Pertama adalah pemilik yang sah dari CFC dan tidak ada Pihak Ketiga yang mempunyai atau dapat mempunyai sesuatu hak yang dapat mengurangi atau membatalkan hak pemilikan yang sah dari Pihak Pertama tersebut.
- 10.2. Pihak Pertama menjamin bahwa Pihak Kedua dalam menyelenggarakan Restoran tidak akan mendapat gangguan atau gugatan dari pihak manapun sehubungan dengan pemakaian logo dan merek dagang CFC.
- 10.3. Pihak Pertama akan selalu mengadakan persediaan bumbu-bumbu dan pembungkus secara memadai selama Pihak Kedua memenuhi kewajibannya untuk membayar biaya-biaya yang ditetapkan dalam Perjanjian ini.

PASAL 11

INGKAR JANJI (DEFAULT)

- 11.1. Pihak Kedua telah dianggap melakukan wanprestasi apabila melakukan perbuatan-perbuatan yang dapat menimbulkan cedera/kerugian pada Pihak Pertama, antara lain namun tidak terbatas pada keterlambatan membayar Biaya Royalty sebagaimana dimaksud dalam pasal 3.3., tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana diatur dalam pasal 6 dan/atau melanggar ketentuan-ketentuan pasal 7 dan pasal 9 Perjanjian, atau melakukan perbuatan-perbuatan lain yang dapat merugikan Pihak Pertama termasuk tidak memenuhi ketentuan-ketentuan tentang Quality Control dan syarat-syarat lain yang ditetapkan oleh Pihak Pertama, kecuali hal-hal tersebut di atas terjadi diluar kekuasaan Pihak Kedua, perbuatan ingkar janji mana tidak tercakup oleh keadaan kahar (keadaan kahar/force majeure).

- 11.2. Apabila Pihak Kedua melakukan salah satu perbuatan sebagaimana dimaksud dalam pasal 11.1. di atas (wanprestasi), maka Pihak Pertama dapat mengakhiri dan/atau membatalkan Perjanjian ini dan segala pembayaran yang telah dilakukan dinyatakan hangus, tidak dapat ditagih atau dituntut kembali oleh Pihak Kedua kepada Pihak Pertama, namun tidak mengurangi hak Pihak Pertama untuk menuntut ganti rugi berdasarkan jumlah yang ditetapkan oleh pihak Pertama yang diatur dalam Pasal 12 Perjanjian.
- 11.3. Untuk maksud pembatalan berdasarkan ketentuan Pasal 11.2. para pihak dapat mengesampingkan ketentuan Pasal 1266 dan 1267 dari Kitab Undang-undang Hukum Perdata sejauh keputusan hakim diperlukan untuk membatalkan suatu perjanjian.

PASAL 12 SANKSI-SANKSI

Bilamana Pihak Kedua melakukan wanprestasi dan/atau melanggar ketentuan -ketentuan dalam Perjanjian, maka Pihak Pertama berhak menuntut ganti rugi kepada Pihak Kedua yang besarnya sekurang-kurangnya sama dengan nilai Biaya Franchise dalam batas waktu 14 (empat belas) hari sejak peringatan diberikan oleh Pihak Pertama kepada Pihak Kedua. Apabila ternyata Pihak Kedua belum melakukan kewajibannya sebagaimana dimaksud di atas, maka pihak Pertama berhak untuk mengakhiri perjanjian tanpa mengurangi hak Pihak Pertama untuk menuntut ganti rugi senilai Biaya Franchise tersebut di atas ditambah dengan bunga pinjaman rata-rata yang berlaku di Bank Pemerintah dan/atau sejumlah yang ditetapkan kemudian oleh Pihak Pertama selama Pihak Kedua belum memenuhi kewajibannya tersebut.

PASAL 13 PENGALIHAN

Hak dan Kewajiban Pihak Kedua yang terbit dari perjanjian ini tidak dapat dialihkan kepada Pihak lain atau Pihak Ketiga tanpa persetujuan tertulis dari Pihak Pertama.

PASAL 14 KEADAAN KAHAR

- 13.1. Keadaan Kahar adalah keadaan dimana masing-masing atau kedua belah pihak tidak mampu melakukan hak dan kewajibannya yang terbit dari perjanjian ini karena terjadinya banjir, gempa bumi, angin ribut (acts of God), kebakaran, kerusakan dan atau perang (selanjutnya disebut "KEADAAN KAHAR").
- 13.2. Dalam hal terjadinya Keadaan Kahar, Jangka Waktu akan diperpanjang dengan suatu jumlah waktu yang sama dengan jumlah waktu keadaan kahar yang telah terjadi, dengan syarat bahwa pihak yang mengalami keadaan kahar tersebut, harus

sudah memberitahukan kepada pihak lainnya dalam waktu 14 (empat belas) hari setelah mulai terjadinya keadaan kahar tersebut.

PASAL 15
PEMBERITAHUAN

Setiap hal yang berkenaan dengan perjanjian yang hendak diberitahukan oleh pihak yang satu kepada pihak yang lain harus disampaikan secara tertulis dengan surat tercatat atau lewat kurir dengan memperoleh tanda terima tertulis pada alamat-alamat berikut :

PIHAK PERTAMA :

PT. PUTRA SEJAHTERA PIONEERINDO

Untuk Perhatian : Dwiyanto Gondokusumo

PIHAK KEDUA :

SONY HENDARTO

PASAL 16
SENGKETA

- 15.1. Para Pihak akan menyelesaikan setiap sengketa yang timbul sehubungan dengan dan sebagai akibat dari pelaksanaan perjanjian ini secara musyawarah.
- 15.2. Apabila sengketa tersebut tidak berhasil diselesaikan dengan cara musyawarah, maka kedua belah pihak dengan ini memilih domisili yang tetap di kantor Kepaniteraan Pengadilan Negeri Jakarta Selatan.

PASAL 17
ADDENDUM

- 16.1. Hal-hal yang dianggap perlu untuk ditegaskan tetapi belum diatur dalam Perjanjian ini dapat diatur kemudian oleh para pihak.
- 16.2. Setiap perubahan dan/atau perpanjangan dan/atau penambahan dan/atau pengurangan Perjanjian ini hanya dapat dilakukan oleh para pihak secara tertulis dalam suatu addendum dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari perjanjian ini.

Demikianlah perjanjian ini dibuat dan ditanda tangani pada tanggal tersebut pada awal perjanjian ini, dalam rangkap 2 (dua) bermeterai cukup dan mempunyai kekuatan hukum yang sama.

PIHAK PERTAMA :
PT. PUTRA SEJAHTERA PIONEERINDO

PIHAK KEDUA



Dwiyanto Gondokusumo
Direktur Utama


Sony Nendarto
Individu/Partikelir

Saksi:

std 1795



PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA

NOMOR 16 TAHUN 1997

TENTANG WARALABA

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA,

Menimbang : bahwa untuk menciptakan tertib usaha dengan cara Waralaba serta perlindungan terhadap konsumen, dipandang perlu menetapkan ketentuan tentang Waralaba dengan Peraturan Pemerintah;

Mengingat : 1. Pasal 4 ayat (1) Undang-Undang Dasar 1945;
2. Kitab Undang-undang Hukum Perdata (Burgelijke Wetboek, Staatblads 1847 Nomor 23);
3. Undang-undang Pengaturan Perusahaan 1934 (Bedrijfs Reglementerings Ordonnantie 1934, Staatsblads 1938 Nomor : 86);

M E M U T U S K A N :

**Menetapkan : PERATURAN PEMERINTAH TENTANG
WARALABA.**

BAB I KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Pemerintah ini yang dimaksud dengan :

1. Waralaba 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;
2. Pemberi Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimilikinya;
3. Penerima Waralaba adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki Pemberi Waralaba;

Pasal 2

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.
- (2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Pasal 3

(1) Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan kepada Penerima Waralaba secara tertulis dan benar sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya;
- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi penerima Waralaba;
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba;
- f. Pengakhiran, pembatalan, dan perpanjangan perjanjian Waralaba serta hal-hal lain yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba.

(2) Pemberi Waralaba wajib memberikan waktu yang cukup kepada Penerima Waralaba untuk meneliti hal-hal sebagaimana dimaksud dalam ayat (1).

Pasal 4

(1) Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan perjanjian Waralaba.

(2) Pemberi Waralaba memberikan pembinaan, bimbingan, dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

Pasal 5

Dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba lain, Penerima Waralaba yang bersangkutan wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya satu tempat usaha untuk melakukan kegiatan usaha Waralaba.

Pasal 6

(1) Usaha Waralaba dapat diselenggarakan untuk dan diseluruh wilayah Indonesia, dan pelaksanaannya dilakukan secara bertahap dengan memperhatikan perkembangan sosial dan ekonomi dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah.

(2) Ketentuan lebih lanjut tentang pelaksanaan pentahapan sebagaimana dimaksud dalam ayat (1), ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan setelah mendengar pertimbangan Menteri dan pimpinan instansi terkait.

Pasal 7

(1) Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis sebagaimana dimaksud pada pasal 3 ayat (1) didaftarkan di Departemen Perindustrian dan Perdagangan oleh Penerima Waralaba paling lambat 30 (tiga puluh) hari terhitung sejak berlakunya Perjanjian Waralaba.

(2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan usaha dengan cara Waralaba.

Pasal 8

Penerima Waralaba yang tidak memenuhi persyaratan sebagaimana dimaksud pada pasal 7 ayat (1) dan tetap melaksanakan kegiatan usaha yang bersangkutan meskipun telah diberi peringatan sebanyak tiga kali berturut-turut, dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis.

Pasal 9

- (1) Perjanjian Waralaba yang telah berlaku sebelum ditetapkan Peraturan Pemerintah ini, didaftarkan sebagaimana dimaksud pada pasal 7.
- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud dalam ayat (1) dilakukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal berlakunya Peraturan Pemerintah ini.

Pasal 10

Ketentuan lebih lanjut yang diperlukan bagi pelaksanaan Peraturan Pemerintah ini ditetapkan oleh Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Pasal 11

Peraturan Pemerintah ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan; Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Pemerintah ini dengan menempatkannya dalam Lembaran Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta

Pada Tanggal 18 Juni 1997

PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA

ttd

S O E H A R T O

Diundangkan di Jakarta

Pada tanggal 18 Juni 1997

MENTERI SEKRETARIS NEGARA

REPUBLIK INDONESIA

Cap ttd

MOERDIONO

LEMBARAN NEGARA REPUBLIK INDONESIA

TAHUN 1997 NOMOR 49

Salinan sesuai dengan aslinya

SEKRETARIAT KABINET RI

Kepala Biro Hukum

dan Perundang-undangan

Cap ttd

LAMBOCK V. NAHATTANDS.

misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus dari pemiliknya.

**PENJELASAN
ATAS
PERATURAN PEMERINTAH REPUBLIK INDONESIA
NOMOR 16 TAHUN 1997
TETANG
WARALABA**

1. UMUM

Dalam rangka lebih memperluas kesempatan kerja dan kesempatan berusaha, serta sebagai upaya untuk meningkatkan pelaksanaan alih teknologi, dipandang perlu mengembangkan kegiatan Waralaba.

Sehubungan dengan hal-hal tersebut dan untuk memberikan kepastian usaha dan kepastian hukum bagi dunia usaha yang menjalankan Waralaba, maka perlu dilakukan upaya pengaturan, pembinaan, dan pengembangan Waralaba dalam suatu Peraturan Pemerintah.

II. PASAL DEMI PASAL

Pasal 1

Angka 1

Yang dimaksud dengan hak atas kekayaan intelektual meliputi antara lain merek, nama dagang, logo, disain, hak cipta, rahasia dagang dan paten.

Yang dimaksud dengan penemuan atau ciri khas usaha

Angka 2

Pemberi Waralaba lazim disebut Franchisor.

Angka 3

Penerima Waralaba lazim disebut Franchisee

Pasal 2

Ayat (1)

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 3

Ayat (1)

Ketentuan ini dimaksudkan agar Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba memiliki dasar awal yang kuat dalam melakukan kegiatan Waralaba secara sehat dan terbuka.

huruf a

Keterangan mengenai Pemberi Waralaba menyangkut identitasnya antara lain nama atau alamat tempat usaha; nama dan alamat Pemberi Waralaba, pengalaman mengenai keberhasilan atau kegagalan selama menjalankan Waralaba, keterangan mengenai Penerima

Waralaba yang pernah dan masih melakukan perikatan, dan kondisi keuangan'

huruf b

Cukup jelas

huruf c

Cukup jelas

Persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba antara lain mengenai cara pembayaran, ganti rugi, wilayah pemasaran dan pengawasan mutu.

huruf d

Keterangan mengenai prospek kegiatan Waralaba, meliputi juga dasar yang dipergunakan dalam pemberian keterangan tentang prospek dimaksud.

huruf e

Bantuan atau fasilitas yang diberikan antara lain berupa pelatihan, bantuan keuangan, bantuan pemasaran, bantuan pembukuan dan pedoman kerja.

huruf f

Cukup jelas

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 4

Cukup jelas

Untuk dapat meningkatkan mutu hasil produksi dalam negeri dan cinta produk dalam negeri maka setiap usaha Waralaba dianjurkan untuk sebanyak-banyaknya menggunakan produk dalam negeri, dan penggunaan produk luar negeri diperbolehkan sepanjang produk tersebut tidak tersedia.

Pasal 5

Hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba lain dituangkan dalam Perjanjian Waralaba.

Dalam hal perjanjian Waralaba tidak mengatur hak yang demikian, penunjukan lebih lanjut Penerima Waralaba lain hanya dapat dilakukan berdasarkan persetujuan tertulis dari Pemberi Waralaba.

Pasal 6

Ayat (1)

Penyelenggaraan Waralaba pada dasarnya dilakukan secara bertahap terutama di Ibukota Propinsi.

Pengembangan Waralaba diluar Ibu Kota Propinsi, seperti Ibu Kota Kabupaten/Kotamadya Daerah Tingkat II dan tempat-tempat tertentu lainnya yang memerlukan kehadiran jasa Waralaba dilakukan secara bertahap dan dengan memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan usaha dan tingkat pertumbuhan sosial dan ekonomi terutama dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.

Ayat (2)

Cukup jelas



DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN DALAM NEGERI

Jl. M.H. Rindan Rais No. 5 Telp: 3858183 - 3858193 (Langsung), 3858171-5 (Sentral) Fsx: 3857338 JAKARTA 10110 Kotak Pos 214

SEKRETARIAT
DIT. JEN. PDN
Telp. 3858211
Fak. 3858211

DIT. PENDAFTARAN
PERUSAHAAN
Telp. 3519160, 3858188
Fak. 3858188

DIT. BINA USAHA
PERDAGANGAN
Telp. 3858189
Fak. 3853114

DIREKTORAT
BINA PASAR
Telp. 3858210
Fak. 3858214

DIT. PERLINDUNGAN
KONSUMEN
Telp. 3858187
Fak. 3858187

DIREKTORAT
METROLOGI
Telp. (022) 4203592
Fak. 433930
Fw. (022) 4207026

Pasal 7

Ayat (1)

Saat berlakunya perjanjian Waralaba ditetapkan dalam masing-masing perjanjian Waralaba

Ayat (2)

Cukup jelas

Pasal 8

Cukup jelas

Pasal 9

(Ayat 1)

Cukup jelas

(Ayat 2)

Cukup jelas

Pasal 10

Cukup jelas

Pasal 11

Cukup jelas

TAMBAHAN LEMBARAN NEGARA
REPUBLIK INDONESIA NOMOR 3689

PELIMPAHAN WEWENANG
NO.436/DJPDN/III/2000

Dalam rangka meningkatkan pelayanan kepada dunia usaha dan sesuai Pasal 15 Surat Keputusan Menperindag No.259/MPP/Kep/7/1997 tanggal 30 Juli 1997, dengan ini kami menunjuk Saudara:

Direktur Bina Usaha Perdagangan,

untuk dan atas nama kami menandatangani surat-surat yang berkenaan dengan *Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba Asing*, kecuali :
untuk penerbitan *Surat Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) baru dan Penutupan Usaha Waralaba*.

Surat pelimpahan wewenang ini berlaku sejak tanggal 12 Juli 2000

Sekian, untuk dilaksanakan dengan sebaik-baiknya.

Jakarta, 12 Juli 2000

DIREKTUR JENDERAL

TEDDY SETIADI

Tembusan :

1. Sekretaris Jenderal, Depperindag;
2. Inspektur Jenderal, Depperindag;
3. Para Dirjen, Depperindag;
4. Para Ka. Badan, Depperindag;
5. Karopeg, Depperindag;
6. Karokum, Depperindag;
7. Pertinggal



MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

KEPUTUSAN
MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA
NOMOR: 259/MPP/Kep/7/1997

TENTANG

KETENTUAN DAN TATA CARA PELAKSANAAN
PENDAFTARAN USAHA WARALABA

MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

Menimbang : a. bahwa dalam rangka pelaksanaan Peraturan Pemerintah Nomor 16 Tahun 1997. tentang Waralaba perlu menetapkan Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba;

b. bahwa untuk meningkatkan peranan dan keikutsertaan masyarakat luas dalam usaha Waralaba, perlu adanya peran serta pengusaha kecil dan menengah baik sebagai Pemberi Waralaba, Penerima Waralaba maupun sebagai pemasok barang dan atau jasa;

- c. bahwa usaha Waralaba perlu dikembangkan dalam rangka mendorong pertumbuhan dan pengembangan pemberi waralaba nasional;
- d. bahwa untuk itu perlu dikeluarkan Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

Mengingat :

1. Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba (Lembaran Negara Nomor 49 Tahun 1997 Tambahan Lembaran Negara Nomor 3689);
2. Keputusan Presiden RI Nomor 96/M Tahun 1993 tentang Pembentukan Kabinet Pembangunan VI, sebagaimana diubah dengan Keputusan Presiden Nomor 388/M Tahun 1995;
3. Keputusan Presiden RI Nomor 2 Tahun 1996 tentang Perubahan Atas Keputusan Presiden Nomor 15 Tahun 1984 tentang Susunan Organisasi Departemen sebagaimana telah Dua Puluh Lima Kali Diubah, terakhir dengan Keputusan Presiden Nomor 61 Tahun 1995;
4. Keputusan Bersama Menteri Perindustrian dan Perdagangan dan Menteri Dalam Negeri Nomor 145/MPP/Kep/5/97 dan Nomor 57 tahun 1997 tanggal 12 Mei 1997 tentang Penataan dan Pembinaan Pasar dan Pertokoan;
5. Keputusan Menteri Perdagangan Nomor 1458/Kp/XII/84 Tentang Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP);
6. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 92/MPP/Kep/9/1996

Tentang Organisasi dan Tata Kerja Departemen Perindustrian dan Perdagangan;

7. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 84/MPP/Kep/4/1996 Tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan di Propinsi dan Kantor Departemen Perindustrian dan Perdagangan di Kabupaten/Kotamadya.

MEMUTUSKAN:

Menetapkan : KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN REPUBLIK INDONESIA TENTANG KETENTUAN DAN TATA CARA PELAKSANAAN PENDAFTARAN USAHA WARALABA.

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Keputusan Menteri ini, yang dimaksud dengan :

1. Waralaba (Franchise) adalah perkataan dimana salah satu pihak diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas yang dimiliki pihak lain dengan suatu imbalan berdasarkan persyaratan yang ditetapkan pihak lain tersebut, dalam rangka penyediaan atau penjualan barang dan atau jasa.
2. Pemberi Waralaba (Franchisor) adalah badan usaha atau perorangan yang memberikan hak kepada pihak lain untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan

intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.

3. Penerima Waralaba (Franchisee) adalah badan usaha atau perorangan yang diberikan hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba.
4. Penerima Waralaba Utama adalah Penerima Waralaba yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan yang diperoleh dari Pemberi Waralaba.
5. Penerima Waralaba lanjutan adalah badan usaha atau perorangan yang menerima hak untuk memanfaatkan dan atau menggunakan hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang dimiliki Pemberi Waralaba melalui Penerima Waralaba Utama.
6. Perjanjian Waralaba adalah perjanjian secara tertulis antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba.
7. Perjanjian Waralaba Lanjutan adalah perjanjian secara tertulis antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan.
8. Pasar Tradisional adalah Pasar Desa, Pasar Kecamatan dan sebagainya.
9. Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba yang selanjutnya disingkat STPUW adalah bukti pendaftaran yang diperoleh Penerima Waralaba setelah yang bersangkutan mengajukan permohonan STPUW dan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam keputusan ini.
10. Menteri adalah Menteri Perindustrian dan Perdagangan.

BAB II

PERJANJIAN WARALABA

Pasal 2

- (1) Waralaba diselenggarakan berdasarkan perjanjian tertulis antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba;
- (2) Perjanjian Waralaba dibuat dalam bahasa Indonesia dan terhadapnya berlaku hukum Indonesia.

Pasal 3

- (1) Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba dapat disertai atau tidak disertai dengan pemberian hak untuk membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan.
- (2) Semua ketentuan mengenai Pemberi Waralaba sebagaimana yang diatur dalam Keputusan ini berlaku juga bagi Penerima Waralaba Utama yang melaksanakan hak membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan dengan Penerima Waralaba Lanjutan.

Pasal 4

Dalam hal Penerima Waralaba diberikan hak untuk menunjuk lebih lanjut Penerima Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba Utama tersebut wajib mempunyai dan melaksanakan sendiri sekurang-kurangnya 1 (satu) tempat usaha untuk melakukan kegiatan usaha Waralaba.

Pasal 5

Sebelum membuat perjanjian, Pemberi Waralaba wajib menyampaikan keterangan secara tertulis dan benar kepada Penerima Waralaba sekurang-kurangnya mengenai :

- a. Identitas Pemberi Waralaba, berikut keterangan mengenai kegiatan usahanya termasuk neraca dan daftar rugi laba selama 2 (dua) tahun terakhir;
- b. Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi objek Waralaba;
- c. Persyaratan-persyaratan yang harus dipenuhi Penerima Waralaba;
- d. Bantuan atau fasilitas yang ditawarkan Pemberi Waralaba kepada Penerima Waralaba;
- e. Hak dan kewajiban Pemberi dan Penerima Waralaba;
- f. Cara-cara dan syarat pengakhiran, pemutusan, dan perpanjangan perjanjian Waralaba;
- g. Hal-hal - yang perlu diketahui Penerima Waralaba dalam rangka pelaksanaan perjanjian Waralaba.

Pasal 6

Sebelum membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan, Penerima Waralaba Utama wajib memberitahukan secara tertulis dengan dokumen otentik kepada Penerima Waralaba Lanjutan bahwa Penerima Waralaba Utama memiliki hak atau izin membuat Perjanjian Waralaba Lanjutan dari Pemberi Waralaba.

Pasal 7

- (1) Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba sekurang-kurangnya memuat klausula mengenai :
 - a. Nama, alamat dan tempat kedudukan perusahaan Masing-masing pihak;
 - b. Nama dan jabatan masing-masing pihak yang berwenang menandatangani perjanjian;

Pasal 9

- c. Nama dan jenis Hak atas kekayaan intelektual atau penemuan atau ciri khas usaha misalnya sistem manajemen, cara penjualan atau penataan atau cara distribusi yang merupakan karakteristik khusus yang menjadi objek Waralaba;
- d. Hak dan kewajiban masing-masing pihak serta bantuan dan fasilitas yang diberikan kepada Penerima Waralaba;
- e. Wilayah pemasaran;
- f. Jangka waktu perjanjian dan tata cara perpanjangan perjanjian serta syarat-syarat perpanjangan perjanjian;
- g. Cara penyelesaian perselisihan;
- h. Ketentuan-ketentuan pokok yang disepakati yang dapat mengakibatkan pemutusan perjanjian atau berakhirnya perjanjian;
- i. Ganti rugi dalam hal terjadi pemutusan perjanjian;
- j. Tata cara pembayaran imbalan;
- k. Penggunaan barang atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh pengusaha kecil;
- l. Pembinaan, bimbingan dan pelatihan kepada Penerima Waralaba.

- (2) Penunjukan wilayah pemasaran usaha Waralaba dalam Perjanjian Waralaba dapat mencakup seluruh atau sebagian wilayah Indonesia.

- (3) Setiap pembuatan Perjanjian Waralaba Lanjutan yang dibuat antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan wajib sepengetahuan Pemberi Waralaba.

Pasal 8

Jangka waktu Perjanjian Waralaba berlaku sekurang-kurangnya 5 (lima) tahun.

- (1) Pemberi Waralaba dari luar negeri harus mempunyai bukti legalitas dari instansi berwenang di negara asalnya dan diketahui oleh Pejabat Perwakilan RI setempat.
- (2) Pemberi Waralaba dari dalam negeri wajib memiliki SIUP dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.

Pasal 10

Menteri atau pejabat lain yang ditunjuk dapat memberikan saran penyempurnaan atas Perjanjian Waralaba antara Pemberi Waralaba dengan Penerima Waralaba atau antara Penerima Waralaba Utama dengan Penerima Waralaba Lanjutan untuk melindungi kepentingan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan keikutsertaan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau sebagai pemasok barang dan atau jasa.

BAB III

KEWAJIBAN PENDAFTARAN DAN KEWENANGAN
PENERBITAN STPUW

Pasal 11

- (1) Setiap Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan wajib mendaftarkan Perjanjian Waralabanya beserta keterangan tertulis sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5 Keputusan ini pada Departemen Perindustrian dan Perdagangan c.q. Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk memperoleh STPUW.

- menggunakan formulir STPUW sebagaimana tercantum dalam lampiran II atau lampiran III.
- (3) Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai belum lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW menolak permintaan penerbitan STPUW disertai dengan alasan-alasan penolakan.
- (4) Bagi pemohon yang ditolak sebagaimana dimaksud pada ayat (3), setelah memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam keputusan ini, dapat mengajukan kembali Permintaan STPUW.

Pasal 13

Masa berlaku STPUW sesuai dengan masa berlaku perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba atau perjanjian antara Penerima Waralaba Utama dan Penerima Waralaba Lanjutan.

Pasal 14

- (1) Apabila Pemberi Waralaba memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan kemudian menunjuk Penerima Waralaba yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba yang baru hanya diberikan kalau Pemberi Waralaba telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (Clean Break).
- (2) Apabila Penerima Waralaba Utama memutuskan Perjanjian Waralaba dengan Penerima Waralaba Lanjutan yang lama sebelum berakhir masa berlakunya Perjanjian Waralaba, dan

- (2) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan dengan cara mengisi Daftar Isian Permintaan STPUW dan dilakukan dalam waktu selambat-lambatnya 30 (tiga puluh) hari kerja terhitung mulai tanggal berlakunya Perjanjian Waralaba.
- (3) Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilaksanakan dalam rangka dan untuk kepentingan pembinaan dan pengembangan usaha dengan cara Waralaba.
- (4) Bentuk Daftar Isian Permintaan STPUW adalah sebagaimana tercantum dalam lampiran I Keputusan ini, dibuat dalam rangkap 2 (dua), ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya.

Pasal 12

- (5) Daftar Isian Permintaan STPUW dapat diminta secara cuma-cuma di Direktorat Jenderal Perdagangan Dalam Negeri atau di Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat.
- (1) Daftar Isian Permintaan STPUW yang telah diisi dan ditandatangani oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan atau kuasanya, diserahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW dengan dilengkapi fotocopy masing-masing 1 (satu) eksemplar terdiri dari:
- Perjanjian Waralaba beserta keterangan tertulis;
 - Surat Izin Usaha Perdagangan dan atau Izin Usaha dari Departemen Teknis lainnya.

- (2) Dalam hal Daftar Isian Permintaan STPUW beserta berkas kelengkapannya dinilai telah lengkap dan benar, maka selambat-lambatnya dalam 5 (lima) hari kerja, Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW, menerbitkan STPUW dengan

kemudian menunjuk Penerima Waralaba Lanjutan yang baru, maka penerbitan STPUW bagi Penerima Waralaba Lanjutan yang baru hanya diberikan kalau Penerima Waralaba Utama telah menyelesaikan segala permasalahan yang timbul sebagai akibat dari pemutusan tersebut yang dituangkan dalam bentuk Surat Pernyataan Bersama (Clean Break).

Pasal 15

Kewenangan penerbitan STPUW diimpahkan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW sebagai berikut :

- a. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba luar negeri diterbitkan oleh Direktur Jenderal Perdagangan Dalam Negeri dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam lampiran II.
- b. STPUW bagi Penerima Waralaba dari Pemberi Waralaba dalam negeri dan Penerima Waralaba Lanjutan yang berasal dari Waralaba dalam negeri dan luar negeri adalah Kepala Kantor Wilayah Departemen Perindustrian dan Perdagangan setempat dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam lampiran III.

BAB IV

PERSYARATAN WARALABA

Pasal 16

Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri sebanyak-banyaknya sepanjang memenuhi standar mutu barang dan jasa yang disediakan dan atau dijual berdasarkan Perjanjian Waralaba.

Pasal 17

- (1) Pemberi Waralaba mengutamakan pengusaha kecil dan menengah sebagai Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan dan atau pemasok dalam rangka penyediaan dan atau pengadaan barang dan atau jasa.
- (2) Dalam hal Pemberi Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan bukan merupakan pengusaha kecil dan menengah, Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan wajib mengutamakan kerjasama dan atau pasokan barang dan atau jasa dari pengusaha kecil dan menengah.

Pasal 18

- (1) Usaha Waralaba dapat dilakukan di semua Ibukota Propinsi dan kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II yang ditetapkan dari waktu ke waktu oleh Menteri.
- (2) Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) ditetapkan oleh Menteri secara bertahap dengan memperhatikan kebutuhan masyarakat, tingkat perkembangan sosial dan ekonomi dan dalam rangka pengembangan usaha kecil dan menengah di wilayah yang bersangkutan.
- (3) Lokasi usaha waralaba di Ibukota Propinsi sebagaimana dimaksud pada ayat (1) yang berada di Pasar Tradisional dan di luar pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Centre), hanya diperbolehkan bagi usaha Waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil.
- (4) Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2)

hanya diperbolehkan bagi Pengusaha Waralaba yang diselenggarakan oleh pengusaha kecil.

(5) Usaha Waralaba di kota/tempat tertentu lainnya di Daerah Tingkat II sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dan ayat (2) sepanjang berada di pasar Modern (Mall, Super Market, Department Store dan Shopping Centre), dapat diselenggarakan oleh bukan pengusaha kecil setelah mendapat persetujuan dari Menteri atau Pejabat lain yang ditunjuk.

Pasal 19

(1) Pemberi Waralaba dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba lokal di lokasi tersebut.

(2) Penerima Waralaba Utama dilarang menunjuk lebih dari 1 (satu) Penerima Waralaba Lanjutan di lokasi tertentu yang berdekatan, untuk barang dan atau jasa yang sama dan menggunakan merek yang sama, apabila diketahui atau patut diketahui bahwa penunjukan lebih dari satu Penerima Waralaba itu akan mengakibatkan ketidaklayakan usaha Waralaba di lokasi tersebut.

(3) Apabila di suatu lokasi yang berdekatan sudah ada usaha Waralaba yang dilakukan oleh Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan, maka di lokasi tersebut dilarang didirikan usaha yang merupakan cabang dari Pemberi Waralaba yang bersangkutan dengan merek yang sama kecuali untuk barang dan atau jasa yang berbeda.

BAB V

PELAPORAN

Pasal 21

(1) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha Waralaba secara periodik setiap 6 (enam) bulan yaitu selambat-lambatnya setiap tanggal 31 Juli dan 31 Januari dengan menggunakan formulir sebagaimana dimaksud dalam lampiran IV Keputusan ini, kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

(2) Kegiatan usaha Waralaba yang dilaporkan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) adalah periode perkembangan kegiatan usaha waralaba semester Pertama (1 Januari s/d 30 Juni) dan semester Kedua (1 Juli s/d 31 Desember).

(3) Penerima Waralaba/penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW wajib menyampaikan laporan kepada Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW untuk dilakukan Penyesuaian STPUW-nya terhadap setiap perubahan perjanjian yang berupa :

- a. Perluasan/penambahan/memperkecil kegiatan usaha Waralaba atau Penerima Waralaba Lanjutan;
- b. Pengalihan pemilikan usaha;
- c. Pemindahan alamat tempat usaha Waralaba atau Kantor Pusat;
- d. Nama pengurus, pemilik dan bentuk usaha dari Penerima Waralaba atau Pemberi Waralaba;

- e. Perpanjangan/perubahan jangka waktu perjanjian antara Pemberi Waralaba dan Penerima Waralaba.

BAB VI

SANKSI

Pasal 22

- (1) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah memperoleh STPUW diberikan peringatan tertulis apabila:

- Tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 Keputusan ini;
- Tidak memenuhi kewajiban pajak kepada pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- Adanya laporan atau pengaduan dari pejabat yang berwenang atau pemegang Hak Atas Kekayaan Intelektual bahwa Pemberi atau Penerima Waralaba melakukan pelanggaran Hak Atas Kekayaan Intelektual seperti antara lain Hak Cipta, Paten, atau Merek.

- (2) STPUW dapat dibekukan apabila penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan :

- telah mendapat peringatan tertulis sebagaimana dimaksud pada ayat (1) sebanyak 3 (tiga) kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan, yang bersangkutan tidak melaksanakan kewajibannya;
- sedang diperiksa di sidang pengadilan karena didakwa melakukan tindak pidana ekonomi atau perbuatan lain yang berkaitan dengan kegiatan usahanya, atau melakukan pelanggaran di bidang Hak atas Kekayaan Intelektual.

- (3) Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf a berlaku selama 6 (enam) bulan terhitung sejak 1 (satu) bulan setelah tanggal dikeluarkannya peringatan tertulis yang ketiga.

- (4) Pembekuan STPUW sebagaimana dimaksud pada ayat (2) huruf b berlaku sampai dengan dikeluarkannya keputusan Badan Peradilan yang berkekuatan hukum tetap.

- (5) STPUW yang dibekukan dapat dicairkan kembali apabila:

- STPUW yang diperoleh berdasarkan keterangan/data yang tidak benar atau palsu;
- selama 6 (enam) bulan dalam masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan telah melakukan perbaikan atau telah melaksanakan kewajiban sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 21 dan telah melaksanakan kewajiban pajak kepada pemerintah sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- dinyatakan tidak terbukti melakukan tindak pidana ekonomi atau pelanggaran di bidang Hak Atas Kekayaan Intelektual sesuai Keputusan Badan Peradilan yang telah berkekuatan hukum tetap.

- (6) STPUW dapat dicabut :

- selama 6 (enam) bulan masa pembekuan, Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan tidak melakukan kewajibannya sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) huruf a dan huruf b;
- telah dijatuhi hukuman oleh Badan Peradilan yang telah mempunyai kekuatan hukum tetap.

- (7) Peringatan tertulis, pembekuan dan pencabutan STPUW dilakukan oleh Pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

Keputusan ini, diberikan sesuai dengan masa akhir perjanjian yang disepakati.

Pasal 23

- (1) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang telah dicabut STPUW-nya dan tetap melaksanakan kegiatan usaha waralaba dikenakan sanksi pencabutan SIUP atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- (2) Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan yang tidak mendaftarkan akta perjanjian beserta keterangan tertulis dan tetap melaksanakan kegiatan usahanya dan telah diberi peringatan tertulis sebanyak tiga kali berturut-turut dengan tenggang waktu masing-masing 1 (satu) bulan dikenakan sanksi pencabutan Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) atau izin lain yang sejenis sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

BAB VII

KETENTUAN PERALIHAN

Pasal 24

- 1. Perjanjian waralaba yang telah berlaku sebelum ditetapkannya Keputusan ini wajib didaftarkan sesuai dengan ketentuan yang tercantum dalam Keputusan ini.
- 2. Pendaftaran sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan selambat-lambatnya 6 (enam) bulan terhitung sejak tanggal 18 Juni 1997 yaitu tanggal mulai berlakunya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 16 tahun 1997 tentang Waralaba.
- 3. Masa berlaku STPUW bagi Penerima Waralaba dan Penerima Waralaba Lanjutan yang telah ada sebelum ditetapkannya

BAB VIII

PENUTUP

Pasal 25

Pelaksanaan pemberian Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) tidak dikenakan pungutan dalam bentuk apapun.

Pasal 26

Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengumuman Keputusan ini dengan menempatkannya dalam Berita Negara Republik Indonesia.

Ditetapkan di Jakarta
Pada tanggal 30 Juli 1997

**MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA**

Cap ttd.

T. ARIWIBOWO

LAMPIRAN
KEPUTUSAN MENTERI PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
REPUBLIK INDONESIA

TENTANG
KETENTUAN DAN TATA CARA
PELAKSANAAN
PENDAFTARAN USAHA WARALABA

NOMOR :259/MPR/Kep/7/1997
TANGGAL :30 JULI

1. Lampiran I : Daftar Isian Permintaan Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW)
2. Lampiran II : Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yang diterbitkan oleh Dirjen Perdagangan Dalam Negeri
3. Lampiran III : Surat Tanda Pendaftaran Usaha Waralaba (STPUW) yang diterbitkan oleh Kakanwil Deperindag.
4. Lampiran IV : Laporan Semester Kegiatan Usaha Waralaba

MENTERI
PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN RI

Cap ttd

T.ARIWIBOWO

Lampiran 1

DAFTAR ISIAN PERMOHONAN
PENERBITAN SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA
WARALABA
(STPUW)

I. DASAR HUKUM

1. Peraturan Pemerintah R.I. Nomor 16 Tahun 1997 tentang Waralaba.
2. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan No.259/MPR/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba.

II. DATA PEMOHON (PENERIMA WARALABA/PENERIMA WARALABA LANJUTAN (FRANCHISEE))

1. Nama Perusahaan
2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan
3. Alamat Kantor Pusat
4. Nomor Telephon/Fax/Kawat
5. Akte Pendirian
 - a. Nomor dan Tanggal Akte
 - b. Nama Notaris (bila melalui Notaris)
 - c. Pengesahan dari instansi berwenang
- Nomor
- Tanggal
6. Surat Izin Usaha Perdagangan
 - a. Nomor
 - b. Tanggal
 - c. Bidang Usaha

7. Surat Izin dari Dept. Teknis
 a. Nomor :
 b. Tanggal :
 c. Nama Departemen/Instansi :
 8. Nomor Pokok Wajib Pajak (NPWP) Perusahaan :
 9. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 a. Nomor :
 b. Tanggal :
 10. Penanggungjawab Perusahaan
 a. Nama :
 b. Alamat Rumah :
 c. Nomor Telephon/Fax/Kawat :
 11. Permodalan Perusahaan saat ini
 a. Modal dasar : Rp.
 b. Modal ditempatkan : Rp.
 c. Modal Disetor : Rp.
 d. Kekayaan Perusahaan : Rp.
 12. Apakah sudah pernah menjadi Penerima Waralaba/Penerima Waralaba Lanjutan :
 Sudah/Belum *) Jika Sudah pernah, dengan siapa :
 13. Data Tenaga Kerja **) (Buat daftar nama dan jabatan)
 a. Tenaga Kerja Asing :
 b. Tenaga Kerja Indonesia (lokal) :
 III. FASILITAS TEMPAT USAHA PENERIMA WARALABA/PENERIMA WARALABA LANJUTAN *)
 1. Lokasi :
 2. Luas ruangan :
 3. Peralatan Pokok/Utama (dalam daftar terlampir) :
4. Bahan baku utama (dalam daftar terlampir) :
 5. Bahan baku penolong (dalam daftar terlampir) :
- IV. DATA PEMBERI WARALABA (FRANCHISOR) DALAM NEGERI/LUAR NEGERI/PENERIMA WARALABA UTAMA *)
1. Nama Perusahaan :
 2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan :
 3. Alamat Perusahaan :
 4. Nomor Telephon/Fax/Kawat :
 5. Bukti legalitas usaha Pemberi Waralaba Dalam Negeri/Luar Negeri/Penerima Waralaba Utama *)
 a. Dari Instansi :
 b. Nomor :
 c. Tanggal :
 6. Tanda Daftar Perusahaan (TDP)
 a. Nomor :
 b. Tanggal :
 7. HAKI atau penemuan atau ciri khas usaha yang menjadi obyek Waralaba terdaftar di Indonesia
 a. Instansi :
 b. Nomor :
 c. Tanggal :
 8. Sejak kapan memulai Usaha Waralaba
 9. Teknologi milik sendiri atau lisensi dari pihak lain (bila dari pihak lain disebutkan dengan jelas nama dan alamat pemberi iisensi) :

V. PERJANJIAN WARALABA

- 1. Nomor dan tanggal Perjanjian
- 2. Masa berlaku Perjanjian
- 3. Jenis Perjanjian Waralaba
- 4. Wilayah Pemasaran
- 5. Jenis Barang dan atau Jasa yang menjadi Obyek Waralaba
- 6. Merek Barang dan atau Jasa yang menjadi Obyek Waralaba

Demikian daftar permintaan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Tempat dan tanggal
 *) PENERIMA WARALABA/PENERIMA WARALABA
 LANJUTAN ATAU KUASANYA

TTD
 Meterai Rp. 2.000,-

.....
 Nama dan Jabatan
 Penanggungjawab Perusahaan

Catatan

- *) Coret yang tidak perlu
- **) Apabila kolom tidak cukup, dapat dibuat lampiran

DEPARTEMEN PERINDUSTRIAN DAN PERDAGANGAN
 REPUBLIK INDONESIA
 DIREKTORAT JENDERAL PERDAGANGAN
 DALAM NEGERI

SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA
 (STPUW)

Nomor :

Bertaku s.d tgl :

Berkenaan dengan permintaan.....

Nomor....., Tanggal.....

dan menunjukkan Surat Perjanjian Waralaba Nomor

Tanggal....., dan berdasarkan :

- 1. Peraturan Pemerintah RI Nomor 16 Tahun 1997 Tentang Waralaba;
- 2. Keputusan Menteri Perindustrian dan Perdagangan Nomor 259/MPP/Kep/7/1997 tentang Ketentuan dan Tata Cara Pelaksanaan Pendaftaran Usaha Waralaba, maka dengan ini diberikan :

SURAT TANDA PENDAFTARAN USAHA WARALABA
 (STPUW)

SEBAGAI PENERIMA WARALABA

KEPADA :

- 1. Nama Perusahaan :
- 2. Bentuk Badan Usaha/Perorangan
 Penerima Waralaba :

- 3. Alamat
- 4. Nama Pimpinan dan Jabatan
- 5. Nomor SIUP
- 6. Nomor Surat Izin Usaha Dep. Teknis
- 7. Nomor Pokok Wajib Pajak
- 8. Barang dan atau Jasa Obyek Waralaba
- 9. Merek
- 10. Wilayah Pemasaran
- 11. Bentuk Badan Usaha/Perorangan
Pemberi Waralaba luar negeri/dalam negeri
- 12. Alamat Badan Usaha/Perorangan
Pemberi Waralaba luar negeri/dalam negeri

DENGAN KEWAJIBAN :

- 1. Mengutamakan penggunaan barang dan atau bahan hasil produksi dalam negeri yang dihasilkan dan dipasok oleh Pengusaha Kecil dan Menengah.
- 2. Menyampaikan laporan perkembangan kegiatan usaha Waralaba dan penggunaan barang dan atau bahan-bahan hasil produksi dalam negeri sebagaimana dimaksud pada angka 1 (satu) setiap 6 (enam) bulan sekali kepada pejabat yang berwenang menerbitkan STPUW.

Jakarta,

DIREKTURJENDERAL
PERDAGANGAN DALAM NEGERI

Tembusan disampaikan kepada Yth. :

- 1. Gubernur Kepala Daerah Tingkat I(setempat)
- 2. Kakanwil Depperindag Propinsi (setempat)
- 3. Kakandepriindag Kabupaten/Kotamadya..... (setempat)
- 4. Peringgal



Nomor : 5063/J25.1.1/PP.9/ 2002
Lampiran :-
Perihal : KONSULTASI

Jember, 24 September 2002

Yth. Pimpinan CALIFORNIA FRIED CHICKEN

Madiun

di -

M a d i u n . -

Dekan Fakultas Hukum Universitas Jember bersama ini dengan hormat menghadapkan kepada Saudara seorang mahasiswa :

Nama : Dyah Ayu Indra K

NIM : 98 - 059

Program : S 1 Ilmu Hukum

Alamat : Jl. Cendrawasih No.25 Madiun

Keperluan : Konsultasi tentang Masalah " Tinjauan Yuridis Terhadap Praktek Perjanjian Franchise (Waralaba) dan Akibat Hukum yang ditimbulkan (Studi di California Fried Chichen

Hasil konsultasi ini digunakan untuk melengkapi bahan penyusunan Skripsi.

Atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terimakasih.

Dekan,


KOPONG PARON PIUS, S.H., S.U.

NIP. 130 808 985

Tembusan Kepada :

Kejur. Perdata.-

- Yth. Ketua Bagian

- Yang bersangkutan



California Fried Chicken®

SURAT KETERANGAN

Yang bertandatangan dibawah ini selaku Pimpinan California Fried Chicken Madiun menerangkan bahwa :

Nama : DYAH AYU INDRA KUNTOMO
Alamat : Jl. CENDRAWASIH No. 25 MADIUN
Fakultas : HUKUM UNIVERSITAS JEMBER

Pernah melakukan survey di CFC Madiun mengenai Perjanjian Kerjasama antara Franchisor dengan Franchise.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya.

Dikeluarkan di : Madiun
Tanggal : 27 September 2002

PIMPINAN

HAN SUTRISNO

